

## **УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ ПРИ ТАМОЖЕННОМ АДМИНИСТРИРОВАНИИ**

В условиях роста международных грузопотоков, развития информационных технологий и высоко конкурентной бизнес-среды, основанной на качественном сервисе и удовлетворении потребностей клиентов, одной из первоочередных задач для Республики Беларусь является качественное повышение уровня таможенного администрирования, развитие таможенного законодательства в соответствии с международными нормами и правилами.

Система управления рисками (СУР) является одной из самых перспективных технологий таможенного контроля, позволяющих, с одной стороны, уменьшить расходы на проведение мероприятий по таможенному контролю, а с другой – значительно улучшить качество таможенного администрирования. При этом основной таможенный контроль будет производиться в отношении товаров и физических лиц, которые при перемещении через таможенную границу, имеют высокую степень риска, а для добросовестных юридических и физических лиц таможенный контроль будет сведен к минимуму.

Система управления рисками базируется на принципах анализа рисков, профилирования и выборочности контроля. Она применяется на всех этапах таможенного оформления и контроля. Главная цель применения анализа рисков, профилирования и выборочности – выявление товаров (грузов) и физических лиц, которые при перемещении через таможенную границу, имеют высокую степень риска, для более подробного изучения при одновременном упрощении таможенных процедур для тех, кому присваивается низкая степень риска.

Введение системы управления рисками позволяет минимизировать «человеческий» фактор при принятии решений, ускорить проведение мероприятий таможенного контроля, сократить количество досмотров и, как следствие, увеличить товарооборот и стимулировать внешнюю торговлю.

*Стрельченко В.  
БРИ (Рига)*

## **МЕТОДИКА ВНЕДРЕНИЯ CRM-ТЕХНОЛОГИЙ В ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ ФИРМЫ**

CRM (customer relationship management) – система управления взаимоотношениями с потребителями входит в повседневную практику любого организационного звена. Внедрение CRM технологий определяется возможностями информационных систем способных запоминать и отслеживать потребности многочисленных потребителей.

В соответствии с технологией CRM для розничных торговых операций требуются следующие данные:

Сведения, которые должен знать сервис менеджер:

- безошибочное написание фамилии клиента;
- адрес и номер телефона клиента;
- верное произношение фамилии;