

УДК 339.564

**АГРАРНАЯ ТОВАРОПРОВОДЯЩАЯ СЕТЬ БЕЛАРУСИ:
СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ**

Н.В. КИРЕЕНКО

руководитель научной группы по маркетингу в АПК,

к.э.н., доцент

ГП «Институт системных исследований в АПК НАН Беларуси»

Обобщены нормативные и правовые основы создания товаропроводящих сетей в Республике Беларусь. Дана оценка эффективности основных субъектов исследуемых образований в аграрной сфере. Обоснованы проблемы, сдерживающие развитие товаропроводящей сети за рубежом. Предложены перспективные направления оптимизации и повышения эффективности функционирования ее субъектов.

Беларусь Республикасы тауар өткізу тізбегін қурудың нормативтік және құқықтық негіздері жинақталған. Аграрлық саладағы зерттелген негізгі субъектердің тиімділігіне баға берілген. Шетелдердегі тауар өткізу тізбектерінің дамымай отырған проблемалары негізделген. Оның субъектілерінің жұмыс жасау тиімділігін арттыру және оңтайландырудың перспективтік бағыттары ұсынылған.

The normative and legal fundamentals of creation products networks in Republic Belarus are generalized. The estimation of efficiency of the main subjects of studied formations in an agrarian orb is given. The problems constraining development of products network abroad are justified. The perspective directions of optimization and increase of efficiency of operation of its subjects are offered.

Товаропроводящая сеть, сбыт, экспорт, сельскохозяйственная продукция, продовольствие, прямые и косвенные поставки

Тауар өткізу тізбек, өткізу, экспорт, ауылшаруашылық өнім, азық-түлік, тікелей және жанама жабдықтаулар

Network, merchandising, export, agricultural commodity, food, straight lines and indirect deliveries

Эффективность функционирования аграрной экономики Республики Беларусь во многом определяется степенью ее интегрированности в мировую торговлю посредством экспортных операций. В Национальной программе развития экспорта на 2011-2015 гг. подчеркивается необходимость дальнейшей географической и товарной диверсификации, наращивания объемов поставок продукции сельского хозяйства и перерабатывающих отраслей, максимального получения прибыли от внешнеторговой деятельности, ликвидации необоснованного посредничества. В связи с этим одним из приоритетных направлений экспортной политики в АПК является развитие товаропроводящей сети за рубежом (ТПС).

В аграрной сфере республики с 2006 г. активно ведется организационная, нормативная, правовая и методическая работа по вопросам расширения внешнеэкономических связей в географической направленности,

либерализации доступа на внутренний рынок импортной продукции, интенсивного освоения новых внешних продовольственных рынков и методов торговли, включая и развитие товаропроводящей сети. Однако специфика белорусской экспортной стратегии по их созданию обусловлена широким участием государства в принятии стратегических и тактических решений в отношении деятельности предприятий-экспортеров.

Актуальность исследования товаропроводящей сети в АПК подтверждается тем, что в условиях насыщенного рынка предприятия должны быть ориентированы не только на производство сельскохозяйственной продукции и продовольствия, пользующихся спросом, но и на формирование оптимальной системы распределения и товародвижения. Некоторые отечественные сельскохозяйственные и перерабатывающие организации не имеют достаточно опыта, специалистов, финансовых ресурсов для продвижения своей

Аграрная политика: механизм реализации

продукции на зарубежные продовольственные рынки, в том числе через создание ТПС.

В мировой практике понятие товаропроводящей сети возникло в ходе интернационализации закупочной и производственно-обывтовой деятельности крупнейших транснациональных корпораций. В основе данного понятия изначально лежит задача разработки оптимальных схем товародвижения, охватывающей как различные страны и регионы (организация филиалов и представительств в стране назначения экспорта, создание собственных товарных складов, использование оптовиков-посредников, агентских фирм, дилеров и дистрибьюторов, торговых домов, товарных бирж), так и различные стадии создания добавленной стоимости.

В Республике Беларусь трансформация аграрного сектора, приведение системы хозяйствования в соответствии с новыми экономическими условиями, развитие внешне-торговых отношений и интеграционных процессов вызвали необходимость диверсификации институциональной структуры продвижения продукции и соответственно формирования товаропроводящей сети.

Согласно нормам Положения № 1699 от 21.12.2006 г. товаропроводящая сеть – это совокупность юридических лиц или обособленных подразделений производителя (филиалов, представительств), осуществляющих реализацию и сервисное обслуживание товара белорусского производителя. Основными нормативно-правовыми актами, регулирующими создание и функционирование исследуемых образований, являются [2, с. 168-169].

В инвестиционном кодексе Республики Беларусь № 37-3 от 22.06.2001 г. (гл. 16 и 17) закреплено право белорусских предприятий осуществлять инвестиционную деятельность за пределами страны, в том числе и в целях создания товаропроводящих структур и других организаций.

В постановлении Совета министров Республики Беларусь № 324 от 29.05.1992 г. «Об инвестиционной деятельности белорусских субъектов хозяйствования за границей», предусмотрены формы вложений инвестиций за рубеж, в том числе в целях создания субъектов ТПС, банковских структур, страховых организаций. Также определены обязанности руководителей и бухгалтерских служб предприятий по учету и контролю деятельности созданных за рубежом организаций. За Министерством иностранных дел закреплена функция государственной регистрации зарубежных организаций с белорусским капиталом.

Указом президента Республики Беларусь № 289 от 05.05.2006 г. «О структуре Правительства Республики Беларусь», а также постановлением Совета министров Республики

Беларусь № 961 от 29.06.2006 г. утверждено Положение о Министерстве торговли Республики Беларусь с закреплением координирующей роли по вопросам создания ТПС за рубежом.

В постановлении Совета министров Республики Беларусь № 1699 от 21.12.2006 г. «Об утверждении Положения о товаропроводящей сети отечественных производителей за рубежом» и № 192 от 16.02.2007 г. «О некоторых вопросах совершенствования товаропроводящей сети отечественных производителей за рубежом» устанавливаются дополнительные меры по усилению контроля за ТПС подчиненных предприятий со стороны руководителей отраслевых республиканских органов управления.

В настоящее время за рубежом функционируют более 260 субъектов ТПС с белорусскими инвестициями. Практически все они расположены в странах СНГ и доминируют в Российской Федерации, которая является главным рынком сбыта сельскохозяйственного сырья и продовольствия отечественного производства. Основными поставщиками являются Министерство сельского хозяйства и продовольствия Республики Беларусь (Минсельхозпрод) и концерн «Белгоспищепром», на долю которых приходится более 80% экспортных поставок (рисунок 1). Около 20% продукции экспортируется предприятиями концерна «Белкоопсоюза», субъектами малого и среднего бизнеса, не являющимися подведомственными вышеуказанным организациям.

При этом основным способом продвижения товаров на внешний рынок являются прямые поставки, на долю которых приходится более 85% общего объема экспорта. По результатам исследования в разрезе основных поставщиков нами определена фактическая структура субъектов ТПС за рубежом (таблица 1).

Основным каналом реализации продукции сельского хозяйства и продовольственных товаров на зарубежных рынках является продажа непосредственно потребителям, на долю которого приходится более 60% объема экспортных поставок. В последние годы возрастает роль во внешнеторговых операциях дилеров как субъектов ТПС, что обеспечило сельскохозяйственным организациям Минсельхозпрода 5,3% поставок на экспорт, а также корпоративных субъектов товаропроводящей сети (29,9% экспорта предприятий концерна). Однако при продвижении продукции на внешний рынок недостаточно применяются производственная кооперация, сетевые торговые организации, дистрибьюторы, тендеры, конкурсы, аукционы.



Рисунок 1 – Экспорт сельскохозяйственной продукции и продовольствия в разрезе основных поставщиков, млн долл. США

Примечание - Рисунок выполнен автором на основании [3].

Таблица 1 – Динамика структуры экспорта аграрной продукции по видам прямых поставок в разрезе основных поставщиков, %

Вид прямых поставок	Минсельхозпрод (по системе)					Белгоспищепром				
	2005 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2005 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
Производственная кооперация	1,2	1,2	1,2	0,5	0,4	0,2	0,2	0,3	-	0,1
Непосредственно потребителям	63,0	61,9	54,7	80,1	84,3	69,7	69,9	70,1	59,8	58,2
Собственные субъекты ТПС	7,5	8,1	9,6	4,9	4,4	6,0	6,0	1,1	3,3	1,4
Сетевые торговые организации (торговая сеть)	1,4	1,3	0,3	0,8	0,5	2,5	2,2	1,4	0,1	0,2
Организации, определенные в результате тендера, конкурса, аукциона	-	-	-	-	-	-	-	0,1	-	-
Организации, определенные в результате биржевых торгов	15,4	17,9	25,1	4,4	2,7	-	0,1	1,5	4,0	1,9
Корпоративные субъекты ТПС	0,3	0,3	0,2	0,6	1,5	21,0	20,9	14,7	24,7	29,9
Дистрибьюторы	0,1	0,1	1,7	1,0	0,9	0,1	0,1	-	-	-
Дилеры	11,1	9,2	7,2	7,6	5,3	0,5	0,7	10,9	8,0	8,3

Примечание - Составлена автором на основании [3].

Значительную роль в реализации экспортной стратегии АПК Республики Беларусь выполняет товаропроводящая сеть Минсельхозпрода, деятельность которой направлена на:

- оказание содействия организациям-экспортерам в реализации на внешнем рынке производимой ими продукции;

- системное изучение и анализ конъюнктуры зарубежных рынков, тенденций и динамики мировой торговли;

- организацию торговой или коммерческо-хозяйственной деятельности за рубежом;
- обеспечение консультационного и информационного обслуживания внешнеторговой деятельности.

Аграрная политика: механизм реализации

Автоматизированная информационная система «ТПС Минсельхозпрода» является ресурсом, обеспечивающим взаимодействие и объединяющим работу предприятий-изготовителей сырья и товаров, торговых точек, реализующих этот товар, и контролирующих объекты. Она базируется на современных требованиях к реализации систем подобного типа и основана на детальном анализе существующих технологий, применяемых программно-аппаратных решений для создания систем поставок или товаро-

проводящих сетей. В состав инфраструктуры входят головные агропромышленные комплексы, отдельные сельскохозяйственные организации и перерабатывающие предприятия, коммерческие партнеры, ответственные за поставку.

Выполненные нами исследования позволили выделить группы субъектов товаропроводящей сети организаций Минсельхозпрода, функционирующих на зарубежных целевых рынках (рисунок 2).

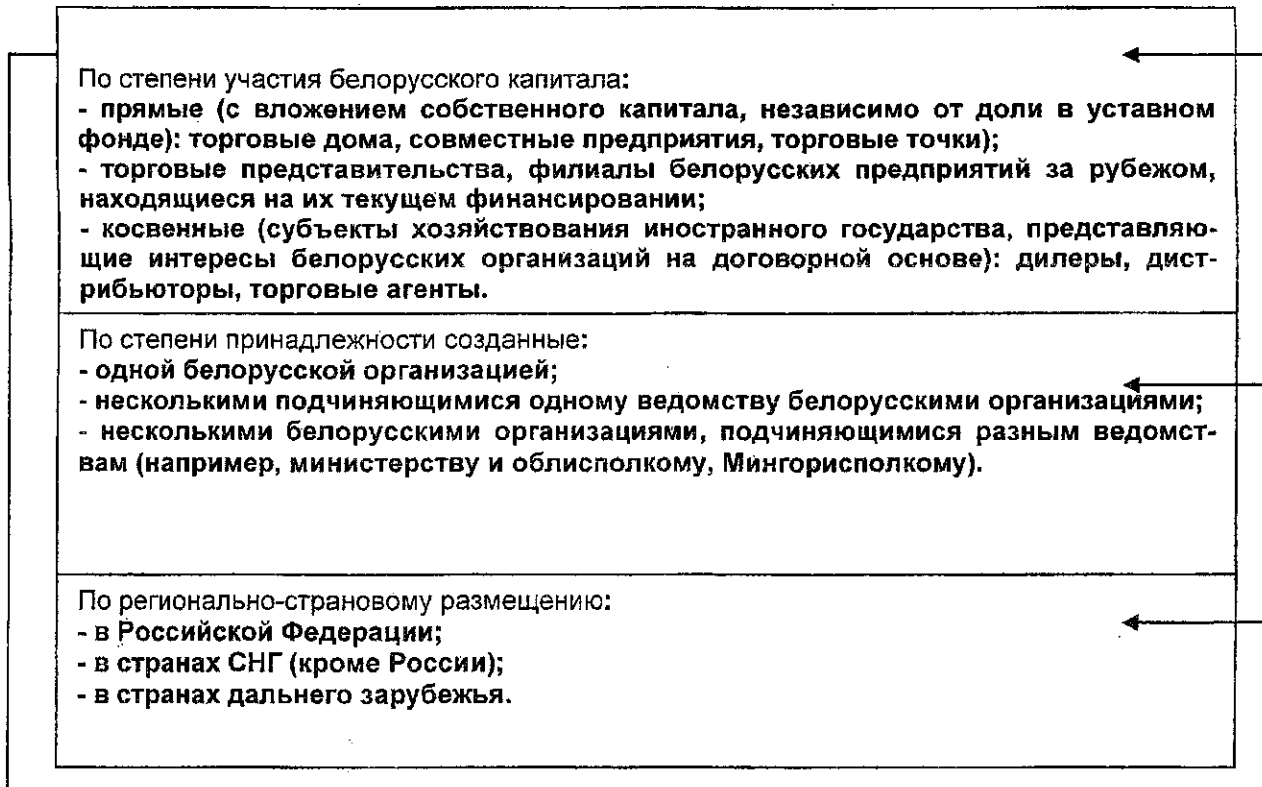


Рисунок 2 – Классификация субъектов товаропроводящей сети организаций Министерства сельского хозяйства и продовольствия за рубежом

Примечание - Выполнен автором на основании собственных исследований

На 1 января 2011 г. товаропроводящая сеть организаций Минсельхозпрода за рубежом состояла из 128 структур (таблица 2). При этом в 2010 г. открыты 4 торговых дома, 2 представительства, 1 торговая точка, 16 дилерских и 1 дистрибьюторская структуры. В текущем году также активно ведется работа по развитию внешнеторговой инфраструктуры, а также созданию логистических центров.

География продаж на зарубежные рынки за последние годы значительно расширилась. В 2010 г. Беларусь экспортировала сельскохозяйственное сырье и продовольствие в 55 стран мира, против 40 в 2005 г. Диверсификация экспорта на новые рынки осуществляется по 3 основным направлениям:

- выход на новые рынки, на которые ранее белорусская продукция не экспортировалась (страны Южной Америки, Азии и Африки);

- увеличение ассортимента экспорта продукции в страны, куда в предыдущие годы перечень поставок товаров был незначительным (страны ЕС);

- экспорт новых видов продукции на рынки государств, которые традиционно являются основными потребителями белорусской продукции (готовые продукты из рыб, йогурты, некоторые виды кондитерских изделий, продукты переработки овощей и плодов).

Таблица 2 – Экспортные поставки продукции через ТПС Минсельхозпрода за 2008-2010 гг., тыс. долл. США

Субъект ТПС	Количество субъектов на 01.01.2011 г.	Реализовано за:			Темп роста 2009 г. к 2008 г., %	Темп роста 2010 г. к 2009 г., %
		2008 г.	2009 г.	2010 г.		
<i>Субъекты с белорусским капиталом</i>	50	181841,0	168166,0	285646,0	92,5	169,9
Торговые дома	20	36246,8	78529,0	175260,0	216,7	223,2
Торговые представительства	9	88936,0	54824,0	72008,0	61,6	131,3
Совместные предприятия	15	55778,0	33964,0	37451,0	60,9	110,3
Торговые точки	6	879,2	849,1	927,0	96,6	109,2
<i>Субъекты без участия белорусского капитала</i>	78	115141,0	104356,0	181358,0	90,6	173,8
Дилеры	71	88761,6	88989,0	169093,0	100,3	190,0
Дистрибьюторы	7	26379,4	15367,0	12265,0	58,3	79,8
Всего по ТПС	128	296982,0	272522,0	467004,0	91,8	171,4

Примечание - Составлена автором на основании [1].

Тем не менее, основными торговыми партнерами являются страны СНГ. Так, в 2010 г. в Россию продано 80,2% сельскохозяйственной продукции и продовольствия, в другие страны СНГ – 10,0% и страны вне СНГ – только 9,0%. В товарной структуре экспорта наибольший удельный вес занимают мясомолочные продукты (более 65%).

С целью определения эффективности ТПС Минсельхозпрода, проведения стратегического анализа и планирования программы развития инфраструктуры экспортных поставок нами применялась модифицированная матрица Бостонской консалтинговой группы «роста рыночной доли». Такой подход

позволил оценить результативность функционирования субъектов исследуемых образований за рубежом (рисунок 3).

Учитывая сложившуюся структуру ТПС, удельный вес каждой группы в темпе изменения общего объема экспортных поставок в 2010 г. по сравнению с 2008 г., можно представить следующим образом: торговые дома – 70,1 %, дилеры – 40,5%, дистрибьюторы – 7,1%. Это свидетельствует о том, что товаропроводящая сеть Минсельхозпрода по количеству и выполняемым функциям не может в полной мере обеспечить эффективную внешнюю торговлю.

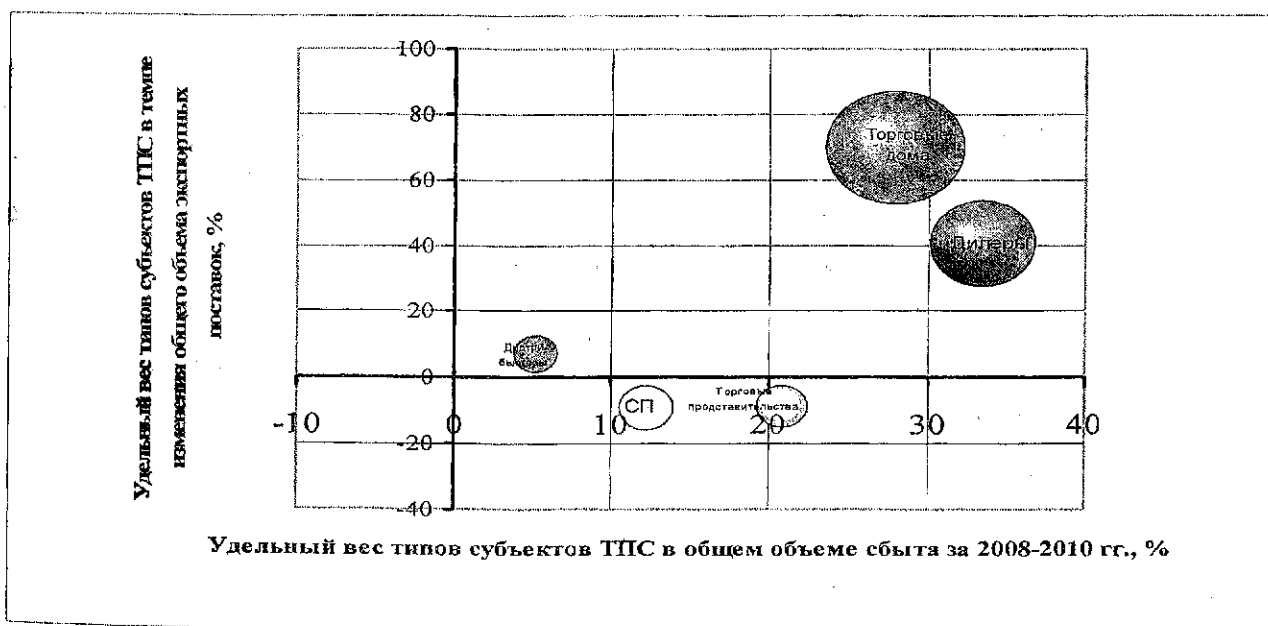


Рисунок 3 – Стратегическая матрица оценки товаропроводящей сети Минсельхозпрода Республики Беларусь

Примечание - Выполнен автором на основании собственных исследований.

Аграрная политика: механизм реализации

По результатам исследования нами обоснованы направления совершенствования ТПС за рубежом, обеспечивающие достижение стратегических целей развития внешнеэкономической деятельности в АПК.

Во-первых, ориентация на конкретный перспективный регионально-страновой продовольственный рынок на основе определения рыночной концентрации сельскохозяйственной продукции и рисков при выходе на рынок данной страны. Учитывая многоканальный характер существующей системы производства и сбыта сельскохозяйственной продукции и продовольствия, нами предлагается с помощью индекса Герфиндаля оценивать степень концентрации экспорта конкретного товаропроизводителя и проводить сравнительный анализ с данными за прошедший период или же с величиной этого показателя других предприятий. Этот индекс определяется как сумма квадратов долей сбыта в каждой зарубежной стране [4, с.265]:

$$C = \sum S^2 i, i = 1, 2, 3, \dots, n - \text{страны, (1)}$$

где C – индекс концентрации экспорта товаропроизводителя;

S – экспорт в страну i в долях (измеряемых в десятичных числах от 0 до 1) от всего экспорта предприятия.

$$\sum Si = 1. (2)$$

Максимальная концентрация ($C=1$) имеет место, когда весь экспорт производится в одну-единственную страну, а минимальная концентрация ($C= 1/n$) – когда экспорт равномерно распределен среди большого количества стран.

Во-вторых, количество субъектов сети должно быть адекватно емкости продовольственного рынка и не должно создавать нездоровую конкуренцию между ними. Для снижения необоснованного посредничества необходимо производить оценку эффективности товаропроводящей сети в отношении производителя через удельный вес прямых поставок в общем объеме экспорта (не менее 80%). За 1 полугодие 2011 г. данный показатель по организациям Минсельхозпрода составил 65,3% общего объема экспорта. Исследования показывают, что развитие собственной сбытовой сети целесообразно лишь на перспективных внешних рынках, которые характеризуются: значительной долей в структуре реализации предприятия (отрасли); динамичным ростом объемов экспорта товаропроизводителя; стабильными прогнозными внешнеторговыми показателями при условии, что организация уже располагает достаточным экспортным потенциалом для расширения своей рыночной доли.

В-третьих, требуется совершенствование механизмов формирования субъектов ТПС, зависящих от многих факторов (внутренних,

внешних): потенциала экспорта предприятия, компании, отрасли; объема и товарного ассортимента; особенностей конкретного продовольственного рынка (демографические, экономические, правовые, научно-технические и др.). При этом выбор субъекта предпринимательской деятельности в качестве участника субъекта ТПС за рубежом в данном регионе должен осуществляться с учетом следующих критериев: стабильность финансового положения, платежеспособность, набор предоставляемых маркетинговых, сбытовых и рекламных услуг.

В-четвертых, с целью более широкого информационного обеспечения и координации действий экспортеров Беларуси на внешних рынках целесообразно создание собственной сбытовой сети за рубежом, которая призвана:

- оказывать содействие в организации зарубежных деловых визитов, обеспечивать поддержку наиболее значимых экспортных проектов;

- осуществлять проведение предварительных маркетинговых исследований, предоставлять необходимую торговую и конъюнктурную информацию;

- консультировать экспортеров по вопросам действующего зарубежного законодательства, норм и правил поведения на рынке, существующих стандартов и иных требований к товарам;

- выдавать информацию о фирмах страны пребывания с учетом практики торгово-экономических отношений с Республикой Беларусь;

- защищать интересы экспортеров в случае их явной или скрытой дискриминации на внешних рынках, содействовать урегулированию торговых споров;

- проводить торговые выставки и ярмарки, специализированные симпозиумы и конференции, кампании по развитию экспорта товаров и услуг, осуществлять рекламную деятельность.

Таким образом, для эффективного продвижения аграрной продукции на внешние рынки необходимо укрепление конкурентных позиций субъектов ТПС на основе использования комплексного подхода при разработке и реализации стратегических направлений экспортной политики, а именно:

- проведение исследований на планируемых рынках реализации продукции, базирующихся на анализе и прогнозе тенденций развития мировой торговли, конкурентных позиций на продовольственных рынках с учетом их конъюнктуры, возможностей экспортного потенциала сельскохозяйственных организаций и перерабатывающих предприятий;

- формирование и образование новых торговых представительств, совместных

предприятий, с участием белорусского капитала за счет коллективных инвестиций по их созданию;

- дальнейшее развитие большего количества перспективных субъектов ТПС (торговых домов и активное привлечение торговых агентов);

- формирование логистических систем различного уровня, деятельность которых должна быть направлена на оптимизацию механизмов товародвижения и сбыта аграрной продукции на основе планирования и управления процессом их реализации в стране назначения, а также управления товарными, сервисными и информационными потоками;

- сокращение затрат на содержание торговых точек на территории других стран и обеспечение бесперебойных поставок в них, оптимизация ассортимента и запасов.

Реализация предлагаемых мероприятий будет способствовать эффективному использованию преимуществ кооперации в сфере экспорта путем выбора и создания более

эффективных субъектов ТПС, предусматривающих согласование интересов предприятий аграрного комплекса Республики Беларусь и повышение объемов экспортных поставок.

Литература

1. Внешняя торговля Республики Беларусь: стат. сборник. – Минск: Нац. стат. комитет Республики Беларусь, 2011. – 404 с.

2. Гусаков В.Г. Совершенствование системы сбыта в агропродовольственной сфере. Теория, методология, практика / В.Г. Гусаков. – Минск: Ин-т системных исследований в АПК НАН Беларуси, 2010. – 250 с.

3. Таможенная статистика внешней торговли Республики Беларусь. Бюллетень январь-декабрь 2010 г. Государственный таможенный комитет РБ. – Минск: «Белтаможсервис», 2011. – 230 с.

4. Холленен, С. Глобальный маркетинг / С. Холленен; Пер. с англ. Е. Носовой, К. Юрашкевича. – Минск: Новое знание, 2004. – 832 с.