

жения, ввозе и вывозе, формированию продовольственных фондов на уровне регионов и областей.

Переориентация сельскохозяйственных предприятий на принципы маркетинга – сложный и длительный процесс, требующих значительных финансовых затрат, сопряженный с трудностями организационного, технического и психологического характера. Однако она неизбежна, так как только используя маркетинг, можно эффективно работать в условиях рынка.

ФОРМИРОВАНИЕ ЭФФЕКТИВНОЙ ТОВАРОПРОВОДЯЩЕЙ СЕТИ БЕЛОРУССКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ ЗА РУБЕЖОМ

Яровая Н.П.

УО «БГЭУ»

Товаропроводящая сеть представляет собой систему, создаваемую товаропроизводителем с целью повышения эффективности сбыта своей продукции и обеспечения ее сервисного обслуживания, а также реализации функций маркетинга.

Исследование функционирования товаропроводящей сети белорусских предприятий за рубежом свидетельствует о невысокой эффективности ее функционирования, что вызвано рядом объективных и субъективных причин. Так, исследование товаропроводящей сети предприятий Министерства промышленности свидетельствует о том, что специфика производимой продукции оказывает воздействие на ее формы и выдвигает в качестве приоритетной формы организацию собственной сети. Ее наиболее эффективно действующими элементами являются дилерские центры, фирменные центры послепродажного обслуживания, собственные и смешанные акционерные общества, совместные предприятия. Реализация продукции через торговые дома не всегда является эффективной и экономически оправданной. Изменение условий деятельности на внешних рынках требует реорганизации товаропроводящей сети предприятий Министерства промышленности в соответствии с тенденциями мирового развития. Однако она затруднена по ряду 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 форм сети в связи с особенностями реализации продукции, нежелание некоторых руководителей понять необходимость развития сети для обеспечения сбыта товаров в долгосрочном период.

Основной формой товаропроводящей сети предприятий концернов «Белресурсы», «Беллегпром», «Беллесбумпром» являются торговые дома. Деятельность торговых домов, особенно созданных концерном «Белресурсы», характеризуется низкой эффективностью работы, что вызвано рядом объективных и субъективных факторов. Объективные факторы связаны с общими проблемами организации экспорта – увеличивающейся конкуренцией на зарубежных рынках, необходимостью повышения конкурентоспособности продукции и техни-

ческого уровня производства. К субъективным факторам относятся отсутствие финансовой поддержки торговых домов в период становления, недостаточная организационная проработка вопросов их создания, отсутствие налаженного оптового звена и разветвленной торговой сети, ошибки при подборе руководителей и учредителей, несовпадение экономических интересов учредителей.

Развитие инфраструктуры внешней торговли в Беларуси осуществляется в условиях динамично изменяющихся внутренних и внешних факторов, в связи с чем необходим комплексный, системный подход при разработке мероприятий, направленных на повышение ее эффективности. В целях повышения эффективности функционирования товаропроводящей сети белорусских предприятий считаем целесообразным принятие комплекса мер на государственном, отраслевом и микроэкономическом уровнях.

На государственном уровне целесообразным является принятие следующих мер: разработка нормативно-правовой базы, регулирующей создание и функционирование объектов сети за рубежом; активизация работы посольств; совершенствование работы торговых домов; создание экономических условий для повышения технического уровня производства; совершенствование методологии статистического учета; развитие информационной системы «Товаропроводящая сеть Республики Беларусь за рубежом».

Белорусским товаропроизводителям совместно с вышестоящими организациями также необходимо провести определенную работу, а именно создавать новые и развивать существующие формы сети с учетом специфики экспортной продукции предприятий отрасли, формировать добровольные объединения предприятий-экспортеров по отраслевому признаку с делегированием им экспортных функций, использовать возможности устойчиво работающих оптовых торговых структур, развивать кооперацию с зарубежными странами, осуществлять рациональную сбытовую политику, использовать системы электронной торговли.