

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].

Следует отметить, что в Республике Беларусь ведется работа по поиску, завоеванию и удержанию своего места на мировом рынке услуг. Так, на данный момент действуют Национальная программа поддержки и развития экспорта на 2016–2020 гг. и Концепция развития сферы услуг в Республике Беларусь на 2015–2020 гг.

Для дальнейшего развития экспорта туристических услуг в Республике Беларусь необходим комплекс мероприятий по максимальному увеличению средств размещения и вовлечению в туристический оборот объектов историко-культурного наследия и природных лечебных ресурсов нашей страны.

В целях увеличения экспорта инжиниринговых услуг следует выходить на новые рынки сбыта (страны Африки, Южной Америки), участвовать в реализации строительных программ на уже имеющихся рынках, также следует внедрять международные стандарты и активно заимствовать передовые технологии, начать сотрудничество с международными иностранными инжиниринговыми компаниями с целью перенять опыт и практику их работы.

В целом для наращивания экспорта услуг необходимо совершенствование маркетинговой деятельности (организация национальных выставок и национальных экспозиций Республики Беларусь за рубежом, участие в специализированных выставках), постоянное и системное повышение кадрового потенциала внешнеэкономических и маркетинговых служб организаций.

Источники

1. World Trade Organization [Electronic resource]. — Mode of access: <https://www.wto.org/index.htm>. — Date of access: 01.11.2018.

2. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/>. — Дата доступа: 01.11.2018.

Д.В. Карман, Д.В. Колтак, Л.С. Ачаповская
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — Е.А. Сушкевич, канд. экон. наук

КАСТОМИЗАЦИЯ ОНЛАЙН-ПОКУПОК НА ОСНОВЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРИЛОЖЕНИЯ APPAREL

Доходы от онлайн-продаж испанской компании Inditex, которая объединяет такие бренды, как Zara, Bershka, Stradivariusи др., в 2017 г. выросли на 41 %, трафик на ее сайты превышает 10 млн посещений в день. При этом общий объем продаж за последние три года вырос незначительно, а валовая прибыль снизилась до самого