

РАЗДЕЛ 3 МЕТОДЫ И ИНСТРУМЕНТЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРОВ НА ВНЕШНИЕ РЫНКИ

第三章：国外市场销售的方法和手段

ТЕМА 11 МЕНЕДЖМЕНТ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

主题十一：对外经济活动管理

ТЕМА 12 СИСТЕМЫ МЕЖДУНАРОДНОЙ ИДЕНТИФИКАЦИИ И КОДИРОВАНИЯ ТОВАРОВ

主题十二：商品识别和编码的国际体系

ТЕМА 13 ЛОГИСТИКА В МЕЖДУНАРОДНОМ БИЗНЕСЕ

主题十三：国际物流

ТЕМА 14 РОЛЬ СИСТЕМ СТАНДАРТИЗАЦИИ И СЕРТИФИКАЦИИ В МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛЕ

主题十四：国际贸易中的标准和认证体系的作用

ТЕМА 15 ТОВАРОПРОВОДЯЩИЕ СЕТИ

主题十五：商品运销网

ТЕМА 16 МЕЖДУНАРОДНЫЕ КОНКУРСНЫЕ ТОРГИ И ГОСУДАРСТВЕННЫЕ ЗАКУПКИ

主题十六：国际竞标和国家采购

ТЕМА 15

ТОВАРОПРОВОДЯЩИЕ СЕТИ

Товаропроводящая сеть — взаимоувязанный комплекс организационно-технологических мероприятий, средств и структур для доведения продукции от товаропроизводителей до потребителей при условии минимизации издержек на товародвижение и максимальном удовлетворении спроса и требований потребителей.

- Постановлением Совета Министров № 1699 от 21 декабря 2006 г. юридически закреплено понятие товаропроводящей сети — совокупность юридических лиц или обособленных подразделений производителя (филиалов, представительств), осуществляющих реализацию (сервисное обслуживание) товара отечественного производителя.

Основные формы товаропроводящих сетей:

- • собственные органы сбыта;
- • национальные сбытовые посредники;
- • сбытовые посредники за рубежом.

Экономическая суть посредников. Эффект внешнеторговых операций при реализации товара посредником повышается, несмотря на увеличение конечной цены, так как увеличивается оперативность сбыта товара, что способствует росту прибыли за счет ускорения оборота капитала и снижению издержек на единицу проданной продукции

Звенья товаропроводящих сетей:

- • организация продавца, осуществляющая контроль за работой каналов распределения и являющаяся частью этих каналов;
- • межгосударственные каналы, по которым обеспечивается доставка товаров в зарубежные страны;
- • каналы в стране-экспортере, по которым происходит доставка товаров из пунктов пересечения границы этого государства до конечных потребителей.

主题15

商品运销网

- **物流配送按照客户的要求**，经过分货、拣选等货物配备工作，把最终产品从生产线的末端到消费者手中的移动和存储过程。是在商品运输费用减到最低化和满足消费者需求和要求的最大化条件下从商品生产者到达消费者的业务活动。
- **物流配送网络基本形式：**
 - 自己的销售机构；
 - 国内的销售中介；
 - 国外的销售中介。
- **中介的实质。**尽管最终价格在增加，但是被中介销售的产品业务效果仍在提高，因为扩大了商品销售灵活性，通过加快资本流转和降低销售产品单位费用促进了利润的增长。
- **物流配送环节：**
 - 卖方为了实现对货物分配渠道的监督而采取的一种销售。
 - 国家之间的货物销售渠道，通过它来保证货物按要求运送到国外。
 - 在出口国的销售渠道，通过该渠道从这个国家的过境点将货物运送到最终消费者。

Методы организации сбыта

1. **Прямой (самостоятельный) сбыт.** Товаропроизводитель вступает в непосредственные отношения с потребителями, т. е. без посредников.

- При определении схем поставок товара предпочтение отдается прямым поставкам, а выбор субъекта ТПС в соответствующем регионе может осуществляться на конкурсной основе по таким критериям, как набор предоставляемых маркетинговых, сбытовых и рекламных услуг, а также стабильность финансового положения и платежеспособность.

Прямые поставки — реализация товаров собственному субъекту ТПС — юридическому лицу, имеющему в своем уставном фонде более 50 % доли производителя, а также организациям, определенным в результате аукционов, конкурсов, тендеров, биржевых торгов, сетевым торговым организациям, дилерам, дистрибьюторам и корпоративным субъектам ТПС.

- К собственным органам сбыта относятся:
 - экспортный отдел, руководящий всеми фазами доведения товара до зарубежного покупателя;
 - полномочный представитель фирмы за рубежом, ведущий исследование зарубежного рынка, подготовку сделки, контроль за ее реализацией;
 - экспортная организация внутри страны;
 - заграничное отделение фирмы;
 - заграничное представительство;
 - дочернее предприятие за рубежом.
- При работе через субъекты ТПС, специализирующиеся на массовом сбыте определенного перечня продукции, обычно возникает дополнительная выгода за счет снижения издержек обращения средств на единицу реализованного товара.

2. **Косвенный сбыт** (путем привлечения посредников). К сбытовым посредникам в стране базирования предприятия относятся:

- экспортные организации;
- транспортно-экспедиторские компании;
- торговые дома;
- представители зарубежных компаний.

3. **Комбинированный сбыт.** В качестве посреднического звена используются организации со смешанным капиталом, включающим средства как фирмы-производителя, так и другой независимой компании.

4. **Сбыт через систему электронной торговли.** Создаются каталоги продукции, к которым покупатели обращаются посредством интернет-магазинов и электронных торговых площадок.

主题15

商品运销网

- 销售的方法：
- 1. **直接（独立）的销售（直销）。**直销（Direct Selling），按世界直销联盟的定义，直销指以面对面且非定点之方式，销售商品和服务，直销者绕过传统批发商或零售通路，直接从顾客接收订单。
- 直销是指直销企业招募直销员，由直销员在固定营业场所之外直接向最终消费者（以下简称消费者）推销产品的经销方式。
- 直接供货——向私有物流配送客户销售商品，该客户是具有50%生产份额的法定资金的法人，以及向由于拍卖、竞标、股票买卖等方式而确定的组织来销售产品。
- 属于自己销售的有：
 - 负责向国外买主运送商品的本公司的出口部门；
 - 国外分公司的授权代表，负责境外市场调查、交易及其对销售的监督；
 - 本国内的其他出口单位；
 - 分公司的海外办事处；
 - 海外代表；
 - 海外子公司。
- 通过物流配送方式进行销售的活动，一般能够达到由于缩短资金周转所带来的额外利润。
- 2. 间接销售（通过吸引中介）。
- 属于企业所在国的销售中介有：
 - 出口组织；
 - 商贸中心；
 - 货运代理公司；
 - 外国公司的代表。
- 3. 联合销售。作为一个中介环节利用联合资金的组织，该资金不但包括生产者公司的资金，而且还包括其他独立的公司资金。
- 4. 通过电子商务销售。创建产品目录，顾客通过网上商店和电子交易平台来关注该产品目录。

ВОЗМОЖНЫЕ УСЛОВИЯ РАБОТЫ ПОСРЕДНИКОВ

- **Неисключительное право продажи.** Посредникам предоставляется право в течение установленного времени сбывать на оговоренной территории определенную номенклатуру товаров, но продавец оставляет за собой право самостоятельно продавать на той же территории такие же товары без выплаты посреднику с неисключительным правом продажи вознаграждения или компенсации.
- **Исключительное (монопольное) право продажи** лишает экспортера возможности продавать товары через других посредников или самостоятельно. Это право стимулирует посредника, так как величина получаемой им прибыли прямо зависит от его активности.
- **Преимущественное право продажи**, или «право первой руки», предусматривает соглашение, в соответствии с которым экспортер обязан в первую очередь предлагать товар посреднику и только после его отказа продавать этот товар на договорной территории самостоятельно либо через других посредников без выплаты вознаграждения посреднику «с правом первой руки».

Возможные способы вознаграждения посредников:

- • вознаграждение в виде разницы цен при реализации и при поставке;
- • вознаграждение в виде процентов с экспортных цен;
- • смешанное вознаграждение в виде совмещения предыдущих двух способов.

***Эффективность системы товародвижения** — отношение результатов, полученных в системе товародвижения предприятия-производителя, к его затратам на данную систему.*

Разработка стратегии формирования ТПС:

- • мониторинг и анализ изменений в количественных и стоимостных объемах продаж по видам продукции на рынке за ряд лет;
- • анализ возможностей белорусских субъектов оперативно реагировать на изменения потребностей целевого рынка;
- • оценка целесообразности создания или развития дилерской или сервисной сети;
- • учет при планировании экспортных поставок важности максимизации прибыли и необходимости стратегического закрепления на том или ином рынке;
- • учет мер тарифного и нетарифного регулирования, действующих на целевом рынке.

主题15

商品运销网

- **中介条件**
- **非特殊销售权。**赋予中间人在预先说明的区域内在固定的时间销售确定的商品的权利，但是卖方坚持自己有权也在那个区域内独立销售同样的商品而不通过支付给享有非特殊销售权利的中间人报酬或补偿。
- **特殊（垄断）销售权，**通过其他中间人或自销产品剥夺了出口商的销售机会。这种权利能促进中间人参与，因为他们获得的利润数量直接取决于他的积极性。
- **优先销售权，或者是“第一手权利”。**规定协议，根据该协议出口商有义务首先向中间人（中介）提供商品并只在中间人拒绝后在合同确定的区域内独立的或者通过不用向中间人
- **支付报酬的其他中间人“享有第一手权利”来销售该产品。**
- **中间商获得酬金的可能方法：**
- 以供销的差价形式的报酬；
- 以出口价格提成形式的报酬；
- 以上两种形式的综合报酬。
- *货物运输系统的效率——在生产者商品运转的系统中获得的利益与其发生的费用的比。*
- **制定物流配送战略：**
- 根据连续几年市场上的产品种类监测和分析在销售数量和价值总数的变化。
- 分析白俄罗斯客户对目标市场需求变化迅速作出反应的能力。
- 评估建立或发展一个经销商或服务网络的合理性；
- 考虑出口供货计划中利润的最大化并确定在某个市场上的战略必要性。
- 考虑关税和非关税调节作用与对目标市场的措施。

Мероприятия по совершенствованию ТПС:

- • создание интернет-представительств;
- • открытие представительств и филиалов белорусских коммерческих банков для привлечения кредитных ресурсов, усиления финансовой поддержки экспорта, увеличения банковских услуг;
- • проведение комплексных исследований по прогнозированию конъюнктуры страновых и региональных рынков, подготовка среднесрочных и долгосрочных прогнозов;
- • информационно-аналитическое обеспечение и сопровождение ТПС, включая логистику доставки и распределения ресурсов;
- • подготовка и сертификация специалистов в сфере экспорта и ТПС.

НОВЫЕ ФОРМЫ ОРГАНИЗАЦИИ ТОВАРОПРОДВИЖЕНИЯ

Фирменная торговля

- **Кросдокинг** — централизованная торговля крупными оптовыми партиями. Предполагается, что в центре системы находится один большой дистрибьюторский центр с достаточно большим складом, куда поступают все заказы и где хранится весь товар, продаваемый в данном регионе.

Технология категорийного менеджмента. Включает два направления:

- 1) выбор поставщиков и управление категорией товаров;
- 2) внедрение технологии продвижения брэндов.

主题15

商品运销网

- **完善物流配送的措施：**
 - • 建立互联网代办处；
 - • 设立白俄罗斯商业银行代表处和分支机构，以吸引贷款资源，加强出口，扩大银行服务；
 - • 进行国家和地区市场形势的综合研究和中期和长期预测的准备；
 - • 建立信息分析系统，保证物流配送，包括物流运输和资源分配；
 - • 加强出口和物流配送领域专家的培训和认证。
-
- **商品运销的新形式：**
 - **自营物流**
 - **Krosdoking**——大批发量的集中交易。据推测，该系统有一个大型配送中心，该配送中心带有一个可以往那里运送所有的定货并在那里可以存放在该地区销售的所有商品大的仓库。
 - **分级管理包括两个方面：**
 - 1) 供应商的选择和商品等级管理。
 - 2) 引进品牌推广技术。

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ТПС

- 1. В основе идеи товаропроводящей сети 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».
- 2. С точки зрения экономики и экспортного менеджмента товаропроводящая сеть — это специально спланированные и индивидуально подобранные каналы товародвижения, связывающие производителя и целевой сегмент рынка.
- 3. Сбыт одним производителем может являться для другого производителя закупкой сырья, материалов, комплектующих или оборудования. В этом случае спрос является производным и зависит от сбыта готовой продукции второго производителя. В результате образуется система, которая в современной зарубежной практике называется цепочкой создания ценности — **value chain** (в основе данного понятия изначально лежит задача разработки оптимальных схем товародвижения, охватывающей как различные страны и регионы, так и различные стадии создания добавленной стоимости).
- 4. Концепция интегрированного управления различными стадиями движения товарно-материальных ценностей, от продукции нижних пределов вплоть до конечного потребителя, получила название «управление цепью поставок» (SCM — supply chain management).

主题15

商品运销网

- **物流配送的有效性**
- 1. 按着物流配送的理念现在存在这样一个事实即在全球竞争的现代条件下提高企业出口效率和发展进步的**不是商品、市场或者独占的销售渠道，而是具体的“商品-销售渠道-目标”市场**的协调统一；
- 2. 从经济和出口管理的角度来看商品的物流配送——这是一个专门设计和个性化选择的联系生产商和目标市场的商品运输渠道。
- 3. 一个生产商的**销售产品**实际上对其他生产者来说可能是**原材料、零部件或**设备的购买。在这种情况下，就形成了一个体系，该体系在现代国外实践中被称做**价值链-value, chain**（在此概念上基础上一开始就要求制定一个商品运转的最佳方案，该方案不仅涉及物流配送要考虑在不同的国家和地区进行，而且还要考虑在不同阶段如何产生附加值）。
- 4. 供应链管理是一种集成的管理思想和方法，它执行供应链中**从供应商到最终用户**的物流的计划和控制等职能。

THANK YOU

谢谢！

Спасибо за внимание