

**В. О. Стрельцова**

*Научный руководитель*

**А. А. Колесников**

*Белорусский торгово-экономический  
университет потребительской кооперации  
г. Гомель, Республика Беларусь*

## **ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ТПС ОТЕЧЕСТВЕННЫМИ СУБЪЕКТАМИ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ ЗА РУБЕЖОМ: ПРОБЛЕМЫ, ТЕНДЕНЦИИ, ПЕРСПЕКТИВЫ**

В основе идеи товаропроводящей сети (далее ТПС) находится тот факт, что в современных условиях глобальной конкуренции источниками повышения эффективности и дальнейшего развития экспорта предприятия являются не товары, рынки или каналы сбыта, взятые в отдельности, а конкретные сочетания «товар – канал сбыта – целевой сегмент рынка».

Использование субъектов ТПС способствует относительно быстрому выходу экспортера на новые рынки и более легкому доступу к покупателям. Это дает производителям возможность уменьшить кредитные риски, сэкономить на бухгалтерских расходах, а также оптимизировать затраты на маркетинг, рекламу и т. д.

Предприятия Республики Беларусь реализуют свою продукцию на внешних рынках как через представительства со 100%-ным или смешанным белорусским капиталом, так и через такие субъекты ТПС, как дилерские структуры, сервисные центры, фирменные секции в розничной торговле и т. п., которые созданы без участия капитала предприятий. По состоянию на 1 января 2013 г. белорусскими предприятиями за рубежом создано 347 субъектов ТПС с белорусским уставным капиталом в 37 государствах (в 2012 г. освоены новые рынки – Вьетнам и Индия).

Основу ТПС основных мировых производителей составляют именно дилерские структуры. Белорусские производители также успешно используют данную форму организации ТПС. Рассмотрим на примере ОАО «СтанкоГомель» применение дилерских структур в основе ТПС.

Постепенно расширяется география присутствия, увеличивается количество дилеров и дистрибьюторов, реализующих продукцию ОАО «СтанкоГомель» за рубежом. Если в 2010 г. их количество ограничивалось 19 субъектами в 5 странах, то уже в 2012 г. их количество достигло 106 субъектов в 8 странах. Наибольший объем реализации через ТПС приходится на Российскую Федерацию, в 2012 г. он составил 1883 тыс. долл. США. В 2012 г. на территории Российской Федерации действовал 41 субъект ТПС (таблица).

**Роль ТПС в объемах экспорта ОАО «СтанкоГомель»**

Показатели	2010 г.	2011 г.	2012 г.	Темпы роста (отклонение), %	
				2011/2010 гг.	2012/2011 гг.
Экспорт, млн долл. США	1,90	5,00	6,30	263,16	126,00
Объем реализации через внешнеторговых посредников, млн долл. США	0,91	2,59	5,71	284,08	220,79
Доля объема реализации через посредников в общем объеме экспорта	47,95	51,76	90,70	3,81	38,94

Объем реализации продукции через внешнеторговых посредников за период с 2010 по 2012 гг. увеличился более чем в 6 раз и составил в 2012 г. 5,71 млн долл. США. В 2012 г. через внешнеторговых посредников было реализовано более 90% всего объема экспорта. Получается, что белорусские производители эффективно развивают и используют ТПС для реализации своей продукции на внешних рынках.

После создания Таможенного союза между Республикой Беларусь, Республикой Казахстан и Российской Федерацией белорусские предприятия получили выход на общие рынки стран-участниц. Поэтому в настоящее время особую актуальность приобретает развитие ТПС в Казахстане.

В современных жестко конкурентных условиях мировой экономики создание ТПС является

принципиальным залогом успешного и эффективного ведения бизнеса. Производство качественного и недорого товара не является достаточным, острее стоит проблема его реализации на рынке большого количества альтернативных взаимозаменяемых видов продукции.