

роопт»), «Табак-Инвест» («Корона»), «Алми» («Алми»), RTL Holdings («Рублевский»), «Белмаркеткомпани» («Белмаркет»), «Белвиллсден» («Гипшо»), «Либретин» («Соседи»), Mart INN (MART INN FOOD), ЗАО «Доброном» («Доброном»), государственная сеть магазинов «Радзивилловский». Следует отметить, что в 2016 г. минимально прирастали по торговой площади такие сети, как «Евроопт», «Корона», «Рублевский», Mart INN.

Таким образом, в Республики Беларусь с каждым годом растет количество розничных торговых организаций и их торговая площадь. На современном этапе идет оптимизация сети и качественное улучшение инфраструктуры за счет строительства современных торговых объектов, развития сетевого принципа, реконструкции действующих магазинов.

### **Источники**

1. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by>. — Дата доступа: 12.06.2017.

**П.В. Еременко**  
БГЭУ (Минск)

*Научный руководитель — С.Л. Флерко, канд. экон. наук, доцент*

## **ЗНАЧЕНИЕ ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННОЙ ПАЛАТЫ В РАЗВИТИИ ИНФРАСТРУКТУРЫ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

История экономического развития накопила более чем четырехсотлетний опыт взаимодействия через институт Торгово-промышленных палат (ТПП) власти и бизнеса. Увеличение количества ТПП обуславливает необходимость сути и функций этого специфического института некоммерческой поддержки предпринимательского сектора. В условиях глобализации мировой экономики роль ТПП значительно возрастает. По этой причине ТПП признаются важным институтом международного взаимодействия [1].

Касаемо Республики Беларусь, деятельность торгово-промышленной палаты основывается на следующих принципах: законности; добровольного объединения членов торгово-промышленной палаты; равноправия членов торгово-промышленной палаты; невмешательства торгово-промышленной палаты в деятельность ее членов; самостоятельности; гласности.

Белорусская торгово-промышленная палата (БелТПП) предлагает ряд возможностей в сфере продвижения белорусского экспорта,

среди которых проведение деловых мероприятий с участием представителей иностранного бизнеса, юридическая и консалтинговая поддержка внешнеэкономической деятельности, организация участия в международных выставках, бизнес-образование.

На данный момент членами БелТПП являются 2253 организаций, а также 9 органов государственного управления.

В 2017 г. Белорусской ТПП было проведено 897 мероприятий внешнеэкономического характера, на площадках Палаты в минувшем году было подписано контрактов более чем на 110 млн дол. Один из важных приоритетов работы Палаты — помощь предприятиям в расширении географии продвижения экспорта, выходе на новые рынки. В последнее время помимо традиционных векторов — стран СНГ и Европы — активно развиваются контакты с партнерами из стран Юго-Восточной Азии, Северной и Латинской Америки, Африки.

Недавний опрос членов БелТПП, в котором приняли участие 512 предприятий (76,5 % — экспортеры), показал, что только 11 респондентов выразили заинтересованность в выходе на рынки стран так называемой дальней дуги. И это понятно, ведь зачастую руководители отечественных компаний просто не знают, как это сделать. В целях содействия таким компаниям на базе Центра делового образования БелТПП недавно начала работу Школа экспорта, где организуется целевое обучение как руководителей, так и сотрудников, задействованных в работе по развитию экспорта. Первым мероприятием проекта стал бизнес-семинар «Африка. Экспортные перспективы». Экспортный портфель России в Африку составил 230 млн дол., у Беларуси — 233 млн дол.

Проблемой БелТПП в развитии содействия продвижения продукции за рубеж является недостаточность «электронного» потенциала самих предприятий. В недавнее время было проведено исследование, в котором выявилось, что у каждого пятого предприятия вообще не оказалось сайта как такового. 23,3 % сайтов имеют только русскоязычную версию. 16 % сделаны на среднем уровне и лишь 6,7 % — на профессиональном. Порой информация не обновляется годами, что создает негативный имидж компании и тем самым препятствует воздействию торгово-промышленной палаты на экспорт продукции. Таким образом, консервативность руководства предприятий, а именно принцип «главное произвести — государство продает» может стать значительной помехой в развитии экспортного потенциала страны [2].

### Источники

1. Научная электронная библиотека [Электронный ресурс]. — Режим доступа: cyberleninka.ru. — Дата доступа: 24.11.2018.
2. Белорусская торгово-промышленная палата [Электронный ресурс]. — Режим доступа: www.cci.com. — Дата доступа: 22.11.2018.