

время, компания–дистрибьютор заинтересована в предоставлении равных прав всем своим партнерам и их торговым агентам.

По мере развития долгосрочных партнерских отношений производителей с розницей, роль дистрибьюторов сводится к решению задач логистического обеспечения пивоваренных компаний. Например, сегодня в США доля компаний, которые занимаются перепродажей продукции, не превышает 5%. Подавляющее большинство партнеров по сбыту (более 90%) специализируются на логистике.

В то же время растет роль дистрибьютора в информационном обеспечении компании-производителя. Заключение агентского соглашения обычно предполагает ежедневное предоставление производителем отчетов о продаже его продукции и розничной цене в каждой торговой точке с детализацией по покупателям, ведение кредитной истории торговых точек, составление характеристики на них.

Современный сбыт подразумевает глубокое изучение компанией канала продаж и использование информации из различных источников. Заказы от розницы передаются дистрибьюторам или непосредственно производителям. Компании основываются на оперативных данных о продажах для планирования загрузки своих производственных мощностей. Первично оперативные данные также используются для анализа цен и уровня дистрибуции брендов компании и конкурирующих брендов.

Помимо контроля за выполнением дистрибьютором своих обязательств, целью такого анализа является обобщение результатов для прогнозирования распределения спроса по сегментам и динамики этого распределения. Отслеживая тенденции на рынке, компания оценивает его готовность для вывода новых продуктов, принимает решения о жизненном цикле продукта. Таким образом, ассортимент продукции пивоваренных компаний на прилавках находится под постоянным контролем и при необходимости пересматривается и обновляется.

Для анализа положения компании на рынке также используют данные мониторинга продаж (аудита розничной торговли) независимых исследовательских компаний, в Республике Беларусь этот аудит проводит ACNielsen.

КЛАСТЕРНЫЙ ПОДХОД КАК НОВАЯ ФОРМА ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ АГРАРНОГО СЕКТОРА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

М.Н. Андриянчикова

Белорусский государственный университет, г.Минск, Беларусь

masha_83@mail.ru

Аграрный сектор Республики Беларусь не может не вызывать к себе пристального внимания, поскольку речь идет о первой и важнейшей функции удовлетворения потребностей человека – продовольствии. Производство сельскохозяйственной продукции первично по отношению ко всем остальным производствам, а его разрушение или даже нарушение ведет к тяжелым последствиям и ставит под вопрос сам факт существования человека. Это обуславливает важность поиска эффективных направлений формирования белорусской концепции аграрной политики в условиях очень специфического, еще далеко не оформившегося рыночного хозяйства, трудно входящего в быстро интегрирующуюся и глобализирующуюся мировую экономику.

Несмотря на то, что за последние годы в аграрном секторе Республики Беларусь произошли значительные изменения, его эффективность по-прежнему остается низкой: в сельском хозяйстве самая низкая рентабельность реализованной продукции, в сравнении с остальными отраслями экономики Республики Беларусь (рис.1), занятые в сельском хозяйстве получают наименьшую заработную плату (рис.2), аграрный сектор является наименее привлекательным в сравнении с остальными секторами экономики и т.д.

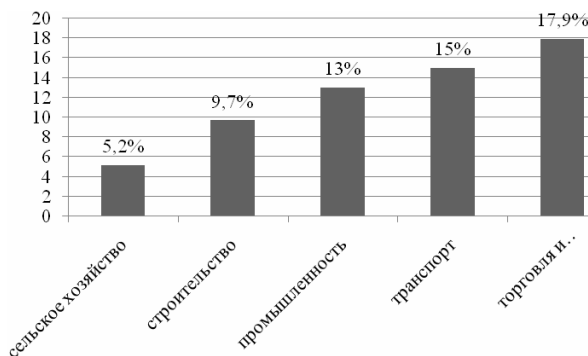


Рисунок 1 – Рентабельность реализованной продукции, работ услуг по отраслям экономики за 2007 год [1]

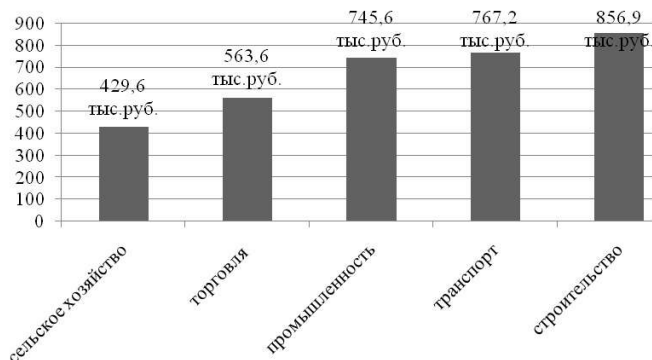


Рисунок 2 – Номинальная начисленная средне-месячная заработная плата работников организаций по отраслям экономики за 2007 год [1]

Для реанимации аграрного сектора экономики, повышения его привлекательности для населения, необходимо в краткосрочный период привлечь крупные инвестиции и реализовать инновационные стратегии. Многие развитые и развивающиеся страны (США, Финляндия, Германия и др.) в решении данного вопроса делают упор на кластерный подход в экономике.

Основоположником кластерной теории является М.Портер. Исследовав десятки стран, более сотни отраслей, он пришел к выводу, что самыми конкурентоспособными являются не бессистемно разбросанные по стране компании, а те, которые имеют свойство концентрации в конкретном регионе [2].

Согласно М. Портеру, кластер представляет собой группу географически соседствующих взаимосвязанных компаний и организаций, действующих в определенной сфере, характеризующихся общностью деятельности, и взаимодополняющих друг друга [2].

Кластерный подход в организации производства исходит из того, что сложение потенциала ряда предприятий дает в конечном счете эффект больший, чем просто их сумма. Появляются дополнительные экономические силы, связанные с более глубоким разделением труда, стимулированием различных подходов к НИОКР, обеспечением необходимыми средствами для внедрения новых стратегий.

Объединение предприятий аграрного сектора в кластер позволит сформировать не спонтанную концентрацию разнообразных технологических изобретений, а определенную систему распространения новых знаний и технологий. При этом важнейшим условием эффективной трансформации изобретений в инновации, а инноваций в конкурентные преимущества является формирование сети устойчивых связей между всеми участниками кластера.

Основными принципами функционирования кластера являются:

- *самоорганизация*. Способность кластера изменять внешние и внутренние условия своего существования;

- *кооперация и конкурирование*. Ценность здесь заключается в том, что на внутреннем рынке предприятия действуют в условиях нормальной рыночной конкуренции, в то время как за рубежом эти действия выливаются в совместную борьбу за рынок сбыта;

- *неформальные взаимоотношения между субъектами кластера*. Неформальные сети образуются в результате стремления отдельных фирм объединить усилия с теми, кто ставит перед собой аналогичные цели;

- *общая корпоративная культура*. Предприятия в кластере отказываются в конкурентной борьбе от «вражеского настроения», так как большая вероятность, что в ближайшем будущем противник окажется ближайшим партнером в деловых отношениях. Возникающая культура и климат доверия в кластере, появляющиеся уже в процессе выбора бизнес-партнера, наиболее успешно способствуют совместному обучению, передаче информации друг другу, объединению ресурсов и т.д.;

- *долгосрочное сотрудничество и общая стратегическая цель*. В возникающей ситуации, в период кризиса, гораздо целесообразней продолжать тесное взаимодействие, совместно преодолевать возникающие трудности и реализовывать новые возможности укрепления позиций кластера в рыночной среде. Качество предоставляемых услуг будет способствовать возникновению прочности взаимоотношений, а, соответственно, и их долгосрочности. В результате тесного взаимодействия фирм в кластере и присутствием взаимного доверия, предприятия становятся носителями одной общей цели;

- *комплексность использования ресурсов*. Единая неразрывная производственная цепочка - цепочка добавленной стоимости (сырьевая база - производство - сбыт) - связь, при которой наблюдается последовательность производства продукта - от поставщика, **первичного** переработчика, до конечного покупателя и потребителя произведенной продукции, т.е. осуществление максимально полного производственного цикла;

- *локальность местоположения*. Данная особенность кластера, основанная на комплексности использования ресурсов, влечет за собой *локальность местоположения* предприятий. Отсутствие территориальной разобщенности приводит к усилению стратегического взаимодействия, легкость доступа друг к другу обеспечивает лучшую возможность тесного сотрудничества.

Кластерная форма организации производства является одним из перспективных вариантов развития аграрного сектора Республики Беларусь и повышения его конкурентоспособности.

Литература

1. Стат. сборник «Регионы республики Беларусь», 2008 / Минстат Республики Беларусь. – Минск, 2008. – 794 с.

2. Портер, М.Э. Конкуренция: учеб. пос. / М.Э. Портер; пер.с англ. –М., 2003.