

ных комбайнов / С.В. Пьянзов, П.А. Ионов // XLVI Огаревские чтения. – 2018. – №1. – С. 447-454.

4. Жданко, Д.А. Методические рекомендации по оценке технического состояния агрегатов гидростатических трансмиссий мобильных энергетических средств / Д.А. Жданко [и др.]; под общ. ред. Д.А. Жданко. – Минск: БГАТУ, 2019. – 124 с.

5. Жданко, Д.А. Диагностирование агрегатов гидростатических трансмиссий / Д.А. Жданко, В.Я. Тимошенко, Д.И. Сушко // Современные проблемы освоения новой техники, технологий, организации технического сервиса в АПК: материалы Международной научно-практич. конф. на 25-й Международ-

ной специализированной выставке «Белагро-2015», Минск, 4 июня 2015 г./ Министерство сельского хозяйства и продовольствия Респ. Беларусь; РО «Белагросервис»; Белор. гос. аграрный технический ун-т; редкол.: Н.А. Лабушев [и др.]. – Минск: Институт системных исследований в АПК НАН Беларуси, 2015. – С. 179-184.

6. Тимошенко, В.Я. Мобильное устройство для диагностирования агрегатов гидростатических трансмиссий / В.Я. Тимошенко, Д.А. Жданко, В.В. Ярош // Изобретатель. – 2019. – №2-3. – С. 34-38.

ПОСТУПИЛА В РЕДАКЦИЮ 04.03.2021

УДК 339.187:63-021.66

## **ТЕНДЕНЦИИ И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ТОВАРОПРОВОДЯЩЕЙ СЕТИ В СИСТЕМЕ ПРОДВИЖЕНИЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ТОВАРОВ НА ВНЕШНИЙ РЫНОК**

**Н.В. Киреенко,**

*зав. каф. инновационного развития ИПК и ПК АПК БГАТУ, докт. экон. наук, профессор*

**К.Г. Мелешко,**

*аспирант РНУП «Институт системных исследований в АПК НАН Беларуси», магистр экон. наук*

*В статье изучены нормативные и правовые основы создания национальной системы продвижения товаров на внешний рынок. Выявлены тенденции функционирования субъектов аграрной товаропроводящей сети за 2016-2020 годы и комплекс проблем, сдерживающих их развитие за рубежом. Предложены стратегические направления развития товаропроводящей сети в системе продвижения сельскохозяйственных товаров Республики Беларусь на внешний рынок.*

*Ключевые слова: аграрный бизнес, система продвижения, субъекты товаропроводящей сети, сельскохозяйственные товары, продукты питания, внешний рынок, экспорт.*

*The article examines the regulatory and legal foundations for creating a national system to promote goods to foreign markets. The tendencies of functioning of the subjects of the agrarian distribution network for 2016–2020 and a set of problems hindering their development abroad are revealed. Strategic directions for the distribution network development in the system of promoting agricultural products of the Republic of Belarus to the foreign market are proposed.*

*Keywords: agribusiness, promotion system, subjects of the distribution network, agricultural products, food stuffs, foreign market, export.*

### **Введение**

Внешняя торговля выполняет важную функцию в экономической системе Республики Беларусь по обеспечению финансовой стабильности и национальной безопасности. За 2016-2020 годы удельный вес экспорта сельскохозяйственных товаров в валовом внутреннем продукте составил 8,0-9,0 %, а в товарной структуре страны достиг 20,0 % [1]. Государственной программой «Аграрный бизнес» на 2021-2025 годы предусматривается повышение конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции и продуктов питания, наращивание экспортного потенциала, развитие экологически безопасного сельского хозяйства, ориен-

тированного на укрепление продовольственной безопасности страны, обеспечение полноценного питания и здорового образа жизни населения [2]. Решение поставленных задач требует создания благоприятных условий и принятия комплексных мер по расширению экспортной географии, закреплению отечественных экспортеров на перспективных сегментах.

В данном контексте важное значение приобретает повышение эффективности функционирования товаропроводящей сети (ТПС) на внешнем рынке как одного из стратегических направлений аграрной политики страны. Однако особенностью реализации экспортной стратегии обусловлены значительным участием государства в их создании и в отношении экс-

портеров. Кроме этого, ряд отечественных субъектов не имеют достаточно практического опыта, соответствующих специалистов, финансовых ресурсов для продвижения продукции на внешний рынок, в том числе через ТПС. В то же время, как показывает практика, в условиях высокой конкуренции организации АПК должны не только производить продукцию, удовлетворяя потребности оптовых и розничных потребителей, но и создавать оптимальную структуру товародвижения.

Целью работы является проведение комплексного анализа и обоснование стратегических направлений развития товаропроводящей сети в системе продвижения сельскохозяйственной продукции и продуктов питания Республики Беларусь на внешний рынок.

Научное исследование базировалось на основе данных Национального статистического комитета Республики Беларусь, Министерства сельского хозяйства и продовольствия Республики Беларусь, Белорусского государственного концерна пищевой промышленности «Белгоспищепром», изучения и обобщения национальной нормативной и правовой базы в сфере развития аграрного бизнеса и внешней торговли. Использовались методы системного и сравнительного анализа.

### Основная часть

В ходе исследования выявлены современные тенденции функционирования и комплекс актуальных проблем, сдерживающих развитие аграрной товаропроводящей сети Республики Беларусь.

*Разработана нормативная и правовая база, а также созданы организационные и финансовые условия по расширению системы продвижения продукции на зарубежные направления.* В соответствии с Положением о товаропроводящей сети белорусских организаций за рубежом от 24.02.2012 г. № 183 (в ред. пост. Совета Министров Республики Беларусь от 26.12.2017 № 1000), товаропроводящая сеть рассматривается как совокупность собственных и отраслевых субъектов ТПС, включая иностранных юридических лиц (иностранцев индивидуальных предпринимателей), расположенных за рубежом, обособленных подразделений белорусского производителя, агентов, государственных организаций, подчиненных Правительству Республики Беларусь, созданных (учрежденных) ею юридических лиц Республики Беларусь, осуществляющих реализацию и сервисное обслуживание товаров белорусских производителей [3]. Основными нормативными и правовыми актами, регулирующими их создание и функционирование, являются:

– Указ Президента Республики Беларусь от 25.08.2006 № 534 «О содействии развитию экспорта товаров (работ, услуг)», направленный на создание в Республике Беларусь комплексной системы стимулирования экспорта [4];

– постановление Совета Министров Республики Беларусь от 23.04.2012 № 384 «Об утверждении Положения о порядке организации национальных выставок (экспозиций) в иностранных государствах», в

рамках которого осуществляется частичное финансирование за счет бюджетных средств расходов по организации национальных выставок (экспозиций) Республики Беларусь [5];

– Указ Президента Республики Беларусь от 14.11.2019 № 412 «О поддержке экспорта», предусматривающий возмещение за счет средств бюджета юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям в части расходов по участию в международных специализированных выставках и по проведению оценки соответствия продукции в иностранных государствах [6].

Действующая законодательная база формирует институциональную систему поддержки экспорта, в рамках которой в республике эффективно работают БРУПЭИС «Белэксимгарант», ОАО «Промагролизинг», РУП «Национальный центр маркетинга», Белорусская торгово-промышленная палата, межправительственные комиссии (комитеты, советы), советы делового сотрудничества с зарубежными странами.

Сформирована аграрная товаропроводящая система продвижения продукции на зарубежные рынки. Современную аграрную сеть представляют организации Министерства сельского хозяйства и продовольствия Республики Беларусь (Минсельхозпрод), Белорусского государственного концерна пищевой промышленности «Белгоспищепром» (концерн «Белгоспищепром»), Белорусского республиканского союза потребительских обществ, субъекты малого и среднего бизнеса, не являющиеся подведомственными вышеуказанным организациям. В ее состав также входят транспортные, складские, логистические, торговые и другие субъекты.

Значительную роль в реализации экспортной стратегии АПК Беларуси выполняют ТПС Министерства сельского хозяйства и продовольствия и концерна «Белгоспищепром». По состоянию на 01 января 2021 г. сеть включала 161 и 11 структур, соответственно (табл. 1-2).

*Сокращение общего количества субъектов аграрной товаропроводящей системы.* За последние пять лет структура ТПС концерна «Белгоспищепром» существенно не изменилась. Однако наблюдается уменьшение общего количества участников сети Министерства сельского хозяйства и продовольствия на 3,1 %. При этом значительное сокращение (37,3 %) отмечалось по организациям с белорусским капиталом. Среди последних наибольший удельный вес приходился на торговые представительства (48,1 %), торговые дома (37,0 %) и совместные предприятия (14,9 %). Основными субъектами без участия белорусского капитала стали дистрибьюторы (65,0 %) и дилеры (35,0 %). При этом, как показали исследования, дилерские структуры имеются только у ОАО «Брестский мясокомбинат».

*Рост объемов экспорта сельскохозяйственной продукции и продуктов питания.* За 2016-2020 гг. реализация продукции на внешний рынок через ТПС выросла на 114 774 тыс. долл. США, или на 18,1 %. Если доля субъектов с белорусским капиталом составила только 16,8 %, то объем их экспортных поставок до стиг 61,4 %, или 459 944,0 тыс. долл. США. В то время как 134 организации (83,2 %) без участия белорусского ка-

**Таблица 1. Экспортные поставки продукции через ТПС Министерства сельского хозяйства и продовольствия Республики Беларусь за 2016-2020 гг.**

Субъект ТПС	Год			Темп роста 2019 г. к 2016 г., %	Темп роста 2020 г. к 2019 г., %
	2016	2019	2020		
Количество субъектов ТПС, ед.					
<i>Субъекты с белорусским капиталом – всего,</i>	43	28	27	65,1	96,4
в том числе:					
торговые дома	16	12	10	75,0	83,3
торговые представительства	19	12	13	63,2	108,3
совместные предприятия	8	4	4	50,0	100,0
<i>Субъекты без участия белорусского капитала – всего</i>	123	146	134	118,7	91,7
в том числе:					
дилеры	45	47	47	104,4	100,0
дистрибьюторы	78	99	87	126,9	87,9
Всего по ТПС	166	174	161	104,8	92,5
Объем реализации продукции субъектами ТПС, тыс. долл. США					
<i>Субъекты с белорусским капиталом – всего,</i>	423 740,0	431 128,0	459 944,0	101,7	106,7
в том числе:					
торговые дома	44 345,7	33 398,8	34 764,3	75,3	104,1
торговые представительства	375 086,8	395 633,7	424 133,0	105,5	107,2
совместные предприятия	4 307,5	2 095,5	1 046,7	48,6	49,9
<i>Субъекты без участия белорусского капитала – всего</i>	210 360,0	246 547,0	288 930,0	117,2	117,2
в том числе:					
дилеры	23 989,0	23 333,0	32 405,0	97,3	138,9
дистрибьюторы	186 371,0	223 214,0	256 525,0	119,8	114,9
Всего по ТПС	634 100,0	677 675,0	748 874,0	106,9	110,5

*Примечание. Таблица составлена по данным Минсельхозпрода*

**Таблица 2. Распределение субъектов ТПС концерна «Белгоспищепром» по странам с участием белорусского капитала (по состоянию на 01.01.2021 г.)**

Наименование страны, региона, города	Количество и наименование субъекта ТПС
Российская Федерация	
г. Москва	6 – ООО «Белорусская сахарная компания», ЗАО «БелТВ и ИМЦ», ООО «Криница-Трейд», ООО «Красный пищевик», ООО «МКР», ООО «Коммунарка»
г. Смоленск	1 – ООО «КриницаБелТрейд»
г. Брянск	1 – ООО «Белорусская продовольственная компания»
другие страны СНГ	
Республика Армения	1 – ООО «Армяно-Белорусский Торговый дом «Ар-Бе»
Азербайджанская Республика	1 – ООО «Белорусские сладости»
Страны Европейского союза	
Латвийская Республика	1 – ООО «Белпищепром»

*Примечание. Таблица составлена авторами по данным концерна «Белгоспищепром»*

питала обеспечили 288 930,0 тыс. долл. США (38,6 %). Рост продаж наблюдался по дистрибьюторским (37,6 %) и дилерским структурам (35,1 %), торговым представительствам (13,1 %). По другим субъектам ТПС отмечалось снижение объемов реализации продукции за рубежом.

Товарная структура экспорта характеризуется традиционной направленностью для Республики Беларусь. Более 95,0 % экспортных поставок субъектов ТПС Министерства сельского хозяйства и продовольствия приходится на молочную и мясную

продукцию. Ассортимент концерна «Белгоспищепром», реализуемый на внешний рынок, включает сахар, кондитерские изделия, алкогольные и безалкогольные напитки и другие.

Основным внешним рынком остается Российская Федерация. В настоящее время 82,6 % и 72,7 % от общего количества организаций ТПС Минсельхозпрода и концерна «Белгоспищепром», соответственно, функционируют в России. В то же время 50,0 % субъектов находятся в Москве и Московской области, Санкт-Петербурге и Ленинградской области. В другие регионы

поставки белорусской продукции осуществляют российские посреднические структуры.

Остальные страны по системе Минсельхозпрода распределялись следующим образом: Армения – 3 организации, Азербайджан – 2, Казахстан – 6, Китай – 2, Молдова – 1, Пакистан – 1, США – 1, Туркменистан – 1, Таджикистан – 1, Узбекистан – 1, Украина – 8 организаций. На рынке ЕС Минсельхозпрод не имеет субъектов собственной сети.

ТПС концерна «Белгоспищепром» включает 11 торговых домов, которые работают в странах СНГ и вне СНГ. При этом на европейском рынке функционирует один субъект – ООО «Белпищепром» (Латвия), который осуществляет организацию оптовых поставок продукции и импорта (встречных поставок), создание розничной сети, а также поиск контрагентов.

*Значительное различие по количеству субъектов ТПС в областях Республики Беларусь (рис. 1).*

Наиболее крупную региональную ТПС имеет Брестская область, включающая 83 организации, из которых 4 (4,8%) – с участием белорусского капитала и 79 (95,2%) – без белорусского капитала. Через такую систему экспортируется более 60,0 % сельскохозяйственной продукции и продуктов питания, произведенных в регионе. Наряду с этим, активно развивается сеть Гродненской области, которая представлена 33 субъектами: 4 (12,1%) организации с белорусским капиталом и 29 (87,9%) – без белорусского капитала. Однако объем экспорта через данные структуры составляет лишь 8,3 % от общереспубликанских поставок. В других ре-

гионах аграрные ТПС представлены незначительным количеством субъектов. В то же время на пять организаций Минской области приходится более 12,0 % экспортных поставок страны, что подтверждает эффективность и результативность их работы.

*Недостаточный уровень использования инструментов электронной торговли.* Исследования показывают, что субъекты ТПС применяют традиционные методы торговли, а механизмы электронной коммерции используют в ограниченном объеме. Это обусловлено недостатком квалифицированных специалистов в области международной торговли и права, отсутствием финансовых средств для приобретения программного обеспечения и использования возможностей сайта организации, нежеланием вносить изменения во внешнеэкономическую деятельность и др.

В настоящее время основным способом продаж являются прямые поставки (непосредственно потребителям, через собственные и корпоративные субъекты ТПС, др.), на долю которых приходится более 80,0 % от общего объема экспорта. В то же время в стране развиваются современные методы продвижения продукции на рынок, функционируют две электронные торговые площадки. Первая расположена на базе ОАО «Белорусская универсальная товарная биржа», специализирующаяся на торговле реальными товарами. Биржевые торги проводятся в режиме on-line через Интернет с применением электронной цифровой подписи, что позволяет увеличивать биржевой оборот и расширять географию клиентской базы. Однако через секцию «Сельхозпро-

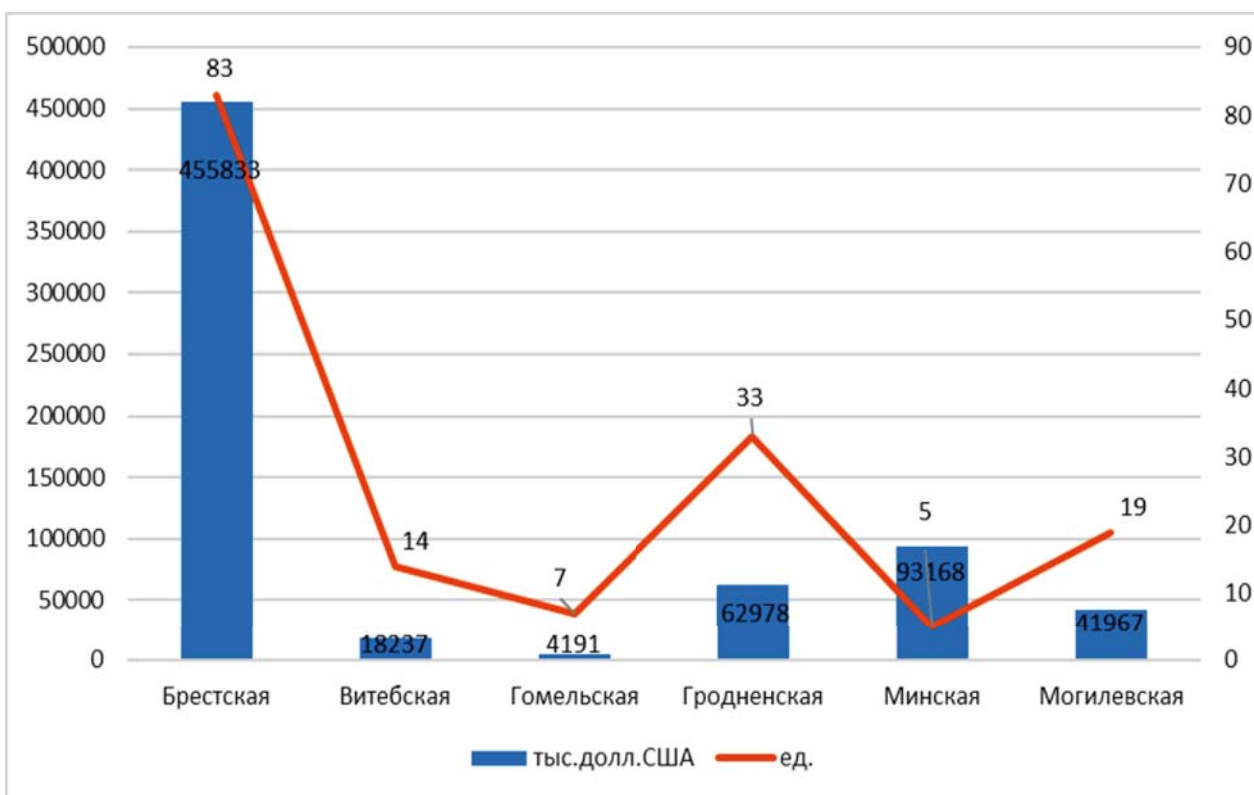


Рисунок 1. Распределение субъектов ТПС по регионам Республики Беларусь в 2020 г., ед.  
(Примечание. Рисунок выполнен по данным Минсельхозпрода)

дукция» реализуется лишь 7,5 % от общего объема экспорта данной продукции страны.

В качестве второй площадки выступает РУП «Национальный центр маркетинга», являющийся одним из ведущих отечественных консалтинговых предприятий, оказывающих комплекс услуг по сопровождению и развитию внешнеэкономической деятельности. Он выступает оператором и Интернет-ресурса (export.by), который представляет собой портал информационной поддержки белорусских экспортеров в продвижении их продукции на внешние сегменты, а также для рекламы экспортного потенциала и возможностей республики на мировом агропродовольственном рынке.

По результатам исследования авторами обоснованы стратегические направления совершенствования ТПС, обеспечивающие достижение целей развития экспорта сельскохозяйственных товаров Беларуси на перспективу.

Во-первых, необходимо расширять географию экспорта с ориентацией на конкретный региональный и/или страновой рынок и одновременно уходить от преобладающего монорынка Российской Федерации, которая наращивает собственное сельскохозяйственное и пищевое производство и, соответственно, возможности для белорусского экспорта сокращаются. Поэтому в данном контексте для большего охвата зарубежных рынков требуется внедрение новых принципов формирования моделей аграрного бизнеса, в том числе методов и стратегий электронной торговли: «бизнес-покупатель», или B2C; «бизнес-бизнес», или B2B.

Во-вторых, учитывая высокий уровень эффективности организаций ТПС с участием белорусского капитала, целесообразно их развитие на перспективных внешних рынках, которые характеризуются:

- преобладающей долей в структуре продаж организации (отрасли);
- постоянным ростом объемов экспорта товаропроизводителя;
- стабильными внешнеторговыми показателями, если организация располагает необходимыми возможностями для расширения своей доли рынка или объемов продаж.

В-третьих, необходимо совершенствовать механизмы создания субъектов ТПС, учитывая комплекс внутренних и внешних факторов, а именно: производственный и экспортный потенциал организации (отрасли); товарный ассортимент; особенности функционирования конкретного рынка (правовые, экономические, демографические, природно-климатические, научно-технические, социально-культурные). Особое внимание требуется уделить выбору участника сети в данном регионе, используя следующие критерии:

- устойчивое финансовое состояние и обеспечение нормативных значений коэффициентов платежеспособности организации;
- наличие квалифицированных специалистов в структуре управления и опыта работы на зарубежных направлениях;

– разнообразие предоставляемых маркетинговых, сбытовых и рекламных услуг [7].

В-четвертых, в развитие Указа Президента Республики Беларусь от 14.11.2019 № 412 «О поддержке экспорта» авторами предлагается предусмотреть возмещение расходов, направленных на разработку маркетинговых стратегий; осуществление торговых миссий; выполнение маркетинговых исследований; продвижение потребительских свойств продукции, стандартов качества; прохождение инспекций организаций на право экспорта в третьи страны. Использование данных инструментов обеспечивает создание дополнительных условий для поддержки экспорта и продвижения белорусской продукции на рынки иностранных государств [8].

В-пятых, с целью повышения эффективности внешнеэкономической деятельности и развития информационного обеспечения органам государственного управления целесообразно:

- осуществлять проведение комплексных маркетинговых исследований, предоставлять оперативную торговую и конъюнктурную информацию;
- обеспечивать финансовую поддержку стратегическим и перспективным экспортным проектам;
- консультировать экспортеров в части действующего зарубежного законодательства, существующих стандартов и иных требований к товарам, услугам, работам;
- содействовать в урегулировании торговых споров, оказывать помощь в случае их явной или скрытой дискриминации на внешних рынках;
- принимать участие в организации зарубежных деловых визитов, специализированных симпозиумов и конференций, рекламных и выставочно-ярмарочных кампаний.

### **Заключение**

В результате проведенных исследований установлено, что в Республике Беларусь сформированы благоприятные условия по развитию национальной системы продвижения товаров на внешний рынок. В то же время современная аграрная ТПС по количеству участников и выполняемых ими функций не обеспечивает в полной мере эффективную внешнюю торговлю сельскохозяйственных товаров. За последние годы отмечается сокращение субъектов с участием белорусского капитала, рост дистрибьюторских и дилерских структур, отсутствие расширения в географической и товарной структуре экспортных поставок, неравномерное распределение организаций сети по регионам страны; недостаточный уровень использования инструментов электронной торговли.

Стратегические направления развития ТПС в системе продвижения сельскохозяйственных товаров Республики Беларусь на внешний рынок должны базироваться на комплексном подходе и предусматривать укрепление конкурентных позиций субъектов за счет принятия следующих мер:

- создания новых торговых домов, торговых представительств, совместных предприятий с участием белорусского капитала;

- диверсификации географической и товарной структуры экспортных поставок;
- сокращения неэффективных и низкодоходных ассортиментных позиций;
- внедрения электронных инструментов продвижения продукции;
- расширения мер государственной поддержки отечественных экспортеров (маркетинговых, информационных, выставочных, рекламных и др.);
- развития сбытовой кооперации путем выбора и создания более эффективного субъекта ТПС;
- широкого информационного обеспечения и координации действий белорусских экспортеров на внешних рынках.

### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Доклад социально-экономическое положение Республики Беларусь: январь-декабрь 2020 г. [Электронный ресурс] // Национальный стат. комитет Респ. Беларусь. – Режим доступа: [https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/publications/izdania/public\\_bulletin/index\\_18909/](https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/publications/izdania/public_bulletin/index_18909/). – Дата доступа: 26.01.2021.
2. О Государственной программе «Аграрный бизнес» на 2021–2025 годы: пост. Совета Министров Респ. Беларусь, 1 февр. 2021 г., № 59 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – Минск, 2021.
3. Об утверждении Положения о товаропроводящей сети белорусских организаций за рубежом, классификатора видов поставок товаров, подлежащих учету при осуществлении экспортных операций, и признании утратившими силу некоторых постановлений Совета Министров Республики Беларусь [Электронный ресурс]: постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 24 февр. 2012 г., № 183 (ред. 14 сент. 2020 г., № 533) / Национальный правовой Интернет-портал Республики

Беларусь. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=C21200183>. – Дата доступа: 15.02.2021.

4. О содействии развитию экспорта товаров (работ, услуг) [Электронный ресурс]: Указ Президента Респ. Беларусь, 25 авг. 2006 г., № 534 (ред. 19 дек. 2019 г., № 467) / Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=P30600534>. – Дата доступа: 20.02.2021.

5. Об утверждении Положения о порядке организации национальных выставок (экспозиций) в иностранных государствах [Электронный ресурс]: постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 23 апр. 2012 г., № 384 (ред. 29 июня 2020 г., № 380) / Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=C21200384>. – Дата доступа: 25.02.2021.

6. О поддержке экспорта [Электронный ресурс]: Указ Президента Респ. Беларусь, 14 нояб. 2019, № 412 / Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: [https://pravo.by/upload/docs/op/P31900412\\_1573765200.pdf](https://pravo.by/upload/docs/op/P31900412_1573765200.pdf). – Дата доступа: 15.02.2021.

7. Киреенко, Н.В. Товаропроводящая сеть Беларуси на зарубежных продовольственных рынках / Н.В. Киреенко // Вес. Нац. акад. наук Беларуси. Сер. аграр. наук. – 2015. – № 1. – С. 10-21.

8. Мелешко, К.Г. Зарубежный опыт стимулирования экспорта сельскохозяйственной продукции и продовольствия / К.Г. Мелешко // Продовольственная безопасность Республики Беларусь в современных условиях: материалы Первого Всебелорусского форума, Минск, 12 окт. 2016 г. – Минск: Ин-т системных исследований в АПК НАН Беларуси, 2016. – С. 214-223.

ПОСТУПИЛА В РЕДАКЦИЮ 10.03.2021

## Счетчик газа ультразвуковой СГУ001 типоразмеров G16-G25

*Предназначены для измерения объемного расхода горючего газа по ГОСТ 5542-87 или паров сжиженного углеводородного газа по ГОСТ 20448-90 с приведением измеренного объема газа к нормальным условиям, т.е. к температуре газа 20 °С и плотности 0,72 кг/м<sup>3</sup> с отображением информации об объеме израсходованного газа на табло счетчика с возможностью передачи информации в централизованную систему учета.*



### Основные технические данные

Рабочий диапазон температур, °С	от - 30 до + 50
Рабочий диапазон расхода газа, м <sup>3</sup> /час	от 0,16 до 40
Основная относительная погрешность, не более, %	± 3
Порог чувствительности, не более, м <sup>3</sup> /час	0,05
Наибольшее избыточное рабочее давление газа, кПа	100
Число разрядов индикаторного табло счетчика	8
Дополнительная относительная погрешность при изменении температуры окружающей среды от - 30 до +50 °С, не более	0,01% на 1 °С