

происходит начисление налогов, согласно действующего законодательства.

Полученную стоимость объекта можно использовать для определения размера кредита, оценки эффективности вложения средств в тот или иной строительный проект, сравнительного анализа оценки эффективности выбранного проектного решения.

УДК 339.52

## **Белорусские торговые дома за рубежом**

Тыркич А.П., Козел А.С.

(научный руководитель – Хмель Е.В.)

Белорусский национальный технический университет

Республика Беларусь является суверенным европейским государством, которое проводит самостоятельную и миролюбивую внешнюю политику, активно развивает сотрудничество с зарубежными партнерами в разных частях земного шара.

Структура белорусской экономики является экспортоориентированной, поэтому поиск новых каналов реализации продукции для роста объемов экспорта является первостепенной задачей международной экономики.

Одним из наиболее эффективных способов реализации продукции можно считать создание субъектов товаропроводящей сети за рубежом, значительное количество которых работают по принципу торговых домов.

**Торговый дом** - это тип крупной торговой организации, важнейшими особенностями которой являются активное проникновение в сферу производства товаров, организация кооперации производства и участие в кредитно-финансовых операциях.

Белорусские торговые дома создаются для осуществления следующих видов деятельности:

- представления, рекламы и сбыта продукции белорусского производства;
- участия в зарубежных ярмарках, выставках, конференциях,

семинарах;

- приема заказов на поставку продукции и предоставления услуг заинтересованным участникам внешней торговли, а также содействия продвижению белорусских инвестиционных проектов за рубежом;
- продвижения белорусских товаров и услуг на зарубежный рынок;
- привлечения иностранных компаний к инвестированию в Беларусь;
- отслеживания информации по тендерам и представления предложений от имени белорусских компаний;
- полного обзора компаний-экспортеров и международной торговли;
- содействия развитию экономических связей между Беларусью и зарубежными странами.

В целях стимулирования развития товаропроводящей сети, совершенствования порядка создания и организации работы субъектов товаропроводящей сети за рубежом, повышения эффективности их деятельности, Министерством торговли совместно с другими органами государственного управления разработано постановление Совета Министров Республики Беларусь от 24 февраля 2012 г. № 183 «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» (далее – Постановление № 183).

Постановление № 183 разработано для обеспечения результативного взаимодействия заграничных учреждений Республики Беларусь с субъектами товаропроводящей сети с белорусскими инвестициями, а также с предприятиями и организациями Республики Беларусь. Это позволит более эффективно решать вопросы поиска зарубежных партнеров, будет способствовать расширению географии белорусского экспорта и в целом развитию торгово-экономических отношений Республики Беларусь со странами мира.

В целях предоставления белорусским предприятиям возможности оперативного установления контактов с субъектами

товаропроводящей сети с белорусскими инвестициями Постановлением № 183 предусматривается ведение реестра таких субъектов с размещением в сети Internet.

По данным Министерство торговли Республики Беларусь по состоянию на 1 апреля 2012 года зарегистрировано более 3800 субъектов товаропроводящей сети белорусских организаций за границей, в том числе 339 – с белорусскими инвестициями в 36 государствах. Наибольшее количество их действуют в Российской Федерации и странах СНГ (таблица 1).

Таблица 1 Информация о субъектах товаропроводящей сети с участием белорусского уставного капитала

Наименование страны расположения субъекта, к которым относится предприятие-учредитель (соучредитель)	Количество субъектов
<b>Всего</b>	<b>339</b>
в том числе Российская Федерация	<b>214</b>
другие страны СНГ	<b>66</b>
в том числе Азербайджан	3
Армения	2
Туркменистан	1
Казахстан	19
Кыргызстан	1
Молдова	5
Украина	35
другие страны	<b>59</b>
в том числе Австрия	2
Аргентина	1
Бельгия	1
Болгария	2
Бразилия	1
Венгрия	1
Венесуэла	4
Грузия	3
Гана	1
Германия	2
Греция	1
Италия	1
Испания	1
Ирландия	2
Китай	5
Латвия	4
Литва	7
Норвегия	2
Польша	6

Румыния	1
Сербия	2
Сингапур	2
Словакия	1
США	2
Турция	1
Чехия	1
Эстония	1
ЮАР	1

Анализ поставок продукции белорусских предприятий через субъектов товаропроводящей сети с белорусским уставным капиталом за январь-март 2012 года по данным государственной статистической отчетности (форма 4-тпс (Минторг)) показал, что товаропроводящая сеть в промышленной отрасли насчитывает 120 субъектов, пищевая – 70, нефтехимическая – 30, строительная – 17, а на остальные отрасли приходится 102 субъекта.

Объем поставок продукции субъектов товаропроводящей сети с белорусским уставным капиталом за январь-март 2011 года составил 986908,7 тыс. долл. США, а за январь-март 2012 года – 1245872,3 тыс. долл. США. В процентном выражении темп роста по отношению к 2011 году составил 126,2 %.

В целом рост экспорта субъектов товаропроводящей сети с белорусскими инвестициями обеспечен всеми отраслевыми министерствами, концернами и облисполкомами. Существующая товаропроводящая сеть способна обеспечить устойчивый рост экспорта белорусских товаров в охваченных регионах.

Для повышения роста экспорта за счет субъектов товаропроводящей сети создаются многофункциональные торговые дома с выставочными (демонстрационными) площадками, а также расширяются существующие дилерские сети в таких странах как, Вьетнам, Китай, Куба, Сирия, Пакистан, Румыния, Казахстан, Украина, Россия, Армения, Молдовы, Азербайджан, Таджикистан, Узбекистан, Германия, Литва.

В 2013 году планируется создать еще 125 субъектов товаропроводящей сети за рубежом, из них 14 субъектов с белорусскими инвестициями.

Все это свидетельствует о необходимости существования белорусских торговых домов за рубежом и заинтересованности

государства в их количественном и качественном росте, так как торговые дома обладают большими возможностями, чем товарные биржи в организации торгового оборота. Торговые дома предлагают простую схему движения товара: между производителем и потребителем оказывается единственный посредник – торговый дом. Они, как и крупные закупочные организации способны приобретать продукцию большими партиями со значительной скидкой.

Однако, основная цель торговых домов наращивать объемы реализованной продукции, а не ее запасов.

По состоянию на 1 мая 2012 года запасы готовой продукции на промышленных предприятиях Беларуси оценивались в размере 20,344 трлн. бел. руб. Складские запасы по данным Белстат растут непрерывно с начала года: за май они выросли на 3,6% после роста на 6,9% в апреле, на 5,3% в марте, на 8,9% за февраль и на 28% за январь.

Соотношение запасов готовой продукции и среднемесячного объема производства составило 51,2% против 49,7% на 1 мая 2012 года. Наибольшее соотношение запасов готовой продукции и среднемесячного объема производства сложилось в производстве кожи, изделий из кожи и производство обуви – 243,1% (Вг 720,9 млрд.), в текстильном и швейном производстве – 154,1% (Вг 1537,0 млрд.), в производстве фармацевтической продукции – 140% (Вг 327,4 млрд.), в производстве машин и оборудования запасы составили 112,1% к среднемесячному производству (Вг 5204,0 млрд.), электрооборудования, электронного и оптического оборудования запасы – 95,1% (Вг 1070,6 млрд.), транспортных средств и оборудования – 78,3% (Вг 1617,8 млрд.) и т.д.

Это в основном объясняется наличием конкурентов, производящих более качественную продукцию и отсутствием до февраля 2012 законодательных актов, регулирующих деятельность торговых домов.

Не смотря на трудности с реализацией продукции в начале 2012 году белорусские торговые дома имеют все шансы занять устойчивое положение на зарубежных рынка за счет:

- повышения качества продукции, улучшения ее упаковки и расфасовки;
- разработки единой стратегии и тактики в целях активного

приспособления деятельности к изменяющимся потребностям покупателей при одновременном воздействии на формирование их спроса и его стимулировании;

— создания системы государственной поддержки экспорта в форме страхования экспортных кредитов, а также целевого кредитования экспорта;

— разработки механизма осуществления предварительных маркетинговых исследований для оценки торгово-политических отношений;

— оперативного реагирования на меняющуюся конъюнктуру национального и мирового товарных рынков;

— активизация внутренней и внешнеэкономической деятельности за счет диверсификации коммерческой деятельности, поиска новых сегментов товарных рынков при сохранении прежней рыночной доли и мирового товарных рынков;

— мероприятий по снижению совокупных затрат, обеспечению достойного качества обслуживания клиентов и формированию высокого имиджа страны.