

Михаил Костечко: результаты работы ТПС показывают правильность выбранной концепции



БЕЛОРУССКИЙ
НЕФТЯНОЙ
ТОРГОВЫЙ
ДОМ

Увеличению экспорта и поступлению валютной выручки в страну способствует развитие товаропроводящей сети (ТПС), которым, в частности, занимается Республиканское дочернее унитарное предприятие «Белорусский нефтяной торговый дом». Его субъекты товаропроводящей сети реализуют нефтехимическую продукцию и нефтепродукты, закупают химическое сырье (Украина, Латвия) и оказывают услуги по экспедированию продукции (торговые организации в Литве и Латвии). Подробности о работе ТПС корреспондент «Вестника Белнефтехима» выясняет у генерального директора РДУП «Белорусский нефтяной торговый дом» Михаила КОСТЕЧКО.



— Михаил Иванович, уточните, пожалуйста, в каких странах товаропроводящая сеть развивается наиболее успешно и за счет чего?

— Сегодня товаропроводящая сеть нефтехимической отрасли включает 10 торговых организаций. Из них в России находятся ООО «Белнефтехим-РОС» (Москва) и ООО «Балтийская торговая компания» (Калининград), в Украине — ООО с ИИ «БНХ Украина» (Киев), Латвии — ООО «Ойл Логистик» (Рига), Литве — ЗАО «Трансхема» (Вильнюс), Польше — ООО «БНХ-Ойл Польска» (Варшава), Молдове — СП ООО «Вестойл» (Кишинев), КНР — ООО «Белнефтехим Шанхай трейдинг» (Шанхай). Кроме того, в Турции действует ООО «БНХ Петрокия» (Стамбул), а в Грузии — ООО «БНХ Тбилиси» (Тбилиси).

Традиционно позиции ТПС наиболее сильны на рынках РФ, Литвы, Латвии. Динамично развиваются торговые организации в Польше и Китае. Изучение результатов деятельности товаропроводящей сети показывает правильность выбранной концепции ее построения и основных направлений ее реализации. Так, по итогам работы субъектов ТПС в 2013 году выполнение доведенных планов по реализации продукции составило 137,6% в стоимостном и 158,0% — в натуральном выражении. Темп роста 2013 к 2012 году составил 154,3% в стоимостном выражении. В первом полугодии 2014 года положительная динамика сохранилась — план по реализации продукции выполнен на 123,4% в стоимостном выражении и

на 123,9% — в натуральном. Темп роста объемов реализации к аналогичному периоду 2013 года составил 108,9%.

Успешная работа достигается за счет многих факторов. К ним относятся, в частности, минимизация количества посреднических структур в цепочке «завод — потребитель», максимальное приближение к конечному потребителю, что в конечном итоге обеспечивает увеличение экспортных цен. Мы оптимизируем движение товарных потоков, у нас надежная логистика продукции, гибкое финансирование экспортных контрактов. Наличие полной и достоверной информации о рынке присутствия, постоянный мониторинг ценовой конъюнктуры позволяют проводить скоординированную ценовую политику. Не менее важный фактор — проверенная клиентская база. Кроме всего этого, положительно влияет на результаты деятельности оптимизация штатной структуры и расходов.

— Какие региональные особенности существуют в номенклатуре поставок белорусской нефтехимической продукции? Сохраняются ли традиционные позиции в торговле нефтепродуктами?

— Среди десяти торговых организаций реализацию исключительно нефтехимической продукции осуществляют пять субъектов ТПС. Поставками нефтепродуктов (помимо нефтехимии) занимаются организации ТПС в Литве, Латвии, Украине, России (ООО «Белнефтехим-РОС» — с 2014 года ком-

пания в Калининградской области). При этом самую широкую номенклатуру продаж традиционно имеют организации, работающие на рынках, характеризующихся наибольшей емкостью, — ООО «Белнефтехим-РОС», ООО СИИ «БНХУкраина», ООО «БНХ-Ойл Польша». В то же время перед всеми субъектами ОТПС стоит задача постоянного расширения ассортимента реализуемой продукции.

— Как реализуется сегодня политика продаж на 2014 год по основным рынкам? Какие появляются возможности на новых направлениях?

— В начале 2014 года была утверждена политика продаж для каждой организации отрасли. Как производителям, так и иным организациям доводятся ежеквартальные планы по реализации продукции, которые коррелируются с утвержденными годовыми бизнес-планами. Выполнение доведенных показателей и обеспечивает достижение поставленных задач. По итогам полугодия выполнение планов по реализации продукции в целом по ТПС составило 123,4% в стоимостном выражении. УП «Белорусский нефтяной торговый дом» постоянно осуществляется мониторинг новых перспективных рынков для реализации белорусской нефтехимической продукции. В этих целях, в том числе, организуется открытие представительств. Так, в 2013 году было открыто представительство в Чехии, что позволяет наиболее оперативно и в полном объеме отслеживать конъюнктуру рынка стран ЕС. Кроме того, в марте 2014 года была открыта торговая организация в Грузии.

— Как строится работа РДУП «БНТД» и предприятий ТПС с белорусскими предприятиями-товаропроизводителями?

— Взаимодействие между УП «Белорусский нефтяной торговый дом», субъектами отраслевой ТПС (ОТПС) и организациями-производителями нефтехимической продукции ориентируется на повышение эффективности экспорта продукции с учетом сложившейся конъюнктуры цен на различных сегментах рынка. Она направлена на максимальное присутствие на наиболее выгодных рынках и диверсификацию экспортных поставок, а также удержание существующих и развитие новых направлений сбыта.

Наибольший объем продаж конкретного вида продукции направляется на реализацию субъекту ТПС, работающему в сегменте рынка, который характеризуется самой привлекательной ценовой конъюнктурой.

В заключаемом дилерском договоре между товаропроизводителем и субъектом ОТПС предусматриваются определенные условия (с учетом действующего законодательства страны нахождения субъекта ОТПС и исходя из экономической целесообразности). Например, регион деятельности субъекта ОТПС; возможные ограничения, связанные с реализацией субъектом ОТПС продукции организаций нашей отрасли другому субъекту хозяйствования для его дальнейшей перепродажи. Указывается допустимая цена на реализуемую субъектом ОТПС продукцию, а также возможность формирования заявок на производство и поставку продукции, сроки направления таких заявок производителям, возможность установления минимального объема продаж и других специальных условий реализации продукции. Определяется возможность применения к субъекту ОТПС системы льгот или других

экономических стимулов, предусматривающих рост объема продаж продукции в регионе деятельности субъекта ОТПС. Они участвуют в формировании сбытовой политики предприятий-производителей в регионе их деятельности, а также в определении приоритетных сегментов рынка.

Следует отметить, что организация отрасли при заключении контрактов на экспорт продукции, дилерских и иных соглашений или договоров на реализацию продукции в регион, где присутствует субъект ОТПС, в первую очередь, устанавливает договорные отношения с субъектами ОТПС или конечными потребителями. Товары отгружаются на экспорт в адрес субъектов ОТПС и конечных потребителей в первоочередном порядке.

Предприятия-товаропроизводители формируют цену на отгружаемую субъектам ОТПС продукцию с учетом законодательства, действующего в Республике Беларусь, конъюнктуры рынка, сложившейся в регионе деятельности субъекта ОТПС, с применением существующей системы скидок.

При изменении ситуации на рынке страны пребывания субъекта ОТПС он незамедлительно уведомляет об этом организацию-поставщика в Беларуси. В случае необходимости стороны готовят и реализуют совместные меры для удержания рынка (снижение цен, изменение формы, сроков оплаты и др.). При этом крайне важно не только контролировать выполнение плановых показателей, но и своевременно реагировать на возникновение проблемных моментов во взаимодействии между товаропроизводителями и субъектами ОТПС.

Спорные вопросы, возникающие между субъектами ОТПС и предприятиями-производителями в процессе реализации продукции, решаются, как правило, в соответствии с условиями, изложенными в контракте. Когда стороны не могут прийти к согласию, любая из них направляет письма в вышестоящую инстанцию и в УП «Белорусский нефтяной торговый дом». В письме излагается суть проблемы, предпринятые ранее действия для ее решения, обоснованные позиции сторон. По итогам рассмотрения проблемного вопроса (при необходимости после проведения совещания) принимается соответствующее решение.

— В чем заключаются основные препятствия для расширения товаропроводящей сети?

— В объективных рыночных реалиях. Целесообразность открытия новой торговой организации определяется исходя из тщательного анализа потенциального дохода и затрат после подготовки и утверждения соответствующих технико-экономических обоснований необходимости присутствия дочерней региональной компании на конкретном рынке. Ограничивающими факторами в данном случае выступают емкость рынка, прямые и косвенные издержки по выходу на конкретный рынок, наличие собственных производителей аналогичной продукции, существование тарифных либо нетарифных барьеров для входа на рынок, специфика ведения бизнеса (особенно это касается восточных стран). В ряде случаев также целесообразно привлечение местных инвесторов.

Подготовила Светлана САБИЛО,
фото Виктории Анискевич-Клопоцкой