

# МИРОВОЕ ХОЗЯЙСТВО И ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКИЕ СВЯЗИ



**Г.А. КОРОЛЕНКО, Н.П. ЯРОВАЯ**

---

## *ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТОВАРОПРОВОДЯЩЕЙ СЕТИ БЕЛОРУССКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ ЗА РУБЕЖОМ*

---

Одним из существенных факторов, не позволяющих достичь качественных сдвигов в экспортном секторе производства и повышения эффективности внешнеэкономических связей Республики Беларусь, является недостаточное развитие инфраструктуры внешней торговли, несоответствие ее перспективным требованиям деловой среды.

Обострение конкурентной борьбы на мировых товарных рынках привело к тому, что в настоящее время лишь немногим белорусским предприятиям удастся успешно реализовывать свою продукцию за рубеж. Вопросу развития инфраструктуры внешней торговли в настоящее время необходимо уделять пристальное внимание, так как успех всей производственной деятельности и завоевание своего сектора на рынке зависит от оптимизации процесса продвижения товара к потребителю и результатов реализации продукции. При практически одинаковых характеристиках товара компания может обойти конкурентов, если сможет наилучшим образом реализовать свой продукт.

В отличие от развитых стран формирование инфраструктуры внешней торговли Республики Беларусь, основными элементами которой являются товаропроводящая сеть и система информационно-маркетинговой поддержки, происходит стихийно методом “проб и ошибок”.

Развитие товаропроводящей сети белорусских предприятий и организаций за рубежом осуществляется в рамках Национальной программы развития экспорта на 2006 – 2010 гг., а его регулирование на законодательном уровне — на основе Инвестиционного кодекса Республики Беларусь, постановления Совета Министров Республики Беларусь № 324 от 29.05. 1992 г. “Об инвестиционной деятельности белорусских субъектов хозяйствования за границей” с изменениями и дополнениями. В частности, в постановлении предусмотрено, что юридические и физические лица республики, получившие в установленном порядке право на внешнеэкономическую деятельность, могут осуществлять ее за рубежом путем создания в иностранных государствах хозяйственных структур.

---

*Геннадий Антонович КОРОЛЕНКО, доктор экономических наук, профессор, проректор по научной работе Белорусского государственного экономического университета;  
Наталья Петровна ЯРОВАЯ, кандидат экономических наук, доцент кафедры управления предприятиями торговли Белорусского государственного экономического университета.*

Регистрация зарубежных предприятий в Республике Беларусь производится в течение одного месяца с даты регистрации их за границей [1].

Незначительное количество законодательных актов объясняется тем, что деятельность данных структур регулируется нормами права страны пребывания и, следовательно, подчиняется белорусскому законодательству лишь в вопросах их регистрации, уплаты налогов и предоставления отчетности.

Проведенное исследование позволило установить, что объекты товаропроводящей сети белорусских предприятий за рубежом классифицируются по определенным критериям.

- По степени участия белорусского капитала:

хозяйствующие субъекты за рубежом с вложением собственного капитала предприятия независимо от доли в уставном фонде (прямая товаропроводящая сеть);

представительства, филиалы белорусских предприятий за рубежом, находящиеся на их текущем финансировании;

дилеры, дистрибьюторы, торговые агенты — субъекты хозяйствования иностранного государства, представляющие интересы белорусских предприятий на договорной основе (косвенная товаропроводящая сеть).

- По степени ведомственной принадлежности:

объекты товаропроводящей сети, созданные белорусскими предприятиями, имеющими ведомственную принадлежность;

объекты товаропроводящей сети, не имеющие ведомственной принадлежности.

Товаропроводящая сеть предприятий Республики Беларусь за рубежом в настоящее время представлена тремя группами объектов, созданными:

1) непосредственно отраслевыми министерствами, производственными объединениями и предприятиями-товаропроизводителями Республики Беларусь;

2) посредническими организациями Республики Беларусь;

3) Министерством торговли Республики Беларусь совместно с отраслевыми министерствами, производственными объединениями, предприятиями в виде коллективных торговых представительств.

Следует отметить, что статистический учет товаропроводящей сети белорусских предприятий за рубежом ведется Министерством статистики и анализа только с 2000 г. по форме 1-ТС «Отчет о наличии прямых объектов товаропроводящей сети за рубежом и реализации ими товаров, произведенных в Республике Беларусь». В статистической отчетности отражаются результаты деятельности только прямой сети. Ведение статистического учета показателей работы структур товаропроводящей сети, созданных или действующих без участия капитала белорусских субъектов хозяйствования, в том числе независимых внешнеторговых посредников, практически невозможно, так как данные субъекты не подпадают под юрисдикцию Республики Беларусь.

Данные государственной статистической отчетности свидетельствуют о росте объектов прямой сети белорусских предприятий за рубежом при одновременном снижении объемов реализации товаров через нее. Так, в 2000 г. за рубежом функционировало 146 объектов товаропроводящей сети, в том числе 114 — в регионах России, 9 — в странах СНГ\*, 22 — в странах дальнего зарубежья (Литва, Латвия, Германия, Австрия, Бельгия, Болгария, Италия и др.). В 2002 г. количество объектов товаропроводящей сети возросло до 180 и по сравнению с 2000 г. увеличилось на 23,3 %, в том числе в регионах России — до 137 (или в 2 раза к уровню 2000 г.); в странах СНГ — до 19 объектов и в дальнем зарубежье — до 24 объектов, или на 111,1 и 9 % соответственно.

В 2003 г. товаропроводящая сеть белорусских предприятий сократилась до 173 объектов, или на 3,9 % по сравнению с 2002 г., в том числе в регионах Рос-

---

\*При анализе количества объектов товаропроводящей сети за рубежом учитывается количество объектов, созданных в странах СНГ, за исключением России.

сии до 126 объектов, или на 8 % [2]. При этом количество объектов сети в странах СНГ возросло до 22, или на 15,8 % по сравнению с 2002 г., в странах дальнего зарубежья — до 25, или на 4,2 % соответственно (рис. 1).

Наибольшее количество объектов товаропроводящей сети создано белорусскими субъектами хозяйствования в регионах Российской Федерации. На основании данных Министерства статистики и анализа Республики Беларусь и Министерства иностранных дел Республики Беларусь было рассчитано, что в 2003 г. доля объектов сети, созданных в России, составила 72,8 % в общем количестве объектов прямой товаропроводящей сети и уменьшилась на 4,3 % по сравнению с 2002 г. Доля объектов товаропроводящей сети, созданных белорусскими субъектами хозяйствования в странах СНГ в 2000–2001 гг., составляла 6,5 %, а в 2002 г. увеличилась до 10,6 %. В 2003 г. эта тенденция сохранилась, что свидетельствует об активизации торгово-экономических отношений Республики Беларусь с данными государствами. Доля стран СНГ в общем количестве объектов товаропроводящей сети белорусских предприятий за рубежом составила 12,7 % и увеличилась на 20 % к уровню 2002 г. Количество объектов товаропроводящей сети в странах дальнего зарубежья существенно не изменяется, их доля составляет в среднем около 14 %. Причем на протяжении 2001–2002 гг. наблюдалась тенденция ее снижения, в 2003 г. она составила 14,5 % и увеличилась на 9 % по сравнению с 2002 г.

В целом объем реализации товаров объектами сети за рубежом в 2003 г. составил 784 534,6 тыс. дол. США и увеличился по сравнению с 2000 г. на 22,4 %. Необходимо отметить, что 2002 г. характеризуется самым низким объемом реализации товаров за анализируемый период. Так, фактическая реализация товаров объектами сети в 2002 г. составила 620 853,3 тыс. дол. США и уменьшилась по сравнению с 2000 г. на 3,1 %, а в 2003 г. увеличилась на 26,4 % к уровню 2002 г. В 2002 г. снижение объемов экспорта произошло, несмотря на увеличение количества объектов товаропроводящей сети за рубежом, а в 2003 г. объем реализации товаров увеличился, несмотря на некоторое сокращение количества функционирующих объектов.

В 2003 г. произошло незначительное повышение доли реализации продукции через товаропроводящую сеть за рубежом в общем объеме экспорта Республики Беларусь (рис. 2).

Согласно проведенным расчетам на основании данных Министерства иностранных

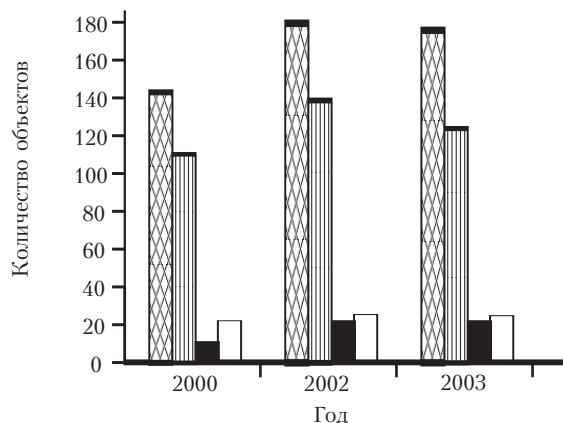


Рис. 1. Количество объектов прямой товаропроводящей сети в 2002 и 2003 гг. к уровню 2000 г.: ▨ — общее количество объектов; в том числе: ▤ — в России; ■ — в странах СНГ; □ — в странах дальнего зарубежья

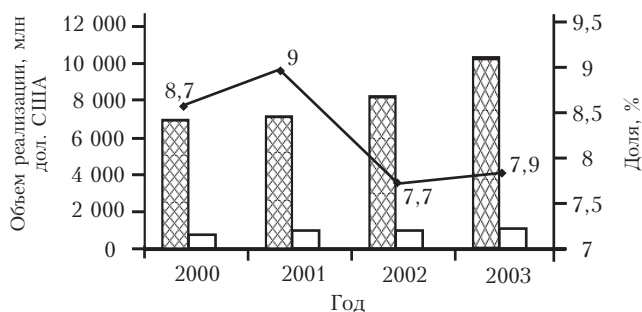


Рис. 2. Реализация товаров объектами товаропроводящей сети за рубежом и их доля в общем объеме экспорта Республики Беларусь в 2000–2003 гг.: ▨ — объем экспорта Республики Беларусь; □ — объем реализации товаров объектами сети; —●— — доля в объеме экспорта

дел, в 2000 г. доля реализации продукции через товаропроводящую сеть составляла 8,7 %, а в 2003 г. она снизилась до 7,9 % или на 9,2 % по сравнению с 2000 г. В 2002 г. зафиксировано наименьшее значение данного показателя — 7,7 %. Доля реализации продукции через товаропроводящую сеть в страны СНГ составляла в 2003 г. 11,2 % от общего объема экспорта в эти государства. Самый высокий показатель доли экспорта в страны СНГ обусловлен наибольшим количеством объектов сети, созданных в нем белорусскими субъектами хозяйствования. Доля реализации продукции в страны дальнего зарубежья составила 3,9 % соответственно (табл. 1).

**Таблица 1. Доля реализации продукции объектами товаропроводящей сети в общем объеме экспорта Республики Беларусь в 2000—2003 гг., млн дол. США**

| Показатель   | 2000 г. | 2001 г. | 2002 г. | 2003 г. |
|--|---------|---------|---------|---------|
| Объем экспорта Республики Беларусь   | 7 326   | 7 448   | 8 098   | 9 964   |
| Объем реализации товаров объектами товаропроводящей сети                     | 640,8   | 673,91  | 620,85  | 784,53  |
| Доля в объеме экспорта, %  | 8,7     | 9,0     | 7,7     | 7,9     |
| Объем экспорта в страны СНГ  | 4 399   | 4 491   | 4 461   | 5 453   |
| Объем реализации товаров объектами товаропроводящей сети в странах СНГ       | 445,73  | 495,17  | 524,57  | 609,74  |
| Доля в объеме экспорта в страны СНГ, %                                       | 10,1    | 11,0    | 11,8    | 11,2    |
| Объем экспорта в дальнее зарубежье   | 2 927   | 2 957   | 3 637   | 4 511   |
| Объем реализации товаров объектами товаропроводящей сети в дальнем зарубежье | 195,08  | 178,74  | 96,29   | 174,79  |
| Доля в объеме экспорта в дальнее зарубежье, %                                | 6,7     | 6,0     | 2,6     | 3,9     |

*Источник:* при расчете данных таблицы использован [3].

Проведенный анализ свидетельствует о снижении эффективности функционирования товаропроводящей сети в 2000—2003 гг. как в странах СНГ, так и в дальнем зарубежье, несмотря на увеличение количества созданных объектов, что, главным образом, связано с уменьшением результативности работы объектов сети.

Учредителями или соучредителями объектов прямой товаропроводящей сети выступают субъекты хозяйствования Республики Беларусь, большинство из которых имеют ведомственную подчиненность. Анализ ведомственной подчиненности предприятий, являющихся учредителями (соучредителями) объектов прямой товаропроводящей сети, свидетельствует о том, что наибольшее количество объектов сети принадлежит Министерству промышленности и концерну “Беллепром” (табл. 2).

Согласно данным табл. 2, доля объектов концерна “Беллепром” имеет постоянную тенденцию к росту и увеличилась в 2003 г. по сравнению с 2000 г. на 47,8 %. Доля объектов товаропроводящей сети, принадлежащей Министерству промышленности, в 2003 г. составила 34,7 % и сократилась на 19,7 % к уровню 2000 г. Количество объектов товаропроводящей сети концерна “Белнефтехим” увеличилось на 57,1 % к уровню 2000 г., в то же время их доля в 2003 г. сократилась на 4,5 % по сравнению с 2002 г. Концерну “Белресурсы” в 2000 г. принадлежало 10 объектов за рубежом, в 2003 г. их количество и доля концерна существенно не изменились. Резко сократился удельный вес объектов товаропроводящей сети концерна “Беллесбумпром” и составил в 2003 г. 9,2 %, что на 46,2 % меньше, чем в 2000 г. В 2002 г. товаропроводящая сеть концерна “Белтрансгаз” за рубежом была вообще ликвидирована.

**Таблица 2. Ведомственная подчиненность предприятий, являющихся учредителями (соучредителями) объектов прямой товаропроводящей сети, 2000—2003 гг.**

| Наименование министерства (концерна), к которому относится предприятие | 2000 г.         |                                    | 2001 г.         |                                    | 2002 г.         |                                    | 2003 г.         |                                    |
|--|-----------------|------------------------------------|-----------------|------------------------------------|-----------------|------------------------------------|-----------------|------------------------------------|
|  | Кол-во объектов | Уд. вес в общем кол-ве объектов, % | Кол-во объектов | Уд. вес в общем кол-ве объектов, % | Кол-во объектов | Уд. вес в общем кол-ве объектов, % | Кол-во объектов | Уд. вес в общем кол-ве объектов, % |
| Министерство промышленности  | 63              | 43,2                               | 61              | 36,0                               | 73              | 40,5                               | 60              | 34,7                               |
| Концерн “Беллегпром”   | 36              | 24,7                               | 50              | 29,5                               | 56              | 31,1                               | 63              | 36,5                               |
| Концерн “Беллесбумпром”  | 25              | 17,1                               | 30              | 17,8                               | 17              | 9,4                                | 16              | 9,2                                |
| Концерн “Белресурсы”   | 10              | 6,8                                | 11              | 6,5                                | 11              | 6,1                                | 12              | 6,9                                |
| Концерн “Белнефтехим”  | 7               | 4,8                                | 9               | 5,3                                | 12              | 6,7                                | 11              | 6,4                                |
| Концерн “Белтрансгаз”  | 4               | 2,7                                | 5               | 3,0                                | —               | —                                  | —               | —                                  |
| Министерство архитектуры и строительства                               | —               | —                                  | —               | —                                  | 2               | 1,1                                | 3               | 1,7                                |
| Министерство торговли  | —               | —                                  | 1               | 0,7                                | 1               | 0,6                                | —               | —                                  |
| Концерн “Белгоспищепром”   | —               | —                                  | —               | —                                  | 1               | 0,6                                | 3               | 2,9                                |
| Субъекты хозяйствования, не имеющие ведомственной подчиненности        | 1               | 0,7                                | 2               | 1,2                                | 7               | 3,9                                | 5               | 1,7                                |
| <b>В с е г о</b>   | <b>146</b>      | <b>100</b>                         | <b>169</b>      | <b>100</b>                         | <b>180</b>      | <b>100</b>                         | <b>173</b>      | <b>100</b>                         |

*Источник:* при расчете данных таблицы использован [2].

В 2002 г. ряд объектов товаропроводящей сети открыли за рубежом концерн “Белгоспищепром” и Министерство архитектуры и строительства. Их доля в 2003 г. в общем количестве объектов товаропроводящей сети составила 2,9 и 1,7 % соответственно. Увеличилось количество структур, созданных субъектами хозяйствования без ведомственной подчиненности. В 2003 г. их доля составила 1,7 % и увеличилась по сравнению с 2000 г. в 2,4 раза.

Однако официальные данные не позволяют точно определить общее количество объектов товаропроводящей сети белорусских предприятий. Во исполнение Национальной программы развития экспорта на 2000—2005 гг., поручения Министерства иностранных дел Республики Беларусь “О формировании республиканской базы данных” от 28.10. 2002 г. в рамках проекта “Разработка информационной системы “Товаропроводящая сеть Республики Беларусь за рубежом”” РУП “Национальный центр маркетинга и конъюнктуры цен” была собрана первичная информация и сформирована республиканская база данных по объектам товаропроводящей сети предприятий республики за рубежом в отраслевом, региональном и номенклатурном разрезах. База данных содержит информацию более чем о 1 500 объектах 110 белорусских организаций. При ее формировании был проведен анализ информационно-аналитических материалов Министерства иностранных дел и заграничных учреждений Республики Беларусь, информационно-аналитических материалов Министерства торговли Республики Беларусь, средств массовой информации и ресурсов сети “Интернет”.

Анализ базы данных показывает, что наибольшее количество объектов товаропроводящей сети расположено в России — 78,5 %, Украине — 4,9, Казахстане — 1,5, Польше — 1,27, Латвии — 1,2 %. Объекты товаропроводящей се-

ти согласно результатам исследования расположены в 68 странах, а по данным официальной статистики — в 23 [4].

Отсутствие достоверных данных официальной статистики затрудняет объективную оценку результатов деятельности товаропроводящей сети белорусских предприятий за рубежом, поэтому необходимо усовершенствовать методику статистического учета как по количеству объектов товаропроводящей сети, так и объемам продаж с их участием. Проведенный анализ деятельности товаропроводящей сети белорусских предприятий согласно данным официальной статистики и сравнение их с результатами исследования РУП “Национальный центр маркетинга и конъюнктуры цен” показали несовершенство статистического учета объектов прямой сети и отсутствие учета объектов косвенной сети. Форма статистической отчетности по товаропроводящей сети включает следующие разделы: наименование предприятия, наименование и местонахождение объекта товаропроводящей сети, наименование реализуемой продукции, объем реализуемой продукции в стоимостном и денежном выражении. Считаю целесообразным для более точного учета объектов прямой и косвенной товаропроводящей сети ввести учет по формам сети и объемам реализуемой через них продукции в разрезе регионов и стран, а также показатель доли экспорта через товаропроводящую сеть в общем объеме экспорта республики. Данные о результатах деятельности косвенной сети можно получить из отчетов, периодически предоставляемых объектами товаропроводящей сети предприятиям.

Проанализируем проблемы создания и функционирования товаропроводящей сети белорусских предприятий за рубежом в отраслевом разрезе, учитывая специфику и особенности реализации продукции, производимой предприятиями данной отрасли.

Наиболее развита товаропроводящая сеть предприятий, подведомственных Министерству промышленности, концернам “Беллепром” и “Беллесбумпром”. Исследование функционирования этой сети предприятий Министерства промышленности свидетельствует о том, что специфика производимой продукции оказывает воздействие на ее формы и выдвигает в качестве приоритетной организацию собственной сети. Ее наиболее эффективно действующими элементами являются дилерские центры, фирменные центры послепродажного обслуживания, собственные и смешанные акционерные общества, совместные предприятия. Развитие объектов товаропроводящей сети затруднено по ряду объективных (изменение условий деятельности на внешних рынках, в том числе усиление конкуренции, предоставление производителями выгодных условий поставки товаров, низкая платежеспособность хозяйствующих субъектов ряда стран, повышение требований к качеству продукции) и субъективных причин (отсутствие финансовых средств у предприятий для развития сети, отсутствие средств для модернизации и повышения качества продукции в соответствии с требованиями рынка, невозможность применения разнообразных условий платежа и форм расчета, нежелание некоторых руководителей понять необходимость развития сети для обеспечения сбыта товаров в долгосрочном периоде, недостаточная компетентность работников при реализации сложнотехнической продукции).

Основной формой товаропроводящей сети предприятий концернов “Белресурсы”, “Беллепром”, “Беллесбумпром” являются торговые дома.

Так, в настоящее время концерн “Белресурсы” является учредителем и акционером 20 торговых домов за рубежом, из них созданных по поручению правительства — 14, по решению руководства концерна — 6 [4]. Необходимо отметить, что данные о количестве торговых домов концерна “Белресурсы” существенно различаются. Так, согласно данным Министерства иностранных дел, за рубежом функционируют 11 объектов, из них 6 — в России. Очевид-

ным является несовершенство статистического учета, что влечет за собой недостоверную оценку объемов реализованной продукции и эффективности функционирования торговых домов.

Как предполагалось при их создании, торговые дома станут межотраслевыми оптово-розничными структурами, комплексно представляющими Республику Беларусь прежде всего на российских региональных рынках. Однако они не внесли существенного вклада в наращивание экспорта белорусских товаров на российский рынок и обеспечение встречных поставок в республику продукции критического импорта.

В целом деятельность торговых домов, созданных с участием концерна “Белресурсы”, не отражает их действительные возможности в части реализации и поставки комплектующих, сырьевых и материальных ресурсов в Беларусь. Из действующих торговых домов только половина представляет собой состоявшиеся коммерческие организации, ведущие реальную хозяйственную деятельность. Их становление состоялось в большинстве случаев без какой-либо экономической поддержки со стороны государственных органов. Остальные торговые дома либо работают без участия концерна, либо фактически не функционируют. Так согласно информации Посольства Республики Беларусь в Российской Федерации, торговый дом “Кубань — Беларусь” в Краснодарском крае фактически не функционирует. Концерн “Белресурсы” не может обеспечить выполнение взятых на себя обязательств по поставке медикаментов в счет поставленного в республику зерна. Торговый дом “Беларусь — Волгоград”, зарегистрированный в 2001 г. (учредителями являются администрация Волгоградской области (50 %) и концерн “Белресурсы” (50 %)), фактически работает без участия концерна.

Нами выявлено, что основной причиной низкой эффективности работы торговых домов является недостаточная организационная проработка вопросов их создания, когда концерн был нацелен только на количественный фактор, но не уделял должного внимания созданию действенных экономических инструментов организации продаж белорусских товаров на внешних рынках. Проведенный анализ показал, что концерн полностью выполнил свои обязательства по формированию уставного фонда торговых домов только в 8 случаях из 20, или на 40 %. В 7 торговых домах обязательства по внесению денег в уставный фонд вообще не выполнены. На эффективность их работы повлияло отсутствие финансовой поддержки со стороны концерна в период становления, отсутствие налаженного оптового звена и разветвленной торговой сети. Ряд торговых домов концерна прекратил существование в связи с допущенными ошибками при подборе учредителей и руководителей, что привело к их неудовлетворительной работе. Руководители концерна заинтересованы в реализации только пользующихся повышенным спросом белорусских товаров (холодильников, телевизоров, продукции легкой промышленности). Так, в частности, переговоры о реализации товаров местной промышленности предприятий концерна “Белместпром” через структуры концерна “Белресурсы” не увенчались успехом.

Таким образом, причинами низкой эффективности работы торговых домов концернов “Белресурсы”, “Беллегпром”, “Беллесбумпром” являются:

- отсутствие финансовой поддержки со стороны концернов в период становления;
- отсутствие необходимых оборотных средств;
- отсутствие у торговых домов налаженного оптового звена и собственной разветвленной сети мелкооптовой и розничной торговли;
- хронический товарный дефицит из-за нежелания белорусских производителей выполнять свои обязательства;

- несвоевременность расчетов за реализованную продукцию с отечественными предприятиями;
- невыполнение обязательств некоторыми концернами по насыщению торговых домов товарной массой.

Проведенный анализ позволил выявить наиболее эффективные формы сети для подведомственных предприятий министерств и концернов (табл. 3).

**Таблица 3. Рекомендуемые формы товаропроводящей сети для белорусских предприятий с учетом специфики производимой продукции**

| Министерство/концерн                                 | Рекомендуемые формы товаропроводящей сети  | Обоснование  |
|--|--|--|
| Министерство промышленности                          | Совместные предприятия, особенно для предприятий машиностроения<br>Филиалы, торговые представительства | Возможность управлять СП и продвигать продукцию в страну регистрации, оказание сервисных услуг<br>Реализация интересов предприятия, создание условий для долгосрочного сбыта, совершенствование продукции                  |
|  | Сервисные центры<br>Дилеры, дистрибьюторы  | Возможность выбора продукции покупателем на площадке продавца, проведение полной и качественной предпродажной подготовки, гарантийного и послегарантийного ремонта   |
| Концерны: “Белресурсы”, “Беллепром”, “Беллесбумпром” | Торговые дома, фирменные магазины, фирменные секции, консигнационные склады                            | Потребительские свойства продукции обуславливают данные формы сети в качестве наиболее эффективных. Возможность проведения маркетинговых исследований и совершенствования производственной и сбытовой политики             |
| Концерн “Белгоспищепром”                             | Фирменные магазины, дилеры/дистрибьюторы, торговые дома  | Специфика реализации продовольственной продукции обуславливает создание фирменных магазинов подведомственных предприятий в крупных городах, использование посредников в других регионах для организации оптимального сбыта |
| Концерн “Белнефтехим”                                | Торговые представительства   | Представление экономических интересов, минимизация закупочных цен на сырье, привлечение финансовых ресурсов и инвестиций   |
| Концерны: “Белбиофарм”, “Белместпром”                | Дилерская /дистрибьюторская сеть   | Специфика торговли производимой продукцией   |

Так, в частности, одним из эффективных способов развития системы продвижения продукции машиностроения является использование организаций различных форм собственности в зарубежных странах, имеющих опыт работы на рынке техники, связывающих перспективы своего развития с данным бизнесом, вкладывающим средства в расширение собственной инфраструктуры (стоянки, складские помещения, магазины запасных частей, станции технического обслуживания). Подобные организации, как правило, наращивают объемы закупок сложнотехнической продукции, привлекая как собственные, так и заемные средства.

Важными факторами, определяющими объемы реализации техники на зарубежных рынках в настоящее время, становятся возможность выбора ее покупателем на площадке продавца, приобретение необходимых навесных агрегатов, проведение полной и качественной предпродажной подготовки, гарантийного и послегарантийного ремонта. Поэтому для развития экспорта белорусской продукции машиностроения, по нашему мнению, необходимо создание центров продаж, сервисного обслуживания и ремонта техники, особенно



в странах дальнего зарубежья. По оценке тюменского отделения Посольства Республики Беларусь в Российской Федерации, открытие сервисных центров и центров продаж белорусской техники может обеспечить рост прямых поставок тракторов и автомобилей в регион на 15–20 %, запасных частей и комплектующих к ним — на 25–30 %, холодильников и морозильников — на 7–9, телевизоров — на 10–15 % [2].

Для совершенствования работы торговых домов за рубежом целесообразно:

- создать оптовые, мелкооптовые и розничные звенья для увеличения объемов реализации продукции;
- разработать гибкую ценовую политику. В настоящее время белорусские производители часто продают свою продукцию зарубежным коммерческим структурам с предоставлением значительных скидок в цене. Может возникнуть ситуация, когда изготовитель реализует свои изделия другим структурам в тот же регион по более низким ценам, чем объекту товаропроводящей сети;
- при учреждении торговых домов тщательнее выбирать партнеров (учитывая общность интересов всех учредителей), а также назначать руководителей;
- отечественным производителям установить с торговыми домами более тесные контакты с целью реализации функций маркетинга, в том числе для оперативного реагирования на изменение рыночной ситуации, изучения предпочтений потребителей, оказания дополнительных услуг.

Руководству торговых домов, по нашему мнению, необходимо заинтересовать белорусских экспортеров во взаимовыгодном сотрудничестве, повысить доверие к своей работе. В частности, этому будет способствовать принятие следующих мер:

- организация своевременной системы расчетов с отечественными производителями за отгруженную продукцию;
- повышение компетентности работников торговых домов в вопросах реализации различных групп товаров, особенно сложнотехнической продукции;
- внедрение системы информационно-маркетингового обеспечения торговых операций на базе действующих торговых домов. Создание системы коммерческой информации будет способствовать укреплению торгово-экономических отношений между Республикой Беларусь и ее деловыми партнерами;
- предоставление комплекса дополнительных услуг (страхование, техническое обслуживание, реклама). Неиспользуемые площади целесообразно использовать как демонстрационные и рекламные центры продукции, организовывать постоянно действующие выставки-продажи белорусских товаров.

Реализация указанных мероприятий, по нашему мнению, будет способствовать повышению результативности функционирования объектов товаропроводящей сети белорусских предприятий за рубежом. Создание эффективной инфраструктуры внешней торговли, в том числе товаропроводящей сети, в ближайшей перспективе может обеспечить: рост объемов экспорта; рост рентабельности производства, ориентированного на реальные нужды потребителей; повышение конкурентоспособности продукции, создание рациональной системы управления сбытом; повышение оперативности принятия решений путем согласования ресурсных и информационных потоков, оптимальное распределение материальных ресурсов; сбалансированность платежеспособного спроса потребителей с предложением продукции; ликвидацию или сведение к минимуму излишних товарных запасов продукции; повышение прибыли предприятий.

### **Литература и электронные публикации в Интернете**

1. Об инвестиционной деятельности белорусских субъектов хозяйствования за границей: Постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 29 мая 1992 г., № 324 (ред. от 23 июня 1999 г.) // Собр. декретов, указов Президента и постановлений Правительства Респ. Беларусь. 1999. № 17. Ст. 480.