

## **БЕЛОРУССКАЯ ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННАЯ ПАЛАТА: ЕЕ РОЛЬ, ЗАДАЧИ И ПРИОРИТЕТЫ В РАЗВИТИИ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

Белорусская торгово-промышленная палата (далее — БелТПП, Палата) сегодня — ведущий бизнес-союз Республики Беларусь, которому в декабре этого года исполняется 67 лет. Основными задачами БелТПП являются: содействие развитию внешнеэкономических связей субъектов бизнеса с иностранными партнерами, увеличению экспорта белорусских товаров (работ, услуг), привлечению в национальную экономику иностранных инвестиций; оказание практической помощи членам БелТПП. Это содействие БелТПП и ее подведомственные предприятия оказывают посредством предоставления более 60 видов услуг внешнеэкономического характера. Палата реализует значительное количество соглашений и меморандумов о сотрудничестве с национальными и региональными торгово-промышленными палатами, ассоциациями и иными организациями — традиционными и перспективными торговыми партнерами Республики Беларусь.

У БелТПП назначено 42 представителя в 35 странах. БелТПП создано 18 деловых советов (с Австрией, Бангладеш, Грузией, Индией, Ираном, Италией, Казахстаном, Катаром, ОАЭ, Оманом, Пакистаном, Сербией, Таджикистаном, Туркменистаном, Турцией, Украиной, Германией, Швейцарией).

Три года назад БелТПП разработан и принят стратегический план, который определил основные векторы развития и придал новый импульс стремлению быть надежным партнером отечественному бизнесу. В рамках стратегического плана осуществляется проведение бизнес-форумов, контактно-кооперационных бирж, деловых визитов за рубеж, выставок, семинаров. БелТПП является организацией, которой поручено проводить деловые мероприятия с участием глав государств. Примером можно назвать организацию бизнес-форумов и национальных выставок в Грузии, Таджикистане, Египте, Узбекистане, Австрии. Итогом подобных визитов становится подписание договоров и соглашений о сотрудничестве. План зарубежных выставок и ярмарок с участием белорусских предприятий на 2019 г. включал в себя более 40 мероприятий за рубежом. Это масштабные выставки белорусских производителей в Алматы и Тбилиси, национальные экспозиции в Нигерии, Аргентине и Индонезии, экспозиции белорусских производителей в Великобритании, Швеции, Германии, Ираке, Монголии, Сирии, Сербии, Катаре, Китае, ОАЭ. Все они были успешно проведе-

ны. В этом году Белорусская торгово-промышленная палата внедрила новый формат подготовки экспортеров к участию в национальных экспозициях за рубежом — Road Show. Новая деловая практика включает не только изучение профиля и особенностей выставки, но и детальный анализ потенциала рынка страны проведения экспозиции.

Важным достижением в развитии инфраструктуры внешней торговли стал запуск масштабного образовательного проекта «Школа экспорта», который направлен на развитие компетенций специалистов, задействованных в продвижении товаров и услуг на новые и традиционные рынки.

#### **Источник**

1. Белорусская торгово-промышленная палата [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.cci.by>.

*СНИЛ «Коммерсант»*

*П.В. Еременко*

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

### **ИССЛЕДОВАНИЕ СТРУКТУРЫ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВОЙ СЕТИ**

Создание розничных торговых сетей — один из современных методов управления торговым капиталом, который позволяет получать экономию затрат от изменения масштаба деятельности. Структура розничной торговой сети исследовалась на примере Советского района города Минска по данным ГУПР Мингорисполкома. Результаты исследования представлены ниже.

1. Количество торговых объектов с продовольственным ассортиментом товаров составило по последним данным 316 единиц. Торговых объектов с непродовольственным ассортиментом — 839 единиц. Имеет место тот факт, что с каждым годом (начиная с 2016 г.) число продовольственных торговых объектов увеличивается в среднем на 45 единиц/год. Относительно непродовольственных объектов, темп роста их количества составляет в среднем на 107 единиц/год. В соотношении имеем торговых объектов с непродовольственным ассортиментом на 37,7 % больше, чем с продовольственным.

2. Удельный вес стационарных объектов в Советском районе города Минска составляет около 98 % в общем объеме торговых объектов района, что положительно для торгового обслуживания.

3. Показателем, характеризующим специализацию розничной торговой сети, является уровень специализации. Уровень специализации для розничной сети Советского района г. Минска составил около 9,7 % (112 специализированных торговых объектов из 1155 действующих).