

**М.С. Болтромюк**

*БГЭУ (Минск)*

**Научный руководитель Г.А. Королёнок**

*(д-р экон. наук, профессор)*

## **КЛЮЧЕВЫЕ ПРОБЛЕМЫ ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ И ПЕРСПЕКТИВЫ НАРАЩИВАНИЯ ЭКСПОРТНОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

Характерной особенностью модели внешнеэкономической политики Республики Беларусь, совместно с программой развития экспорта на 2016–2020 гг., является ориентация на экспорт, однако сальдо продолжает демонстрировать отрицательное значение. В 2017 г. внешне-торговый оборот составил 63 446,2 млн дол. США, что на 24 % больше, чем в 2016 г. Показывают рост стоимостные объемы экспортных и импортных поставок, но несмотря на все это сальдо по-прежнему остается отрицательным на уровне 5022,6 млн дол. США, что больше показателя 2016 г. на 23,3 %.

Проблемами, сдерживающими экспорт Республики Беларусь, являются:

- хронический характер внешнеторгового дефицита и его устойчивый рост, выявленный в рамках анализа долгосрочного периода;
- медленное развитие невидимого экспорта (3 ключевых вида услуг — транспортные, информационные и строительные);
- концентрация внешнеторгового оборота на валообразующих предприятиях, подведомственных министерствам и концернам;
- слабый вклад средних, микро- и малых организаций регионов Беларуси в активизацию национального экспорта;
- сокращение инновационного экспорта. Доля поставляемой за рубеж инновационной продукции в общей стоимости отгруженной инновационной продукции сократилась за 10 лет с 82,99 до 64,0 %, из которых только 0,8 % — новые для мирового рынка. Доля V технологического уклада в ВВП Беларуси около 10 %, в то время как в странах — членах ОЭСР — более 55 %;
- сохранение концентрации трансграничного обмена товаров на малом количестве стран (высокая географическая и товарная концентрация);
- медленное развитие отечественной экспортной инфраструктуры (по Индексу эффективности логистики LPI Всемирного банка в 2016 г. Республика Беларусь заняла 120 место в списке 160 стран мира);
- снижение качества экспортной корзины, обусловленное сохранением малого удельного веса в экспорте различных белорусских предприятий продукции высокой наукоемкости и ростом доли в экспорте страны низкопродуктивных товаров.

На основе выявленных проблем внешней торговли Республики Беларусь были определены основные приоритетные направления:

- модернизация производства, рост качества продукции; переподготовка кадров; создание экспортного банка;

- расширение географии создания совместных предприятий за рубежом; создание ТПС за рубежом, использование систем электронной торговли;

- увеличение экспортного потенциала рекреационных услуг;
- развитие инновационного экспорта посредством увеличения экспорта наукоемкой продукции и технологий (V и VI технологические уклады).

Особое внимание следует уделить формированию экспортного портфеля, которое целесообразно проводить по методике разработанной Р. Хаусманном, Дж. Хвангом и Д. Родриком и ориентироваться на то, что наиболее высокодоходными считаются товары, основными экспортёрами которых являются страны с высоким показателем ВВП на душу населения. Чем больше таких товаров находится в экспортном портфеле страны, тем более высокодоходным является ее экспорт. Для Республики Беларусь в экспортный портфель вошли как традиционные молочная продукция, удобрения, продукция автомобильной промышленности, льняная продукция, так и новые группы товаров (оптика, медицинские, измерительные инструменты, овощи и др.).

Таким образом, следует отметить, что решение основной проблемы внешней торговли Республики Беларусь заключается в наращивании объемов экспорта, основываясь на опыт зарубежных стран как в части тех групп товаров, которые необходимы мировому рынку, так и в области наращивания инновационного потенциала для удовлетворения возрастающих потребностей потребителей.

**А.В. Бурдюгова, М.Н. Пашкова**  
*БГЭУ (Минск)*  
**Научный руководитель С.Л. Флерко**  
*(канд. экон. наук, доцент)*

## **ФРАНЧАЙЗИНГ В ОБЩЕСТВЕННОМ ПИТАНИИ**

Сфера общественного питания — это высокодоходный и привлекательный для предпринимателей сегмент. Однако вложения в создание и развитие собственного объекта общественного питания чаще всего являются неподъемными. В изобилии конкуренции, когда создание объекта с высокотехнологичным производством, грамотно построенной организацией труда и качественным сервисом требует больших затрат, разработок и времени, франчайзинг является «спасательным кругом» для начинающих предпринимателей. Существуют три вида франчайзинга: производственный, бытовой и франчайзинг бизнес-моделей. Франчайзинг бизнес-модели, где объектом является не товар и способ его производства, а оказание определенной услуги по определенной модели — это тот вид, который требует постоянного и тесного взаимодействия между франчайзером и франчайзи. Ресторанный бизнес относится именно к этой категории.