

четкого графика). При этом стоит учитывать, что нет универсальной схемы размещения записей в сообществе.

Не менее важно разнообразие контента с точки зрения формы представления информации: изображения, аудио- и видеозаписи, документы и т.д.

3. Организация обратной связи — получение информации, описывающей результаты использования продукции и услуг, которую производители получают от потребителей. Она включает устные и письменные жалобы, претензии, рекомендации, официальную и неофициальную оценку, телефонные звонки, результаты опросов, анкетирования и т.д. Обратная связь помогает определить, где потенциальные клиенты берут нужную информацию, каковы интересы потребителей и др.

4. Мониторинг эффективности результатов позволяет скорректировать уже существующую стратегию продвижения либо выбрать более эффективную. Основной метрикой потребления контента в социальных сетях является количество просмотров, показывающее, сколько раз пользователи просматривали страницу публикации или весь ресурс, а также позволяющее оценить региональный охват аудитории, ее половозрастную структуру, просмотры определенных разделов, охват подписчиков и др.

Литература

1. Маркетинг в социальных сетях [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://smm.artox-media.ru/wiki/smm-marketing.html>. — Дата доступа: 03.12.2016.

2. Что важно знать о целевой аудитории? [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://powerbranding.ru/potrebitel/celevaya-auditoriya/>. — Дата доступа: 03.12.2016.

<http://edoc.bseu.by>

Я.М. Красуцкая
БГЭУ (Минск)

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

ВНЕШНЯЯ ТОРГОВЛЯ УСЛУГАМИ

Объем рынка услуг составляет приблизительно 25 % мирового товарного оборота, причем темп роста данного сектора мировой экономики значительно превышает темп роста мирового товарного оборота. Также торговля услугами влияет на занятость населения в национальной экономике в значительно большей степени, чем товарный рынок.

В рынок услуг входят самые различные виды деятельности, включающие в том числе:

- услуги, связанные с внешней торговлей, которые включают дополнительные издержки по товарам, морскому и другому транспорту и страхованию;

• услуги, связанные с обменом технологиями, в число которых можно включить капитальное строительство, техническое сотрудничество, управленческие услуги;

• путешествия, в которые входят поступления и доходы по туризму и деловым поездкам;

• банковские расходы, лизинг, платежи, связанные с доходами на капитал;

• заработная плата и другие трудовые доходы (сюда относятся заработная плата, выплачиваемая иностранным рабочим, а также вознаграждения и социальные пособия).

В Республике Беларусь сальдо внешней торговли услугами, в отличие от торговли товарами, на протяжении ряда лет остается положительным.

Показатели внешней торговли услугами Республики Беларусь
с 2006 по 2016 г., млрд долл. США

Показатель	Год										
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Экспорт	2,67	3,57	4,62	3,75	4,83	5,61	6,34	7,51	7,89	6,67	6,779
Импорт	1,71	2,1	2,77	2,24	3,01	3,32	3,88	5,25	5,74	4,35	4,236
Сальдо	0,96	1,47	1,85	1,51	1,82	2,29	2,46	2,26	2,15	2,32	2,543

Экспорт услуг в Беларуси обусловлен главным образом географическим положением страны. По этой причине свыше 52 % экспорта услуг приходится на транспорт. Прилагаются большие усилия к развитию компьютерных услуг и высоких технологий в целом.

Согласно статистическим данным Национального банка, в 2016 г. Беларусь увеличила экспорт услуг по сравнению с 2015 г. на 2,2 %. Объем внешней торговли услугами по итогам года составил 11,016 млрд долл. США (100 % к уровню предыдущего года). Экспорт услуг составил 6,779 млрд долл. США (102,2 %), импорт — 4,236 млрд долл. США (96,8 %).

Более половины экспортируемых услуг приходится на Европейский союз, около четверти — на Российскую Федерацию.

Учитывая отрицательное сальдо внешней торговли Республики Беларусь из-за превышения импорта над экспортом товаров, а также положительно складывающуюся динамику внешней торговли услугами, данному направлению стоит уделять большее внимание, так как при должном развитии экспорт услуг позволит выйти на положительное сальдо внешней торговли Республики Беларусь в целом.

Литература

1. Национальный банк Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://nbrb.by>. — Дата доступа: 21.02.2017.
2. Яковлева, Е. В. Внешнеэкономическая деятельность предприятия : учеб. пособие / Е. В. Яковлева. — Омск : ОмГТУ, 2009 — 90 с.
3. Myfin.by — финансовый портал. Сальдо [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://myfin.by/wiki/term/saldo>. — Дата доступа: 19.02.2017.

В.А. Людчик
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель А.М. Сняк

РАЗВИТИЕ РЫНКА АВТОМОБИЛЬНЫХ КОМПЛЕКТУЮЩИХ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Развитие рыночной экономики, появление большого числа торговых организаций, вовлечение в сферу торговой деятельности значительной части населения, развитие конкуренции, необходимость широкого внедрения современного оборудования и прогрессивных технологий обусловили потребность в новых подходах к организации коммерческой деятельности и технологических процессов в торговле.

Организация коммерческой деятельности в современных условиях строится на основе следующих принципов:

- полное равноправие торговых партнеров по поставкам товаров;
- хозяйственная самостоятельность поставщиков и покупателей;
- строгая материальная и финансовая ответственность сторон за выполнение принятых обязательств.

В настоящее время коммерческий успех торговой организации напрямую зависит от умения выявить и удовлетворить потребности рынка в товарах и услугах.

Большое значение сегодня имеет и внедрение прогрессивных технологий торгового обслуживания, которые основываются на удобных методах и формах продажи товаров. Нельзя не учитывать и активное развитие торговли через интернет, которая начинает конкурировать с традиционными формами торгового бизнеса.

В последнее время активно развивается такой сегмент автомобильного рынка, как автомобильные комплектующие и фурнитура.

На белорусском рынке сбытом автомобильных комплектующих, запчастей и фурнитуры занимаются «НЕВПА-Трейддинг», «МАЗ-Купава», «Техноцентр», «Белпромэнергия», «Белгазавтосервис», «Спецкузовстрой», «Стройремавто», «Юнискаф».

«НЕВПА-Трейддинг» была основана в 2009 г. и является официальным представителем турецкой компании NEVPA. Компания NEVPA — это один из крупнейших производителей комплектующих для кузовов любых модификаций, шасси прицепов и полуприцепов.