

13. Terada, T. RCEP Negotiations and the Implications for the United States / T. Terada // The National Bureau of Asian research. – 2018 – URL: https://www.researchgate.net/profile/Takashi-Terada/publication/330090815_RCEP_Negotiations_and_the_Implications_for_the_United_States/links/5c2ce2f6299bf12be3a84100/RCEP-Negotiations-and-the-Implications-for-the-United-States.pdf (date of access: 10.11.2024).

14. World Investment Report. – UNCTAD. – 2024. – URL: https://unctad.org/system/files/official-document/wir2024_annex-2_en.pdf (date of access: 10.11.2024).

Статья поступила в редакцию 15.11.2024.

УДК: 636.934

V. Pilui

The Institute of Economics of the NASB (Minsk)

DIRECTIONS OF ACTIVITIES TO INCREASE THE EFFICIENCY OF THE ORGANIZATIONS OF THE BELCOOPSOYUZ

The purpose of the study is to find ways to improve the efficiency of the organizations of the Belcoopsoyuz. Research objectives: to analyze the main results of the activities of consumer cooperatives in Belarus farmer farms, as well as the most effective cooperative associations in the world practice and, based on the results, to develop specific proposals in relation to the conditions of Belarus. The article examines the international experience of the formation, development and functioning of effective cooperative associations in New Zealand, the USA, as well as farms in Russia. The trends and prerequisites contributing to the development and strengthening of the role of cooperative associations are analyzed and identified, which allow them to successfully compete with large companies and create conditions for further development. Based on foreign experience, proposals are made to improve the efficiency of the organization systems of the Belcoopsoyuz.

Keywords: cooperative associations; production efficiency; farmers; producers of raw materials; processors; trade.

В. Н. Пилуй

кандидат экономических наук

ГНУ «Институт экономики НАН Беларуси» (Минск)

НАПРАВЛЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО ПОВЫШЕНИЮ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИЙ БЕЛКООПСОЮЗА

Целью исследования является поиск направлений по повышению эффективности функционирования организаций Белкоопсоюза. Задачи исследования: проанализировать основные результаты деятельности потребительских кооперативов Беларуси, крестьянских (фермерских) хозяйств, а также наиболее результативные в мировой практике кооперативные объединения и по результатам применительно к условиям Беларуси выработать конкретные предложения. В статье рассмотрен международный

опыт становления, развития и функционирования эффективных кооперативных объединений в Новой Зеландии, США, а также фермерских хозяйств России. Проанализированы и выявлены тенденции и предпосылки, способствующие развитию и усилению роли объединений кооператоров, что позволяют им успешно конкурировать с крупными компаниями и создавать условия для дальнейшего развития. На основании зарубежного опыта даны предложения по повышению эффективности организаций системы Белкоопсоюза.

Ключевые слова: кооперативные объединения; эффективность производства; фермеры; производители сырья; переработчики; торговля.

По мнению В. Г. Гусакова, успех наиболее мощных и эффективных продовольственных компаний заключается в единой и хорошо организованной структуре, предусматривающей все стадии от производства сельскохозяйственного сырья, выпуска (переработки) разнообразного ассортимента продукции до сбыта ее отечественным и зарубежным потребителям [1, с. 10].

С момента образования и в период социально-экономического кризиса на фоне оттока частного капитала из страны кооперативы были для руководства страны и населения оптимальным решением, которое позволило объединить ресурсы множества пайщиков для осуществления конкуренции с монополиями и частными предприятиями [2, с. 417].

В настоящее время с учетом возрастающей конкуренции со стороны торговых сетей отмечается снижение доли организаций Белкоопсоюза в розничном товарообороте страны с 3,9 % в 2020 году до 2,3 % в 2023 году. Поэтому о целесообразности сохранения ряда организаций потребительской кооперации ведутся оживленные дискуссии.

Изучение зарубежного опыта функционирования кооперативных объединения показало, что наиболее эффективно работают объединения, имеющие полный производственный цикл от получения сырья до реализации готовой продукции потребителям. Особенно отчетливо эти тенденции проявляется в кооперативных объединениях, занимающихся производством молочных продуктов.

Самым известным в мире молочным кооперативом является транснациональная компания Fonterra, которая образовалась в 2001 году в результате объединения крупного кооператива производителей сырого молока (включает около 11 тыс. фермеров-членов Молочной группы Новой Зеландии) и кооператива по оказанию маркетинговых услуг при экспорте готовой молочной продукции (Новозеландский молочный совет).

Руководящий орган компании представлен Советом пайщиков и Советом директоров. Совет пайщиков состоит из 35 советников, которые выбираются по одному из каждого административного района страны фермерами-пайщиками. Основная функция Совета пайщиков – мониторинг и контроль за работой Совета директоров (включает 13 членов), которые осуществляют стратегическое и тактическое планирование деятельности компании, а также обеспечивают соблюдение интересов фермеров. Также фермеры-пайщики несут ответственность по обязательствам компании в пределах паевого капитала, имеют право на получение дивидендов и поставляют на молокоперерабатывающие предприятия компании сырое молоко. При этом требования, предъявляемые к качеству молока довольно высокие [3].

Так, установлены следующие параметры по качеству молока: белок – 4 %, жир – не менее 6 %, наличие соматических клеток – не более 120 тыс. клеток на см³. За низкую жирность и содержание белка налагается штраф. При обнаружении в молоке антибиотиков хозяйство на две недели ставят на карантин а полученное молоко, в том числе контактируемое с ним, утилизируют. В случае повышенной бактериальной обсемененности на ферму направляют аудитора, но отказывают в приемке только после трех предупреждений за сезон. При этом фермеры-члены кооператива не имеют исключений и предпочтений.

Для сравнения в Беларуси к первому сорту относится молоко, имеющее не более 500 тыс./см³ соматических клеток, высшему сорту – не более 300 тыс./см³, к сорту «экстра» – не более 100 тыс./см³.

Благодаря удачной политике слияния интересов производства и торговли совокупный экспорт молочных продуктов Fonterra из Новой Зеландии составляет около 95 %, а это предприятие, его представительства (находятся в 140 странах мира) и дочерние организации производят четвертую часть всех молочных продуктов в мире.

В США также ведущую роль на рынке молочных продуктов занимает кооперативная ассоциация (союз) производителей молока Dairy Farmers of America (далее – DFA), которая объединила региональные кооперативы, состоящие из более 17 тыс. фермеров из 48 штатов, переработчиков сырья и организации, осуществляющие торговлю молочными продуктами. Для успешной функционирования компании был разработан Кодекс DFA, в котором изложены стандарты и ожидания относительно ключевых направлений социальной ответственности. Среди основных стандартов – прозрачность поставок, периодические аудиторские проверки, сертификация продукции, внутренняя и внешняя подотчетность, а также специальное обучение членов DFA [3].

Тенденция создания фермерами сильных кооперативных организаций наблюдается и в Республике Татарстан (Россия). В 1991 году в этой республике из 254 крестьянских (фермерских) хозяйств была образована ассоциация фермеров. Крестьянские (фермерские) хозяйства и крестьянские подворья (ЛПХ) Республики Татарстан производят около 50 % сельскохозяйственной валовой продукции республики. При этом на поддержку сельского хозяйства им выделяется около 20 % бюджета республики. В 2020 и 2021 годах их уровень рентабельности производства сельскохозяйственной продукции составил около 16 % при среднем показателе по республике 5 %, в том числе по животноводству – 27 %, при среднем показателе около 5 %. За 2018 – 2022 гг. наблюдается устойчивая тенденция роста объемов продукции фермеров. В 2022 г. по сравнению с 2021 г. темп роста продукции сельского хозяйства составил более 150 %. По состоянию на 2022 год в Республике Татарстан фермерами создано около 300 сельскохозяйственных потребительских кооперативов, включая производственные, перерабатывающие, снабженческо-сбытовые, кредитные кооперативы, а также лизинговую компанию «Татлизфер» [4].

Таким образом, у наиболее успешных кооперативных объединений (союзов) в мире учредителями являлись производители сырья (фермеры). В этих организациях четко прослеживается трехуровневая системы отношений от производства сырья, его переработки до продажи готовой продукции оптом или в розницу конечному потребителю. При этом выстроена единая прозрачная система контроля качества продукции и распределения прибыли.

В Беларуси, в отличие от зарубежных кооперативных объединений (союзов), образующей основой Белкоопсоюза являются организации торговли, число которых на 01.05.2024 составляло 56 из 94 организаций Белкоопсоюза. Их товарооборот за 2023 г. составил около 2 млрд рублей, или около 60 % от выручки от реализации продукции всех организаций Белкоопсоюза. Перерабатывающая промышленность представлена 12 организациями с годовой выручкой около 0,23 млрд рублей (7 % в структуре выручки организаций Белкоопсоюза), для которых сырье в виде сельскохозяйственного скота, зерна и другой продукции членами кооператива закупается у сельскохозяйственных организаций и населения, а не производится.

В свою очередь на 1 января 2024 г. в республике насчитывалось 3822 крестьянских (фермерских) хозяйств, которые в основном представлены мелкими разрозненными производителями сырья (табл.1).

Таблица 1 – Основные показатели деятельности крестьянских (фермерских) хозяйств

	Период (год)				
	2019	2020	2021	2022	2023
Число крестьянских (фермерских) хозяйств (на конец года), единиц	3265	3462	3642	3802	3822
Инвестиции в основной капитал, млн руб.	104,8	138,1	162,7	171,9	178,2
Выручка от реализации продукции, товаров, работ, услуг, млн руб.	666,4	725,7	948,7	1176,8	1227,4
Чистая прибыль, убыток (-), млн руб.	114,3	121,2	184,9	246,3	221,0
Рентабельность продаж, %	18,9	17,5	20,9	22,6	20,8
Рентабельность продаж в сельском хозяйстве, %	4,6	5,3	6,1	9,3	6,4
Продукция сельского хозяйства в фермерских хозяйствах, в текущих ценах, млн руб.	556	589	709	1014	961
в % от объема производства в хозяйствах всех категорий	2,6	2,5	2,7	3,2	2,9
продукция растениеводства, в текущих ценах, млн руб.	509	533	643	930	870
в % от объема производства в хозяйствах всех категорий	4,8	4,7	5,2	6,1	5,6
продукция животноводства, в текущих ценах, млн руб.	47	56	66	84	91
в % от объема производства в хозяйствах всех категорий	0,4	0,5	0,5	0,5	0,5

Примечание – Источник: составлено автором на основании данных [5].

Таким образом, за 2023 г. доля продукции сельского хозяйства, производимая фермерами, в общем объеме производства хозяйств всех категорий страны составляет 2,9 %, а рентабельность продаж – 20,8 %, что в 3 раза превысило средний показатель по отрасли (6,4 %). За последние 5 лет выручка от реализации продукции увеличилась на 84,1 %, инвестиций в основной капитал – на 70 %.

В Беларуси в отличие от зарубежных стран объединения фермеров представлены очень слабо. В регионах существуют областные общественные объединения (ассоциации) крестьянских (фермерских) хозяйств. Количество фермерских хозяйств, входящих в состав этих объединений, незначительно.

Причиной незаинтересованности фермеров во вступлении и участии в делах Белорусского общественного объединения фермеров является отсутствие конкретного

результата в защите их интересов. Так, уровень государственной поддержки фермеров ниже, чем у сельскохозяйственных организаций. В 2018 году фермерами произведено около 2 % общего объема сельскохозяйственной продукции страны, при этом из республиканского бюджета в виде государственной поддержки им выделено около 0,1 % от объема выделяемых средств, или с учетом объема произведенной продукции в 20 раз меньше, чем сельскохозяйственным организациям и иным производителям. В свою очередь, в рамках Государственной программы «Аграрный бизнес» на 2021–2025 годы в части выделенных средств на закупку племенного поголовья и приобретение ветеринарных препаратов для животных на развитие звероводческой отрасли Белкоопсоюза в 2021 – 2023 гг. в расчете на единицу произведенной продукции предусмотрено средств больше чем для сельскохозяйственных организаций. Данное умение отстаивать свои интересы при формировании и реализации указанной программы позволило бы фермерам привлечь существенные средства в виде государственной поддержки для развития своих хозяйств.

Так, исходя из нашей оценки исполнения показателей консолидированного бюджета за ряд лет в части оказания государственной поддержки сельскому хозяйству средний ее размер составляет около 10 % выручки. Поэтому при проведении Белкоопсоюзом соответствующей работы по анализу, оценке и объективному выделению средств государственной поддержки фермерам имеется возможность увеличить их доходы на данную сумму. Это способствовало бы привлечению фермеров в состав членов Белкоопсоюза. Рассмотрим возможные направления взаимодействия Белкоопсоюза и фермеров, при осуществлении взаимовыгодного сотрудничества и координации действий (табл. 2).

Таблица 2 – Возможные направления взаимодействия Белкоопсоюза и фермеров

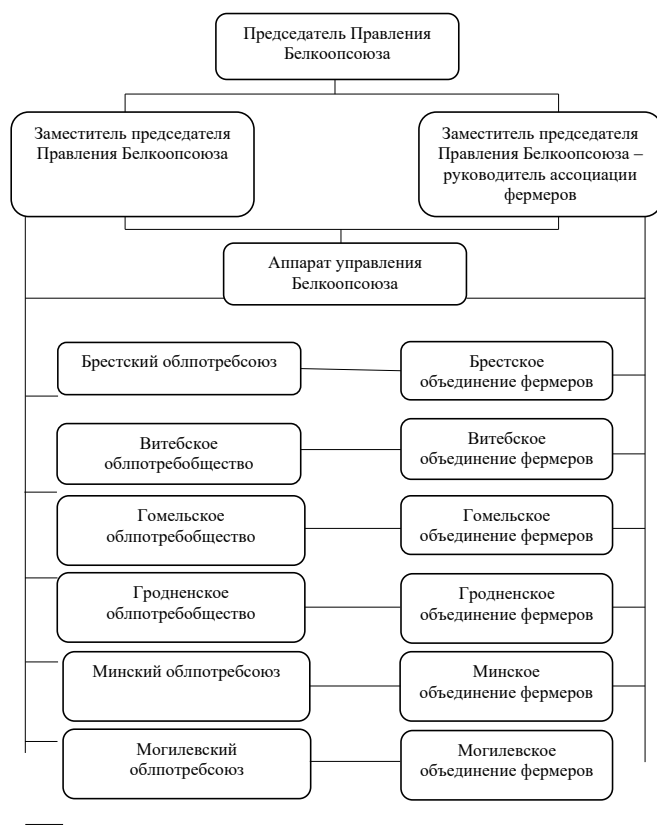
Направления деятельности	Белкоопсоюз		Фермеры	
	Сильные стороны	Слабые стороны	Сильные стороны	Слабые стороны
1. Сельское хозяйство (выращивание пушных зверей (норки))				
	Имеется опыт производства, оборудование для изготовления кормов, техника, племенное ядро норок,	1) снижение мирового спроса на натуральный мех; 2) убыточность производства; 3) недостаток сырья (скот, зерно) для изготовления кормов для зверей	1) в случае роста спроса на меховое сырье имеется возможность обеспечить его дополнительное производство, том числе наличие территории для размещения производства, возможность изготовить шеды и клетки; 2) имеются дополнительные источники кормовой базы (из остатков и субпродуктов, полученных от убоя животных и зерна изготавливается каша для кормления норок)	Отсутствие племенных животных, разобщенность фермеров

2. Промышленность:				
Производство мяса и колбасных изделий	Наличие убойных цехов, складов, оборудования по производству мясных изделий	Отсутствие сырья (скот для убой), необходимость его закупки у сторонних организаций	Возможность выращивания и дополнительной поставки сырья (скот, зерно, пряности и иные компонентов для производства)	Отсутствие сертифицированных убойных цехов и оборудования
Флодоовощные консервы	Наличие производственных мощностей	Отсутствия сырья (плодов, овощей, ягод, грибов), необходимость закупки у различных поставщиков	Возможность производства дополнительной поставки сырья	Отсутствие в необходимых объемах складских помещений и оборудования для хранения и производственных мощностей
Замороженные овощи	Наличие производственных мощностей	Отсутствие производства сырья (овощей)	Возможность дополнительного выращивания и поставки сырья	Отсутствие необходимых производственных мощностей для переработки
Хлебо-булочные изделия	Наличие производственных мощностей, торговых объектов	Отсутствие сырья (зерно, пряности)	Возможность выращивания и дополнительной поставки сырья (зерна, муки, пряностей)	Отсутствие необходимых производственных мощностей и торговых объектов
Напитки ферментированные содержащие алкоголь	Наличие производственных мощностей, торговые объекты	Отсутствие отдельных пищевых компонентов (фрукты, ягоды, зерно, мед и др.)	Возможность дополнительного производства необходимых компонентов	Отсутствие необходимых производственных мощностей
3. Строитель-ство	Наличие строительных бригад, возможность оказания услуг	Недостаточное количество объектов по строительству (ремонт)	Платежеспособность	Отсутствие строительных бригад
4. Оптовая и розничная торговля	Наличие торговых объектов, техники и оборудования	Зависимость ассортимента от поставщиков	Возможность поставки отдельных товаров из ассортимента продукции (молоко, мясо, мед и др.)	Отсутствие торговых объектов и продавцов
5. Транспортная деятельность, складирование, почтовая и курьерская деятельность	Наличие складов и транспортных средств для оказания услуг, возможность доставки продукции фермеров потребителям	Недостаточное количество заказов	Возможность обеспечить ряд заказов в части перевозки сельскохозяйственной продукции	Недостаток складов, торговых объектов, транспорта, курьеров и экспедиторов
6. услуги по временному проживанию и питанию	Наличие гостиниц и объектов общепита, возможность предоставления дополнительных услуг фермерам	Недостаточное количество заказов	Возможность обеспечить ряд заказов на проведение банкетов и торжеств	Недостаток объектов по проживанию (в случае привлечения сезонных работников) и общепиту

Примечание – Источник: собственная разработка автора.

Таким образом, исследование возможных направлений взаимодействия Белкоопсоюза и фермеров указывают на наличие перспектив сотрудничества практически по всему спектру деятельности. По нашим расчетам, в условиях 2023 г. возможное вхождение в состав членов Белкоопсоюза крестьянских (фермерских) хозяйств позволило бы им увеличить доходы приблизительно на 10–15 % за счет дополнительных сумм государственной поддержки, предусмотренных на развитие агропромышленного комплекса, а также синергетического эффекта от сотрудничества. Эти средства могли бы быть использованы фермерами для инвестирования в развитие своих хозяйств. Надлежащая работа Белкоопсоюза по отстаиванию интересов фермеров на всех уровнях государственного управления стала бы главным стимулом по привлечению фермеров в состав членов Белкоопсоюза.

В свою очередь, расширение Белкоопсоюза за счет дополнительных пайщиков и использования возможных резервов по каждому направлению деятельности с учетом возможностей фермеров позволит объединению улучшить показатель рентабельности. С учетом изложенного предлагается следующая возможная организационная структура Белкоопсоюза путем вхождения в его состав в качестве членов кооператива крестьянских (фермерских) хозяйств (см. рисунок).



Организационная структура Белкоопсоюза при вхождении в его состав в качестве членов крестьянских (фермерских) хозяйств

Примечание – Источник: собственная разработка автора.

В соответствии с данной структурой руководителю ассоциации фермеров предлагается войти в состав Белкоопсоюза в качестве заместителя председателя Правления Белкоопсоюза – руководителя ассоциации фермеров. Основной его функцией будет являться координирование работы областных объединений фермеров с областными потребительскими союзами по выработке взаимовыгодных направлений сотрудничества.

В настоящий время в областных объединениях состоит незначительное количество фермеров. Несмотря на их разрозненность и не скоординированность они являются фактически независимыми, эффективными и самодостаточными производителями. Поэтому для вхождения фермеров в состав Белкоопсоюза необходима разработка стратегии привлечения фермеров с комплексом конкретных мероприятий по соблюдению их интересов в части распределения государственной поддержки, пропаганды в СМИ преимуществ вхождения фермеров в состав членов Белкоопсоюза и выстраивание взаимовыгодных отношений.

В целом качественное проведение комплекса мероприятий по привлечению в состав Белкоопсоюза крестьянских (фермерских) хозяйств в качестве членов кооператива позволит улучшить его финансовое положение.

Источники

1. Гусаков, В. Г. Мировые тенденции и неотложные меры агропродовольственного развития Беларуси / В. Г. Гусаков // Агроэкономика. – 2010. – № 10. – С. 6–12.

Gusakov, V. G. World trends and urgent measures of agro-food development of Belarus / V. G. Gusakov // Agroeconomics. – 2010. – № 10. – P. 6–12.

2. Пилуй, В. Н. Особенности развития потребительской кооперации в Беларуси / В. Н. Пилуй // Стратегия развития экономики Беларуси: вызовы, инструменты и перспективы : сб. науч. ст.: в 2 т. Т. 1 ; ред. кол.: Д. В. Муха [и др.]; Национальная академия наук Беларуси ; Институт экономики НАН Беларуси. – Минск : Право и экономика, 2024. – С. 412–417.

Pilui, V. N. Features of the development of consumer cooperation in Belarus / V. N. Pilui // Belarus' economic Development strategy: challenges, tools and prospects: collection of scientific articles : in 2 vol. Vol. 1 ; ed. col.: D. V. Mukha [et al.] ; National Academy of Sciences of Belarus ; Institute of Economics of the National Academy of Sciences of Belarus. – Minsk : Law and Economics, 2024. – P. 412–417.

3. Иванова, С. В. Кооперативы в мировом молочном подкомплексе: позиции и стратегия / С. В. Иванова // Международный сельскохозяйственный журнал / 2012. – № 4. – С. 51–54.

Ivanova, S. V. Cooperatives in the global dairy subcomplex: positions and strategy / S. V. Ivanova // International Agricultural Journal. – 2012. – №. 4. – P. 51–54.

4. Муравьева, М. В. Проблемы и перспективы развития крестьянских (фермерских) хозяйств и сельских индивидуальных предпринимателей в России / М. В. Муравьева, И. Л. Воротников, А. Ш. Ситалиев // Вестник Воронежского государственного аграрного университета. – 2023. – № 1, т. 16. – С. 243–257.

Muravyeva, M. V. Problems and prospects of development of peasant (farm) farms and rural individual entrepreneurs in Russia / M. V. Muravyeva, I. L. Vorotnikov, A. Sh. Sitaliev // Bulletin of the Voronezh State Agrarian University. – 2023. – № 1, vol. 16. – P. 243–257.

5. Деятельность крестьянских (фермерских) хозяйств в Республике Беларусь в 2023 году / Нац. стат. комитет Респ. Беларусь. – URL: https://belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector-ekonomiki/selskoe-hozyaistvo/selskoe-khozyaystvo/statisticheskie-izdaniya/index_9827 (дата обращения: 18.10.2024).

The activity of peasant (farm) farms in the Republic of Belarus in 2023 / National stat. The Committee of the Rep. Belarus. – URL: https://belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector-ekonomiki/selskoe-hozyaistvo/selskoe-khozyaystvo/statisticheskie-izdaniya/index_9827 (date of access: 18.10.2024).

Статья поступила в редакцию 01.11.2024.

УДК: 339.5+658.8

N. Podobed
Y. Enin
BSEU (Minsk)

EVALUATING THE EFFECTIVENESS OF INTEGRATED MARKETING COMMUNICATIONS

The article considers basic metrics for evaluating the effectiveness of the main elements of integrated marketing communications (IMC), in the context of active digitalization of marketing. Various approaches and indicators of online and offline promotion are analyzed. Examples of tools for content analytics are given. The main authors principles for evaluating the effectiveness of IMC elements are determined. The author's vision of structuring effectiveness indicators within relative and absolute metrics is indicated.

Keywords: *integrated marketing communications; marketing communication efficiency; public relations; direct marketing; sales promotion.*

Н. А. Подобед
кандидат экономических наук, доцент
Ю. И. Енин
доктор экономических наук, профессор
БГЭУ (Минск)

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНТЕГРИРОВАННЫХ МАРКЕТИГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

В статье рассматриваются основные показатели для оценки эффективности основных элементов интегрированной маркетинговой коммуникации (ИМК) в контексте активной цифровизации маркетинга. Анализируются различные подходы и показатели онлайн- и офлайн-продвижения. Приведены примеры инструментов для аналитики контента. Определены основные принципы оценки эффективности элементов ИМК. Изложено видение авторов в области структурирования показателей эффективности в рамках относительных и абсолютных метрик.