

УДК 339.166.82(476)

Ю.А. РЫБАЛКО

РАЗВИТИЕ ТОВАРОПРОВОДЯЩЕЙ СЕТИ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ

В статье обоснована необходимость эффективной организации сбытовой деятельности на рынке продовольственных товаров в условиях развития товаропроводящей сети на принципах реализации экспортного потенциала.

Электронный архив библиотеки Мухоменов А.А. Кулешова

Введение

С целью успешного функционирования в рыночных условиях агропромышленным предприятиям недостаточно производить продукцию в максимально возможных объемах и должного качества. Важно еще и осуществлять сбыт этой продукции в рамках конкурентного как на внутреннем, так и на внешних рынках. Эффективная организация сбытовой деятельности агропромышленных предприятий возможна посредством развития товаропроводящей сети (ТПС) продовольственных товаров. Функционирование товаропроводящей сети продовольствия позволяет обеспечивать конкурентные преимущества через постоянную адаптацию производства и сбыта сельскохозяйственной продукции к изменениям внешней среды.

Основная часть

По данным Министерства торговли Беларуси на 1 июля 2009 г., за рубежом функционировало 255 субъектов прямой (созданной с участием белорусского капитала) товаропроводящей сети, из них в Российской Федерации – 68,6%, странах СНГ (за исключением России) – 16,9%, государствах дальнего зарубежья – 14,5% от общего количества субъектов. В 2008 г. субъекты товаропроводящей сети Беларуси были представлены в 30 государствах мира, однако наибольшее их количество сосредоточено в основных торговых партнерах нашей республики – России, Украине, Казахстане, Литве, Латвии, Польше [1].

Доля экспорта белорусских товаров через субъекты ТПС с белорусскими инвестициями составляет около 10%, лидером в создании которых является Министерство сельского хозяйства и продовольствия (наряду с Минпромом, концерном “Белнефтехим”, ГО “Белресурсы”). На 1 января 2009 г. товаропроводящая сеть организаций Минсельхозпрода за рубежом состояла из 96 структур, в том числе 39 – с долей белорусских инвестиций (10 торговых домов, 7 представительств, 12 совместных предприятий, 7 торговых точек), в 2008 г. было создано 3 торговых дома, 2 дистрибьюторские и 13 дилерских структур [2].

По организационной форме товаропроводящая сеть Республики Беларусь представлена продовольственными компаниями, дистрибьюторскими структурами, торговыми точками, агентскими соглашениями и дилерскими договорами [2].

В Республике Беларусь одним из составляющих товаропроводящей сети на внешние рынки является ОАО “Белорусская универсальная товарная биржа”, созданная в 2003 г. Учредителями биржи выступили: Министерство экономики Республики Беларусь, Белорусский концерн по материальным ресурсам, Республиканское торгово-производственное унитарное предприятие “Белторгинформсервис”, Белорусское республиканское унитарное предприятие экспортно-импортного страхования “Белэксимгарант”, Открытое акционерное общество Сберегательный банк “Беларусбанк” [2].

В декабре 2008 г. парламентом Республики Беларусь принят Закон “О товарных биржах”, во всех областных центрах открылись филиалы. Белорусская универсальная товарная биржа в июле 2008 г. принята в Международную ассоциацию бирж стран Содружества Независимых Государств (МАБ СНГ). Членство в Ассоциации способствует повышению эффективности проведения торгов, а также обмену техническим опытом организации торговли [2].

В настоящее время на Белорусской универсальной товарной бирже присутствуют около 1400 зарубежных партнеров из более чем 40 стран. В 2008 г. доля биржевого оборота в общем товарообороте оптового рынка достигла 8%. Значи-

тельную долю на биржевых торгах занимает сельскохозяйственная продукция и продовольствие [2].

По определению Министерства торговли Республики Беларусь, товаропроводящая сеть представляет собой совокупность юридических лиц или обособленных подразделений производителя, филиалов, представительств, которые осуществляют реализацию (сервисное обслуживание) их товаров [1]. Оценка конкурентной среды, возможностей предприятия, спроса на рынке, а также тактика, которую собирается использовать предприятие, определяют этапы развития товаропроводящей сети.

Брестская область в условиях своего выгодного геополитического положения, имеет большие возможности для развития внешнеэкономических связей и привлечения иностранных инвестиций. Если в 2002 г. в область было привлечено 14 млн долларов иностранных инвестиций, в 2004 – 2007 гг. – порядка 64–94 млн долларов ежегодно, то в 2008 г. – более 193 млн долларов [3].

В настоящее время Брестская область развивает внешнеторговые связи более чем со 110 странами мира. При этом основным стратегическим партнером остается Российская Федерация. Доля внешней торговли с ней составляет более 45%, в том числе экспорта – более 75%. Причем внешнеэкономические связи между областью и регионами России развивались высокими темпами все последние 10 лет. Так, в 2008 г. по сравнению с 1999 г. объем внешней торговли вырос более чем в 5 раз и превысил 1,5 млрд долларов, при этом экспорт товаров увеличился в 6,2 раза и составил 1,2 млрд, импорт – в 3,3 раза и составил 0,3 млрд долл. [3].

Главные позиции брестского экспорта в Россию – молочная продукция, мясо, готовые продукты из мяса и рыбы. Их суммарная доля в экспорте в РФ составляет более 35%. Давним и заслуженным спросом российских потребителей пользуются продукты ОАО “Савушкин продукт”, ОАО “Березовский сыродельный комбинат”, ОАО “Березовский мясоконсервный комбинат”, СОАО “Беловежские сыры”, СП “Санта Бремор” и мн. др. [3].

Около 60 процентов в общем объеме экспорта товаров в Россию, по итогам 2008 г., составил удельный вес Центрального федерального округа. 16% приходится на Северо-Западный, около 10% – на Приволжский и 8% – на Южный федеральный округ. Первым по значимости торговым партнером области среди регионов России является Москва. С 2000 по 2008 г. ежегодный экспорт на московский рынок увеличился с 119,6 до 349,9 млн долл. Удельный вес внешне-торгового оборота с российской столицей в общем объеме с субъектами Российской Федерации составляет почти треть [3].

Область успешно реализует все договоренности с Москвой. В 2005 г. с Департаментом продовольственных ресурсов Москвы подписана Программа поставки в российскую столицу продовольствия на 2005 – 2010 гг., а в рамках недавнего 6-го Форума делового сотрудничества Республики Беларусь и Москвы подписана Программа поставки продовольствия на 2010 – 2014 гг. [3].

Наряду с Москвой в числе традиционно значимых партнеров Брестской области можно выделить Брянскую, Калининградскую, Московскую, Нижегородскую, Ростовскую и Смоленскую области, Краснодарский край, Санкт-Петербург и другие регионы и города. Всего областью заключены и успешно реализуются соглашения о сотрудничестве с 16 регионами России. Во многих из них создана и успешно работает товаропроводящая сеть брестских предприятий. Так, ОАО “Савушкин продукт” реализует свою продукцию посредством созданных в Москве субъектов товаропроводящей сети – ООО “Савушкин продукт” и ООО

“Савушкин продукт – Москва”. В 2009 г. подписаны дилерские договоры между ОАО “Кобринский маслосырзавод” и ООО “МВ Квадрат” (Москва) и ООО “Гранд” (Санкт-Петербург) [3].

При участии ГО «Концерн “Брестмясомолпром”» в Санкт-Петербурге создано ООО “Белорусско-Северо-западная продовольственная торговая компания” [3].

Проведенные исследования по данной теме позволяют сформировать суждение о том, что механизмы товаропроводящих сетей могут быть разными. Так, товаропроводящая сеть Минсельхозпрода – это информационная система, объединяющая в единую среду товаропроводящие сети конкретных предприятий-производителей сельхозпродукции по следующим принципам:

- каждое предприятие, зарегистрированное в системе, имеет возможность ведения данных о своей продукции, о своих партнерах, точках поставок продукции, возможность формирования аналитических отчетов;
- сети предприятий объединяются в региональные товаропроводящие сети (по административному признаку);
- региональные сети объединяются в отраслевую товаропроводящую сеть;
- объединение отраслевых сетей является общей ТПС Минсельхозпрода [4].

Автоматизированная информационная система учета в товаропроводящей сети “Производитель сельхозпродукции – транспортировка – магазин” разработана для автоматизации процессов поставки сельхозпродукции от производителя до потребителя, учета и контроля поставок по сегментам рынка сельхозпродукции и контроля товародвижения в Беларуси и за рубежом [4].

Участниками системы являются организации, которые зарегистрированы в ТПС.

Объектом автоматизации является инфраструктура Министерства сельского хозяйства и продовольствия Республики Беларусь [4].

В состав рассматриваемой инфраструктуры следует включить производителей продукции: головные агропромышленные комплексы и отдельные предприятия, а также предприятия переработки сельхозпродукции, коммерческие партнеры, ответственные за поставку (промежуточные склады, оптовые базы, торговые дома, дилеры, дистрибьюторы), магазины и точки продаж [4].

Кроме этого, в инфраструктуре необходимо выделить предприятия управления (областные, районные отделы Минсельхозпрода).

Товар – базовый объект сети, поэтому главной целью ТПС является увеличение его поставок на сегменты рынка. В качестве основных данных о товаре используются его название, GTIN – уникальный код товара в EAN, внутренние для производителя данные (артикул, серия и т.д.), стоимость единицы товара.

К логистическим данным товара относятся данные о его размерах, весе, упаковке, минимальная партия поставки и так далее, применяемые при его хранении на складах и транспортировке.

Профиль товара в ТПС – метаданные (показатели), характеризующие состояние товара в ТПС. Это общие данные о поставленном товаре (на какие сегменты рынка, в каком количестве и по какой цене осуществлялись поставки, уровни остатков на складах партнеров, временные и сезонные данные о поставках и др.) [4].

При формировании региональной товаропроводящей сети на базе общесетевых транспортных узлов, расположенных на территории региона, необходимо учитывать следующие основополагающие принципы:

- применение прогрессивной терминальной технологии перевозочного процесса, основанной на сооружении грузоперерабатывающих и грузонакопительных терминальных комплексов и центров логистического сервиса;

- организация системы комплексного транспортного экспедиционного обслуживания клиентуры общесетевого транспортного узла с обеспечением единой ответственности транспортно-экспедиционной службы за доставку груза;
- создание в транспортном узле крупных региональных распределительных центров;
- создание интегрированной системы информационного обеспечения товародвижения в общесетевом транспортном узле, расположенном на территории региона;
- создание единой системы нормативно-правового обеспечения с подсистемной государственной поддержкой и регулирования [5].

По мнению многих ученых, с целью повышения эффективности функционирования товаропроводящей сети белорусских предприятий за рубежом целесообразно реализовать следующие мероприятия:

1. Создавать вместо традиционных элементов товаропроводящей сети корпоративные торгово-логистические центры.

Предусмотрено создание торгово-логистических центров в таких городах России, как Санкт-Петербург, Екатеринбург, Нижний Новгород, Калининград, а также в Узбекистане, Казахстане и других странах СНГ. Главная цель их деятельности – оказание помощи белорусским производителям по закреплению на зарубежных рынках.

По предварительным расчетам специалистов Министерства торговли, только с учетом применения новых технологий логистики стоимость многих товаров при реализации через торгово-логистические центры может быть снижена на 10-15%.

2. На основе маркетинговых исследований зарубежных рынков определить приоритетные группы товаров для стран – торговых партнеров Беларуси и продвигать их через товаропроводящую сеть.

3. Развивать кооперацию с зарубежными странами.

Кооперация между отечественными предприятиями и иностранными фирмами возможна в форме корпоративных союзов или транснациональных компаний путем создания совместных предприятий или межгосударственных финансово-промышленных групп. Такая кооперация должна строиться по принципу технологически завершенной цепочки, то есть охватывать всю инновационно-воспроизводственную вертикаль: наука – техника – производство – сбыт – послепродажный сервис и другие услуги – совместные инновации.

4. Предприятиям необходимо осуществлять продуманную сбытовую политику, которая определяется выполнением следующих условий: проведение системного анализа рынка сбыта на основании предоставляемых субъектами сети отчетов о деятельности для корректировки производственной и сбытовой политики; максимальное приближение сервиса и услуг к потребителям продукции; проведение оценки результатов деятельности субъектов сети с целью определения лучших и предоставление победителю наиболее выгодных условий заключения контракта; организация рекламно-информационной кампании за рубежом за счет собственных средств и средств субъекта сети в целях укрепления положительного образа предприятия; размещение на сайте предприятия информации о своей товаропроводящей сети с указанием контактной информации; подготовка типовых договоров для конечных покупателей и для дилерской сети; разработка гибкой ценовой политики путем установления размеров скидок, предоставляемых субъектам товаропроводящей сети; отбор кандидатов на роль дилеров на конкурсной основе, четкое определение территории их деятельности, общих правил работы на рынке.

5. Использовать системы электронной торговли.

В настоящее время на формирование мирового рынка решающее воздействие оказывают информационные технологии. Их влияние может привести к изменению структуры товаропроводящей сети, когда важнейшим ее элементом станут системы электронной торговли, которые позволяют найти покупателя и заключить сделку через Интернет.

При использовании системы электронной торговли предприятия-экспортеры могут уменьшить число посредников, что позволяет, по оценке экспертов, снизить цены изделий на 25-30%. Особенно актуально ее использование для малых и средних предприятий [1].

Заключение

Таким образом, эффективному развитию товаропроводящей сети продовольственных товаров в рамках активизации экспортного потенциала за рубежом способствует создание торгово-логистических центров, совершенствование маркетинговой деятельности производителей сельскохозяйственной продукции, а также использование современных информационных технологий.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. **Пономарева, Н.** Оптимизация развития товаропроводящей сети белорусских предприятий за рубежом / Н. Пономарева // Товаропроводящая сеть Республики Беларусь. – 2009. – № 4. – С. 37-40.
2. Совершенствование системы сбыта в агропродовольственной сфере. Теория, методология и практика / В.Г. Гусаков [и др.]; под общ. ред. В.Г. Гусакова. – Минск : Ин-т системных исследований в АПК НАН Беларуси, 2010. – 252 с.
3. **Федоров, Н.** Качество города берет / Н. Федоров // Союзное вече. – 2010. – 21-27 января. – С. 2.
4. Информационное обеспечение товаропроводящей сети // Товаропроводящая сеть Республики Беларусь. – 2009. – № 1. – С. 33-35.
5. **Медведев, В.Л.** Инструменты развития региональной товаропроводящей сети : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / В.Л. Медведев; Сибирский государственный аэрокосмический университет имени академика М.Ф. Решетникова. – Красноярск, 2007. – 22 с.