

УДК 339.138

М.В. Акулич, канд. экон. наук, доцент; О.В. Савич, ассистент
**ОСОБЕННОСТИ СБЫТА ПРОДУКЦИИ КОМПАНИЙ
НА МЕЖДУНАРОДНОМ РЫНКЕ**

This article tells how firms can sell goods on international market and choose the best of variety of strategies options.

Интернационализация деятельности компаний ставит проблему сбыта продукции в ряд наиболее важных. При этом данная проблема имеет ряд аспектов, на которых стоит остановиться. Одна из особенностей сбыта продукции на международном рынке связана с его организацией. Под организацией сбыта в широком смысле понимается как собственная система сбытовых органов фирмы, так и не относящиеся к ней независимые агенты или предприятия, занимающиеся сбытом ее товаров. С этой точки зрения комплекс внешних взаимоотношений может рассматриваться как продолжение собственных сбытовых органов промышленной фирмы. Элементы, из которых состоят каналы сбыта, надо не только выбирать, но и управлять их отношениями с поставщиками и между собой. При этом отношения между элементами, составляющими канал распределения, не отличаются от отношений между элементами любой другой организационной структуры. Поэтому эти отношения регулируются механизмом психологии и этики менеджмента.

Работа по планированию и организации каналов сбыта включает в себя три основных этапа. Поставщик товаров должен, прежде всего, провести анализ, направленный на выделение видов и подвидов работ, которые следует выполнить для продажи товаров и его беспрепятственного продвижения на рынок. Он должен правильно оценить воздействие различных факторов на выполнение этих работ. После этого следует определить, какие виды агентов или сбытовых подразделений способны наиболее эффективно выполнить соответствующие задачи. Наконец, необходимо выбрать индивидуальных представителей для каждого вида сбытовых организаций, наиболее подходящих для выполнения его конкретных задач, и установить с ними деловые отношения.

Как правило, перед менеджерами компаний не стоит задача создания новой системы сбыта. Гораздо чаще возникает необходимость приспособления уже существующей к меняющимся условиям рынка и целям сбыта. При работе компании на международном рынке следует учитывать особенности систем сбыта, которые трудно изменить. Это подтверждает опыт управления каналами распределения в Японии. Проблемы японских каналов распределения заключаются в избытке независимых посредников, с которыми приходится делить значительную часть чистого дохода по всей системе каналов за счет простого перевода продуктов из одного слоя системы в другой. Японские каналы распределения, усложненные длинными рядами посредников, нередко подвергались критике со стороны зарубежных сбытовиков, которые хотели выйти на японский рынок. Поэтому в конце 1960-х годов правительство Японии внесло предложения модернизации Японской системы распределения. Эта модернизация была направлена также на снижение расходов на каналы системы массового обслуживания.

Существует несколько способов видоизменения структуры каналов сбыта: 1) развить собственный канал компании под руководством отдела маркетинга; 2) учредить отдельную компанию по сбыту, ответственную за весь ассортимент изделий фирмы; 3) организовать оптовые и розничные торговые точки под контролем компании-производителя. Оптово-розничные магазины часто вступают в особые договорные отно-

шения с компанией, чтобы заниматься исключительно ассортиментом изделий компании.

Каждый из этих способов модернизации ставит под угрозу статус элементов канала. В частности, изымаются посредники. В этой тенденции существует, однако, одно исключение – появление к середине 1960-х годов больших розничных точек торговли (сеть магазинов и супермаркетов) через конкуренцию с посредниками или при их поглощении. Эти розничные торговые точки быстро росли, захватывая значительную часть рынка, в которой до этого безраздельно господствовали традиционные независимые предприятия розничной торговли. Эти розничные торговые точки улучшили свое положение благодаря взаимоотношениям с производством. Процесс модернизации каналов массового обслуживания, однако, встретил растущее сопротивление мелких и средних независимых посреднических фирм в каждом крупном городе и привел к образованию такой региональной кооперативной ассоциации, как Ассоциация независимых предприятий розничной торговли.

Еще одна важная особенность сбыта продукции компаний на международном рынке связана с торгово-посреднической деятельностью. Многолетний опыт деятельности как крупных, так и мелких и средних промышленных и коммерческих структур за рубежом свидетельствует о том, что конечный эффект от использования посредников, осуществляющих связь производителя с потребителем товаров и услуг, значительно выше, чем от создания производителем собственной сбытовой сети. В последнем случае производителю для покрытия огромных издержек по реализации пришлось бы значительно повысить цену продаваемых товаров и услуг, что резко снизило бы их конкурентоспособность на мировом рынке.

Особенно велика роль посреднического звена при сбыте товаров массового спроса на международном рынке, где посреднические структуры выполняют ключевую роль в их доставке к конечному потребителю. Без таких структур не могла бы выполняться главная цель современного маркетинга в условиях постоянно меняющихся потребностей рынка – обеспечивать потребителю нужный товар в необходимом количестве и ассортименте, в нужном месте и в удобное для него время.

Чрезвычайно велика для производителя роль торговых посредников в условиях, когда он впервые выходит со своим товаром на внешний рынок или начинает продажу на внешнем рынке нового товара. Успех производителя на рынке в этих случаях напрямую зависит не только от конкурентоспособности самого товара, но и от квалифицированных действий торговых посредников. Как показывают многие зарубежные исследования, число фирм-посредников в мировой торговле постоянно растет. Это связано с постоянно увеличивающимся спросом потребителей на товары и услуги, обновлением и пополнением ассортимента последних, расширением и углублением международного разделения труда, в том числе в сфере распределения.

Торгово-посреднические фирмы и организации, действующие за рубежом, активно совершенствуют свою деятельность за счет использования новых методов и технологий, уже успешно применяемых в промышленности. Это позволяет оптимизировать их операции, способствует снижению цен и улучшению обслуживания клиентов. В настоящее время многие из них оснащены самыми совершенными средствами связи, передовыми операционными системами учета товаров, работающими в режиме реального времени, автоматизированными системами оформления счетов и заказов. Современные

технологии внедряются в сферу складского хозяйства, где успешно используется компьютерная и другая техника.

В общем смысле под торгово-посредническими операциями понимаются операции, связанные с куплей-продажей товаров по поручению поставщика независимым от него торговым посредником на основе заключенного между ними соглашения и отдельного поручения. К торгово-посредническим операциям в мировой практике относятся такие виды деятельности, как заготовительная, снабженческо-сбытовая. Посредники не являются производителями и конечными потребителями находящейся в сфере реализации продукции и осуществляют любые операции с товаром на свое усмотрение.

Мы рассмотрели только несколько особенностей сбыта продукции компаний на международном рынке. Эти и другие особенности важно учитывать во внешнеэкономической деятельности предприятий.

ЛИТЕРАТУРА

1. Международный менеджмент / Под ред. С.Э. Пивоварова, Д.И. Баркана, Л.С. Тарасевича, А.И. Майзеля. – СПб.: Питер, 2000. – 624 с.

УДК 631.115.1

Г.В. Иванов, главный советник управления информационно-аналитического обеспечения Совета Министров Республики Беларусь, канд. эк. наук

НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Issues of reforming agricultural enterprises are set in the article. Policy of improving labour efficiency and agro-industrial production management, creating integrated organisations in the sphere of production, processing and realisation of agricultural production are considered.

Развитие отраслей агропромышленного комплекса в последние годы характеризуется противоречивыми тенденциями. С одной стороны, очевиден прирост производства отдельных видов сельскохозяйственной продукции. С другой – снижение конкурентоспособности производимой продукции и увеличение численности убыточных сельскохозяйственных организаций. К примеру, в 2001 году получен прирост к уровню предыдущего года производства большинства видов сельскохозяйственной продукции. Возросли валовые сборы зерна и кормов соответственно на 6 и 9 %. Прогнозный уровень по производству сахарной свеклы превышен на 10 %. Улучшились показатели работы животноводческой отрасли. Производство молока и продукции выращивания скота и птицы в 2001 году увеличилось соответственно на 11 и 8 % по сравнению с предыдущим годом. Повысилась эффективность работы в птицеводстве. Перерабатывающая промышленность обеспечивается отечественным сырьем. По производству и потреблению основных видов сельскохозяйственной продукции на душу населения аграрный комплекс республики занимает передовые позиции среди стран СНГ. Вместе с тем численность убыточных предприятий в АПК увеличилась почти на 20 %. Кроме того, значительно увеличилась кредиторская задолженность сельскохозяйственных организаций за потребленные ими энергоресурсы.

Таким образом, итоги работы аграрной отрасли свидетельствуют о необходимости выработки комплекса мер по совершенствованию всех сфер деятельности АПК. Такие меры нашли отражение в одобренной Президентом Республики Беларусь Програм-