

К.И. Иванова, К.А. Бабичева, С.С. Гринкевич
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — В.Н. Платонов, канд. экон. наук, профессор

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ФИРМЕННОЙ ТОРГОВЛИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Фирменный магазин — это торговая организация любой организационно-правовой формы, предметом деятельности которой является розничная или мелкооптовая торговля различными товарами определенной номенклатуры, соответствующими производственному профилю ее учредителей, поставщиков.

Целями развития фирменной торговли согласно Указу Президента Республики Беларусь от 20.03.1996 г. № 113 «О развитии фирменной торговли» является насыщение рынка Беларуси товарами народного потребления и расширение рынков сбыта продукции отечественного производства.

В редакции Указа Президента Республики Беларусь от 15.09.1998 г. № 448 акцентировалось внимание на создании сети образцовых фирменных торговых предприятий, способных обеспечить весь комплекс современных торговых услуг.

Развитие фирменной торговли осуществляется в соответствии с основными направлениями Программы развития внутренней торговли Республики Беларусь.

По последним данным Национального статистического комитета Республики Беларусь на 2016 г. в стране зарегистрировано 1495 магазинов фирменной торговли, из которых 481 — продовольственные, 1014 — непродовольственные.

По данным 2016 г. было зарегистрировано 46 магазинов — государственной, 5 — республиканской, 41 — коммунальной и 1317 — частной форм собственности. Для сравнения в 2015 г. общая численность магазинов по форме собственности составляла: 50, 8, 42 и 1013 соответственно. Основываясь на данных можно наблюдать сокращение числа фирменных магазинов государственной, частной и коммунальной форм собственности, в то время как количество частных фирменных магазинов увеличивается.

Розничный товарооборот фирменной торговли на 2016 г. составил 1284,3 млрд руб., в том числе по формам собственности: государственная — 68 млрд руб., республиканская — 2,5 млрд руб., коммунальная — 65,5 млрд руб., частная — 1101,2 млрд руб. Удельный вес розничного товарооборота фирменной торговли в розничном товарообороте организаций торговли на 2016 г. составил 4,1 %, что на 0,7 п.п. больше по сравнению с 2015 г. (3,4 %).

За 2016 г. количество магазинов фирменной торговли увеличилось на 33 %, а торговая площадь — на 34,4 % в сравнении с 2015 г.

Экономическая эффективность фирменной торговли проявляется в ускорении процесса обращения потребительских товаров. Сокраще-

ние звенности товародвижения до минимума: производитель — фирменная торговля — потребитель, снижение уровня товарных запасов способствуют ускорению товарооборачиваемости.

Важное условие повышения эффективности работы фирменных магазинов — совершенствование торгово-технологического процесса в них, позволяющее более рационально использовать материально-техническую базу предприятий.

М.И. Казанцев, С.В. Ровная, Я.Ю. Черковская
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — И.В. Уриш, канд. экон. наук, доцент

НАПРАВЛЕНИЯ ИНТЕГРАЦИИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В МЕЖДУНАРОДНУЮ ТОРГОВЛЮ УСЛУГАМИ

Рассматривая фактические данные о мировой структуре рынка услуг, следует отметить, что по данным отчета ВТО о мировой торговле товарами и услугами наибольшую долю в 2017 г. имели бизнес-услуги (38 %), за ними идут транспортные услуги (24 %). Значительно уступают им личные и культурные услуги (11 %), страхование (9 %), компьютерные и информационные услуги (9 %) [1].

Переходя к анализу мирового экспорта услуг за 2017 г. по регионам, следует отметить, что наибольший удельный вес имеет Европа с экспортом услуг на сумму 219,4 млн дол. США, за ней идет Азия (121,8 млн дол. США) и замыкает тройку лидеров Северная Америка (76,1 млн дол. США). Южная и Центральная Америка осуществили экспорт услуг на 14,3 млн дол. США, Ближний Восток — на 12,5 млн дол. США, СНГ и Африка — на 11,4 и 9,0 млн дол. США соответственно.

В Республике Беларусь экспорт на протяжении 7 лет все время значительно превышает импорт, что, безусловно, является положительной тенденцией. Так, с 2010 г. экспорт услуг вырос на 3046 млн дол. США и в 2017 г. составил 7841,6 млн дол. США.

Транспортные услуги занимают более 40 % общего объема экспорта услуг (3456,4 млн дол. США в стоимостном выражении). На втором месте в экспорте услуг находятся компьютерные услуги — 1206,0 млн дол. США, или 15,4 % общего экспорта услуг. Тройку лидеров замыкают строительные услуги. Результат их экспорта за рассматриваемый год равняется 892,9 млн дол. США (11,4 % общего объема экспорта услуг). Далее идут поездки (10,2 %), другие деловые услуги (7,8 %), телекоммуникационные (3 %) и финансовые (0,4 %) — 800,9; 615,5; 234,4 и 234,4 млн дол. США соответственно. Оставшиеся 6 % экспорта занимают прочие виды услуг [2].