**Тема 2 Субъекты внешнеторговой деятельности**

Сущность внешнеторговой деятельности. Цели и задачи внешнеторговой деятельности. Объекты и виды внешнеторговой деятельности. Участники внешнеторговой деятельности. Резиденты и нерезиденты внешнеторговой деятельности. Белорусские предприятия-экспортёры. Специализированные внешнеторговые организации.

Организации инфраструктуры внешнеторговой деятельности. Понятие инфраструктура внешнеторговой деятельности. Международные перевозчики. Страховые компании. Банки. Внешнеторговые посредники. Функции и виды внешнеторговых посредников. Условия привлечения посредников к внешнеторговой деятельности.

Способы оказания содействия субъектам хозяйствования в продвижении на рынки зарубежных стран, в осуществлении внешнеторговых операций и защите коммерческих интересов экспортеров и импортеров в случае нарушений международного торгового права и международной торговой практики. Виды услуг по экспорту и импорту, предоставляемых организациями инфраструктуры внешней торговли. Внешнеторговые представительства.

Услуги государственных органов и их подразделений участникам внешнеторговой деятельности. Цели и задачи Министерства иностранных дел в развитии экспорта белорусских товаров. Функции дипломатических представительств Министерства иностранных дел, направленные на поддержку белорусских экспортеров и импортеров за рубежом. Услуги дипломатических представительств по оказанию содействия белорусским экспортерам и импортерам за рубежом.

Функции Министерства торговли в сфере внешнеторговой деятельности. Задачи, решаемые департаментом внешней торговли. Услуги внешнеторговых представительств за рубежом.

Субъекты товаропроводящих сетей за рубежом. Понятие и виды товаропроводящих сетей. Структура и участники товаропроводящих сетей за рубежом. Предприятия-дилеры. Торговые дома. Технические центры. Совместные предприятия.

Услуги торгово-промышленной палаты (ТПП) Беларуси. Назначение, функции и задачи торгово-промышленных палат (ТПП). Направления деятельности ТПП Беларуси. Функции и задачи, решаемые ТПП в зарубежных странах. Место и роль международных ассоциаций торгово-промышленных палат в развитии международной и мировой торговли.

Информационная поддержка экспорта в Республике Беларусь. Национальные и международные коммерческие источники информации по внешнеэкономической деятельности и международной торговле. Услуги Национального центра маркетинга и конъюнктуры цен Республики Беларусь (НЦМКЦ). Национальная система информационного обслуживания конкурсных торгов. Информационная система “Тендеры” и её возможности. Международные агентства и источники конъюнктурной информации.

**Лекция Субъекты внешнеторговой деятельности**

1. Участники внешней торговли
2. Инфраструктура внешнеторговой деятельности
3. Информационная поддержка экспорта в Республике Беларусь
4. Услуги Белорусской универсальной товарно-сырьевой биржи
5. **Участники внешней торговли**

Участники внешней торговли разделяются на четыре большие группы:

* производители-экспортеры без посредников (производственные предприятия, объединения, консорциумы, совместные предприятия, производственные кооперативы, транспортные компании и др.);
* организации-посредники (отраслевые внешнеэкономические объединения, специализированные внешнеторговые фирмы, торговые дома и др.);
* органы государственного регулирования внешнеторговой деятельности;
* международные организации, содействующие внешней торговле.

В соответствии с Законом Республики Беларусь “О государственном регулировании внешнеторговой деятельности” 2004 года “правом на осуществление внешнеторговой деятельности обладают все резиденты и нерезиденты Республики Беларусь, а также Республика Беларусь, ее административно-территориальные единицы в порядке и на условиях, установленных законодательством Республики Беларусь, международным и иностранным правом”.

Регулирование внешнеторговой деятельности основывается на использовании экономических (тарифных) и административных (нетарифных) методов и предполагает использование комплекса экономических и правовых мер, мер экономического и административного характера, содействующих развитию внешнеторговой деятельности.

Государственное регулирование внешнеторговой деятельности в Республике Беларусь осуществляется Президентом Республики Беларусь, Национальным собранием Республики Беларусь, Правительством Республики Беларусь и иными уполномоченными государственными органами Республики Беларусь на основании Закона Республики Беларусь "О государственном регулировании внешнеторговой деятельности" от 25.11.2004 г. № 347-3.

Во внешней торговле с конкретным государством или группой государств Президент Республики Беларусь может принять решение о применении любых методов государственного регулирования внешнеторговой деятельности, предусмотренных законодательством. Он может предоставить Правительству Республики Беларусь право на принятие решений о применении методов государственного регулирования внешнеторговой деятельности, отнесенных к компетенции Президента Республики Беларусь.

Правительством Республики Беларусь осуществляется координация работы государственных органов Республики Беларусь по разработке предложений по формированию государственной внешнеторговой политики Республики Беларусь, регулированию внешнеторговой деятельности ее участников, заключению международных договоров Республики Беларусь в области внешнеторговой деятельности.

В соответствии с [Указом Президента Республики Беларусь от 5 мая 2006 г. № 289 «О структуре Правительства Республики Беларусь»](http://pravo.by/webnpa/text.asp?RN=p30600289) функции по регулированию внешнеторговой деятельности распределены и скоординированы между Министерством торговли Республики Беларусь и Министерством иностранных дел Республики Беларусь, а функции валютного контроля возложены на Национальный банк Республики Беларусь.

На Министерство торговли возложены функции координации создания товаропроводящей сети за рубежом, внешнеторговой деятельности и нетарифного регулирования внешней торговли. В соответствии с ними министерство:

* участвует в подготовке законодательных инициатив по развитию экспорта;
* участвует в разработке актов законодательства по вопросам регулирования внешней торговли, в том числе по введению количественных ограничений и (или) лицензирования экспорта/импорта товаров, предоставлению исключительного права на экспорт/импорт отдельных видов товаров, ограничениям и запретам экспорта/импорта;
* осуществляет в установленном законодательством порядке лицензирование экспорта и (или) импорта отдельных видов товаров в порядке и по перечням, определенным действующим законодательством;
* участвует в разработке планов мероприятий по развитию ТПС за рубежом;
* проводит работу по созданию торгово-логистических центров за рубежом;
* участвует в работе по совершенствованию продвижения белорусских товаров на зарубежные рынки;
* осуществляет планирование национальных выставок (экспозиций) Республики Беларусь за рубежом;
* содействует участию в зарубежных выставках и ярмарках белорусским субъектам хозяйствования.

Большую роль в развитии внешней торговли играют дипломатические представительства Министерства иностранных дел Республики Беларусь в странах аккредитации. Они осуществляют следующую деятельность:

* + обеспечивают органы государственного управления и иные юридические лица информацией о законодательстве и иных нормативных актах страны пребывания заграничных учреждений Республики Беларусь в области внешнеторговой деятельности;
	+ предоставляют информацию о конъюнктуре рынка товаров и услуг стран пребывания;
	+ содействуют участию резидентов Республики Беларусь в тендерах, выставках и ярмарках, проводимых в стране пребывания;
	+ оказывают содействие экспортерам Республики Беларусь в установлении деловых контактов с зарубежными партнерами и продвижении их предложений.

Функции таможенно-тарифного регулирования внешней торговли возлагаются на Государственный таможенный комитет Республики Беларусь. Таможенные процедуры в Беларуси соответствуют положениям Международной конвенции по упрощению и гармонизации таможенных процедур, Таможенному кодексу ЕАЭС и закону “О таможенном регулировании в Республике Беларусь” 2015 года.

На Таможенный комитет возлагаются также функции экспортного контроля. Экспортный контроль в Республике Беларусь осуществляется в целях:

* обеспечения национальной безопасности и защиты экономических интересов Республики Беларусь;
* выполнения обязательств Республики Беларусь по международным договорам;
* поддержания международных усилий по нераспространению оружия массового поражения и обычных вооружений.

Функции валютного контроля внешнеторговых операций возлагаются на Национальный банк Республики Беларусь.

В целом система органов государственного регулирования внешнеторговой деятельности Республики Беларусь соответствует международной практике и способствует развитию внешнеторговой деятельности субъектов хозяйствования и внешней торговли в целом.

Непосредственными участниками внешнеторговой деятельности в Республике Беларусь являются:

* государственные концерны,
* холдинги Республики Беларусь,
* крупные и средние государственные и частные предприятия и организации,
* открытые и закрытые акционерные общества,
* иностранные и совместные предприятия,
* субъекты малого бизнеса и индивидуальные предприниматели.

По характеру совершаемых внешнеторговых операций участников внешнеэкономической деятельности делят на экспортеров и импортеров.

За пределами Беларуси известны такие белорусские экспортеры, как: концерн “Белнефтехим”, холдинг “Беларусская металлургическая компания”, РУП “Гомсельмаш”, ОАО “Бабушкина крынка”, ЗАО “Атлант”, ИП “Белтекс оптик”, СООО “ГеймСтрим”, ООО “НТЦ ДЭЛС”, СПК “Агрокомбинат Снов”, ТЛЦ Белорусской железной дороги и другие предприятия и организации – операторы ВЭД Республики Беларусь.

Существуют три основных аспекта мотиваций, которые побуждают субъекты хозяйствования участвовать в международном обмене:

* расширение сбыта в связи с ограниченностью внутреннего рынка сбыта;
* приобретение ресурсов в связи с их отсутствием в стране, более высоким качеством иностранного сырья и более привлекательной ценой полуфабрикатов, необходимых видов изделий и услуг;
* поиск новых рынков сбыта и закупок для устранения больших колебаний в уровне своих продаж и прибылей.

В 2014 году в 13 из 20 европейских стран белорусским экспортерам удалось увеличить экспорт к уровню 2013 года, а в десяти странах и вовсе добиться существенного прироста. Рекордсменами выступают Великобритания, Нидерланды, Болгария, по которым экспорт вырос в разы. И здесь речь идет не только о нефти, нефтепродуктах и азотным удобрениях. В 2014 году белорусские экспортеры осуществила поставки товаров в Великобританию по 154 товарным позициям, в том числе по 42 новым на сумму более 60 млн. долл. США, в Нидерланды – по 116 товарным позициям, из которых 31 – новые.

Соседство с ЕС мотивирует белорусских производителей активнее внедрять европейские нормы и стандарты при производстве продукции. Большое значение имеют маркировка, упаковка, гарантийное и послегарантийное обслуживание, гибкие механизмы оплаты.

В перспективе более заметную роль в экспорте белорусской продукции должны занять малые и средние предприятия. Для этого Дорожной картой мероприятий по реализации программы “Экспорт Беларуси” на 2016-2020 годы (Проект Постановления СМРБ) для малых и средних организаций предусмотрены следующие мероприятия:

* “проработка включения в программы государственной поддержки малого и среднего предпринимательства административно-территориальных единиц Республики Беларусь мероприятий, направленных на стимулирование производства и реализацию экспортно-ориентированных товаров и услуг” (п. 152);
* “изучение вопроса создания региональных интегрированных центров в административно-территориальных единицах Республики Беларусь для развития международного и межрегионального делового, технологического и научного партнёрства предприятий малых и средних форм” (п. 153);
* “оптимизация сети инкубаторов малого бизнеса для создания инновационных экспортно-ориентированных производств и выпуска конкурентоспособных товаров и услуг на зарубежных рынках” (п. 154);
* “проработка проекта по развитию консалтинговых, в том числе на принципах аутсорсинга, и GR-услуг для экспортно-ориентированного малого и среднего бизнеса” (п. 155);
* “расширение номенклатуры реализуемых через товаропроводящую сеть белорусских экспортеров товаров за счет продукции субъектов малого и среднего предпринимательства” (п. 156).

В зависимости от целевой направленности и способа заключения внешнеторговых сделок, предприятия-экспортеры осуществляют за рубеж следующие виды поставок товаров:

* на сборочные производства;
* непосредственно потребителям;
* субъектам товаропроводящей сети с белорусским уставным капиталом или его долей;
* иностранной сетевой торговой организации;
* организации, определенной в результате тендера, конкурса, аукциона;
* организации, определенной в результате биржевых торгов;
* дистрибьютору;
* дилеру;
* организации, определенной в рамках международных соглашений, заключаемых Правительством Республики Беларусь
1. **Инфраструктура внешнеторговой деятельности**

Основными элементами зарубежной внешнеторговой инфраструктуры республики являются торгово-экономические службы в составе дипломатических представительств и консульских учреждений Республики Беларусь, а также торговые представительства, находящиеся в ведении Департамента внешнеэкономической деятельности Министерства иностранных дел Республики Беларусь.

Департамент внешнеэкономической деятельности МИД создан в соответствии с Положением, утвержденным постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 31 июля 2006 г. № 978.

В соответствии с Положением, утвержденным постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 31 июля 2006 г. № 978, основными задачами Департамента внешнеэкономической деятельности МИД являются:

* содействие развитию экспорта товаров и услуг;
* разработка предложений в сфере внешнеэкономической деятельности;
* координация формирования внешнеторгового режима Республики Беларусь в сфере внешней торговли товарами;
* защита внешнеэкономических интересов государства;
* участие в разработке и реализации программ социально-экономического развития Республики Беларусь в части внешнеэкономической деятельности;
* координация переговорной позиции и формирование пакета документов по присоединению Республики Беларусь ко Всемирной торговой организации;
* координация разработки и реализации национальных программ развития экспорта;
* осуществление анализа показателей внешнеторговой деятельности Республики Беларусь, в том числе товарной и географической структуры внешней торговли;
* участие в анализе отчетного торгового и платежного балансов и разработке прогнозных показателей внешней торговли;
* координация работы по таможенно-тарифному регулированию внешней торговли товарами;
* осуществление мониторинга мер нетарифного регулирования внешней торговли товарами, а также таможенного законодательства в части выполнения Республикой Беларусь и иностранными государствами международных обязательств в данной области и эффективности нетарифного регулирования для наращивания экспорта товаров из Республики Беларусь;
* подготовка для внесения в Правительство Республики Беларусь предложений по применению антидемпинговых, компенсационных и специальных защитных мер во внешней торговле по результатам проводимых МИД расследований;
* участие в проводимых иностранными государствами расследованиях по применению антидемпинговых, компенсационных и специальных защитных мер в отношении товаров, производимых юридическими и физическими лицами Республики Беларусь;
* участие в разработке предложений по увеличению экспортного потенциала страны;
* содействие защите экономических интересов государства, физических и юридических лиц Республики Беларусь за рубежом;
* содействие привлечению иностранных инвестиций в экономику страны, формированию благоприятного инвестиционного имиджа Республики Беларусь за рубежом и повышению ее инвестиционного рейтинга

В соответствии с задачами, поставленными перед Министерством иностранных дел, в посольствах Республики Беларусь в Польше, ФРГ, Израиле, Австрии, Франции, Швейцарии, США, Бельгии, Великобритании, Турции, Египте, Иране, России, Украине, Литве, Молдове, Чехии, Румынии организованы торгово-экономические службы. В Монголии работает торговое представительство Республики Беларусь. В целях развития сотрудничества с регионами России были открыты отделения посольства Республики Беларусь в Российской Федерации в городах Санкт-Петербург, Мурманск, Калининград, Тюмень, Краснодар.

Главными задачами зарубежных торгово-экономических служб являются:

* анализ структуры и эффективности внешней торговли в стране пребывания;
* координация внешнеэкономической деятельности резидентов РБ в стране пребывания;
* создание благоприятных условий для продвижения товаров, работ и услуг на внешних рынках;
* подготовка предложений по применению санкций в отношении государств, вводящих дискриминационные ограничения в отношении Республики Беларусь;
* изучение и обобщение опыта зарубежных стран в области внешнеэкономической деятельности, подготовка и реализация мер по его использованию;
* анализ и прогноз конъюнктуры цен на мировом рынке, прогнозирование тенденций развития международных рынков товаров, работ и услуг;
* организация комплексной системы информации по внешнеэкономической деятельности для субъектов хозяйствования республики, зарубежных партнеров и органов государственного управления Республики Беларусь;
* развитие внешней и внутренней инфраструктуры внешнеэкономической деятельности;
* осуществление взаимодействия с местными органами управления по вопросам внешнеэкономической деятельности.

Торгово-экономические службы загранучреждений Республики Беларусь, в частности, оказывают содействия белорусским экспортерам в продвижении белорусской продукции и услуг на зарубежные и в поиске зарубежных партнеров – потенциальных покупателей.

Обращение коммерческой организации с просьбой об оказании содействия в продвижении производимой продукции и услуг на экспорт и поиске зарубежных партнеров – потенциальных покупателей белорусской продукции и услуг – должно быть составлено в форме коммерческого предложения.

Коммерческое предложение должно в обязательном порядке содержать следующую информацию о продукции:

* область практического применения продукции и целевая группа маркетингового охвата (отрасли экономики, сфера деятельности потенциальных импортеров);
* описание производимой продукции (цветное изображение товара, торговая марка, детализированный код ТН ВЭД, артикул, технические характеристики товара, название материала, штрих-код, вес и размеры, количество в товарной упаковке;
* соответствие продукции требованиям международных и европейских норм, наличие международных сертификатов качества;
* возможность гарантийного и сервисного обслуживания продукции за рубежом;
* преимущества по сравнению с зарубежными аналогами;
* базовая цена, базис формирования цены (ФОБ, СИФ и др.), возможные скидки, условия их предоставления;
* условия поставки (минимальная / максимальная партия товара, транспортировка, хранение);
* условия продажи продукции (прямые переговоры, тендеры, продажи через биржу).

Коммерческое предложение должно также содержать информацию о коммерческой организации.

Кроме коммерческого предложения в торгово-экономические службы загранучреждений представляется информацию об имеющихся у экспортера результатах проведенного самостоятельного маркетингового исследования зарубежных рынков:

* перечень стран – потенциальных рынков сбыта продукции и услуг, а также данные об уже имеющихся контрагентах на данных рынках и опыте сотрудничества с ними;
* краткая информация о предварительной маркетинговой проработке предложения (какие источники информации использовались, с какими зарубежными партнерами предложение прорабатывалось, результаты проработки, причины отказа зарубежного партнера от сотрудничества и другая аналогичная информация);
* конкурентные преимущества предлагаемой к продвижению белорусской продукции по сравнению с зарубежными аналогами.

Указываются также положительные примеры сотрудничества на зарубежных рынках, контакты с крупными иностранными партнерами и иные данные, которые могли бы быть полезны в работе торгово-экономических служб загранучреждений по продвижению на экспорт продукции и услуг.

Для стабильных и контролируемых продаж каждому экспортеру необходима эффективная и прозрачная (понятная) товаропроводящая сеть (ТПС). С целью повышения эффективности сбыта продукции и обеспечения ее сервисного обслуживания, а также реализации функций маркетинга принятой практикой является создание собственных ТПС. Целенаправленная работа по формированию и развитию товаропроводящих сетей подведомственных организаций за рубежом начала проводиться органами государственного управления с 2004.

В 2012 году[Совет Министров Республики Беларусь (постановлением № 183 от 24.02.2012,](http://pravo.by/main.aspx?guid=3871&p2=5/35331) по сост. на 22.06.2015) утвердил Положение о товаропроводящей сети белорусских организаций за рубежом. В этом же Положении представлен классификатор поставок белорусских экспортеров за рубеж.

Создание собственной товаропроводящей сети имеет следующие преимущества:

* возможность организации прямого взаимодействия с конечными потребителями продукции позволяет получать прямой доступ к первичной информации и изучать потребности и предпочтения основных покупателей, мотивация клиентов, тенденции развития рынка, деятельность конкурентов на рынке, отношение покупателей к продукции компании и конкурентов и т.д.;
* ориентация собственной ТПС на реализацию только продукции предприятия-экспортера дает возможность менеджерам и агентам по сбыту все силы сосредотачивать на усилении продаж и координировать совместные действия в соответствии с общей маркетинговой и сбытовой стратегией предприятия;
* возможность организации целевой системы учета и контроля за товародвижением продукции, объемами реализации, возвратом товара и его причинами способствует сокращению запасов при безусловном удовлетворении потребностей покупателей.

К концу 2012 года насчитывалось 125 субъектов товаропроводящей сети (ТПС) белорусских экспортеров за рубежом, в том числе 14 – с белорусскими инвестициями. С 2013 года функция координации развития товаропроводящей сети белорусских организаций за рубежом возложена на Министерство иностранных дел. МИД оказывает содействие белорусским предприятиям и организациям в данной работе через систему загранучреждений Республики Беларусь.

Многие крупные белорусские предприятия-экспортеры имеют собственные ТПС за рубежом. В настоящее время товаропроводящая сеть белорусских организаций за рубежом насчитывает около 4 тыс. субъектов ТПС.

Создание и развитие собственных ТПС способствует закреплению белорусских предприятий-экспортеров на высоко насыщенных конкурентных рынках. Например, одним из ключевых торговых партнеров Беларуси является Европейский союз. Белорусский экспорт в страны ЕС за пять лет с 2011 по 2015 годы вырос в 2 раза. На страны ЕС приходится от 30% до 43% общего объема белорусского экспорта. Экспорт в страны ЕС представлен достаточно широкой номенклатурой товаров – от продуктов питания и товаров легкой промышленности до станков, тракторов, грузовых автомобилей и карьерных самосвалов. В европейских странах Белорусскими предприятиями создано более 40 собственных субъектов товаропроводящей сети, включая 20 сборочных производств автомобильной и тракторной техники.

Собственная товаропроводящая сеть предприятия может включать:

* собственные подразделения за рубежом с соответствующим персоналом;
* группу зависимых посредников;
* торговые дома;
* фирменные центры послепродажного обслуживания;
* совместные предприятия по сборке и др.

Дорожной картой мероприятий по реализации программы “Экспорт Беларуси” на 2016-2020 годы (Проект Постановления СМРБ) предусмотрено дальнейшее «развитие товаропроводящей сети на рынке ЕС” (п.84), а также “развитие и оптимизация товаропроводящей сети и сборочных производств на региональных рынках, включая организацию демонстрационных салонов, консигнационных складов, центров гарантийного, сервисного и послегарантийного обслуживания” (п.92).

Планируется расширение дилерской сети в Китае, Сирии, Пакистане, Румынии, во Вьетнаме, на Кубе. Также ожидается увеличение дилерской сети на традиционных рынках: в Казахстане, Украине, Армении, Азербайджане, Молдове, Германии, Литве.

Для реализации продукции за рубежом могут создаваться ассоциированные компании,которые являются юридически независимыми организациями с привлечением национального капитала страны экспорта при сравнительно небольшой долей участия белорусского экспортера. Для осуществления сбыта ассоциированные компании создают на месте свою субагентскую сеть и несут ответственность за ее деятельность.

Разновидностью зарубежного представительства могут быть дочерние торговые фирмы,в обязанности которых входит только получение (импорт) товара от предприятия-экспортера, в то время как для организации непосредственного сбыта подбирается крупная местная фирма, выступающая в роли генерального агента-дистрибьютора.

Наиболее сложной посреднической формой в международной торговле являются торговые дома. В международной практике торговый дом – это организационная форма ассоциации различного рода внешнеторговых, производственных, транспортных, складских, научно-исследовательских, информационных, а также банковских и страховых организаций. Участники торговых домов входят в их состав на добровольной основе и осуществляющих свою деятельность как у себя в стране, так и за рубежом. Торговый дом может выступать как в качестве элемента собственной товаропроводящей сети предприятия, так и независимого внешнеторгового посредника.

В настоящее время торговые дома становятся универсальным элементом товаропроводящих сетей белорусских экспортеров на основе делегирования торговым домам посреднических торговых функций. Как крупная закупочная организация, торговый дом способен приобретать продукцию большими партиями со значительной скидкой. Клиенты торговых домов могут воспользоваться самым широким спектром услуг: финансированием перевозки продукции, страхованием, сервисным обслуживанием и т.д. Торговые дома могут оказывать предприятиям-экспортерам также квалифицированные услуги по продвижению и позиционированию продукции в достаточно обширной зоне обслуживания. Это позволяет предприятиям-экспортерам сокращать издержки, предотвратить валютные потери и в итоге получать эффект от внешнеэкономической деятельности.

Оказание комплекса услуг, связанных со сбытом и использованием сложно технической и иной промышленной продукции обеспечивает ее постоянную готовность к эффективной эксплуатации, также способствует коммерческому успеху предприятий, повышает их престиж, вызывает увеличение спроса на продукцию.

В развитии товаропроводящих сетей белорусских экспортеров имеются и определенные недостатки. Например, по оценке экспертов, опыт работы белорусских торговых домов показал недостаточную эффективность применения данного механизма в развитии экспорта белорусских товаров. Основными негативными причинами явились не эффективное использование площадей из-за узкой профильности, отсутствие координации работы торговых домов разных ведомств, отсутствие практики передачи неиспользуемых площадей товаропроизводителям. Вследствие этих причин, уровень финансово-хозяйственной деятельности многих торговых домов оказался низким, отдельные прекращают свою деятельность и ликвидируются.

В качестве перспективы развития товаропроводящей сети белорусских экспортеров рассматривается создание торгово-логистических центров (ТЛЦ). ТЛЦ отличаются наличием собственных складских и торговых площадей и большей эффективность работы, что важно для успешной реализации белорусских товаров на мировых рынках.

1. **Информационная поддержка экспорта в Республике Беларусь**
2. **Услуги Белорусской универсальной товарно-сырьевой биржи**