

АКТУАЛЬНОЕ ИНТЕРВЬЮ



О том, какую роль биржа играет в процессе организации сбыта, в интервью информационно-аналитическому журналу «Биржевой бюллетень» (№ 1 за 2026 год) рассказала начальник управления по работе с клиентами БУТБ Оксана Харитонович.

Начальник управления по работе с клиентами БУТБ

Оксана Харитонович

БИРЖЕВОЙ МАРАФОН

– Пожалуй, самая главная задача любого предприятия, помимо обеспечения бесперебойного производственного процесса, – это грамотно организованный сбыт. Какую роль биржа играет в этом процессе?

– Основными целями деятельности Белорусской универсальной товарной биржи являются развитие электронной биржевой торговли, содействие экспорту отечественной продукции, помощь иностранным компаниям в выходе на белорусский рынок, повышение эффективности торгового взаимодействия между белорусскими и зарубежными компаниями, оптимизация механизмов государственного контроля в области оптовой торговли путем внедрения передовых программно-технических решений.

Кроме того, биржа выступает инициатором и активным участником интеграционных процессов на товарных рынках, способствует установлению дружественных и партнерских отношений между представителями бизнеса из разных стран, а также вносит весомый вклад в создание благоприятного имиджа и укрепление экономического потенциала Беларуси.

Для достижения указанных целей биржа осуществляет комплекс мероприятий по поиску деловых партнеров и расширению трейдерской сети, диверсификации рынков сбыта и укреплению связей с международным биржевым сообществом.

Неотъемлемой частью этой деятельности является системная работа по привлечению клиентов на биржевую площадку и их последующее сопровождение, а также стимулирование более активного участия в торгах уже аккредитованных, но малоактивных клиентов.

– Почему производителю выгоднее выставлять товар на бирже, чем искать покупателей напрямую или через посредников?

– На мой взгляд, самое главное, что получает производитель, придя на биржу, – это более масштабный охват аудитории без дополнительных затрат, а также экономия времени и человеческих ресурсов.

Допустим, белорусский экспортер рапсового масла хочет расширить географию и объемы поставок своей продукции посредством биржевого механизма. В данном случае задача биржи – привлечь на торги максимальное количество потенциальных покупателей-нерезидентов и тем самым обеспечить благоприятные условия для заключения сделок.

Привлечением клиентов на биржу занимаются сразу несколько структурных подразделений: управление по работе с клиентами, филиалы в областных центрах, управление внешнеэкономической деятельности, представительство биржи в Шанхае, торговые секции по соответствующим группам товаров.

При этом количественные показатели по привлечению и активности клиентов входят в число KPI биржи и постоянно отслеживаются и анализируются наряду с финансово-экономическими индикаторами деятельности БУТБ.

– Поделитесь секретом, с чего вы начинаете работу по привлечению клиентов.

– Никаких особых секретов здесь нет. В этом плане мы мало чем отличаемся от других организаций, оказывающих услуги в сегменте B2B. На начальном этапе мы исследуем рынок, изучаем его структуру и основных игроков, анализируем экономическую си-

туацию в целевой стране и оцениваем потенциал региона в целом по таким параметрам, как уровень развития промышленности, аграрного сектора и лесного хозяйства, основные импортные и экспортные товарные позиции, потребность в сырье и готовой продукции.

При этом для содействия белорусским предприятиям в экспорте и помощи иностранным компаниям в выходе на белорусский рынок мы не просто ищем и привлекаем на торги потенциальных контрагентов, но и прорабатываем конкретные товары, которые отечественные производители заинтересованы продать, а зарубежные потребители – купить.

Например, в 2025 г. мы успешно проработали запросы белорусских предприятий по таким позициям, как льноволокно, шкурки норки, пальмовое масло, какао-бобы, живой скот, целлюлоза, фанера, круглый лес и пиломатериалы, торфяные брикеты, смазочные материалы, полимеры, бумажная продукция, работы и услуги, металлопродукция.

– Насколько сложно производителю выйти на биржу со своим товаром? С чего обычно начинается сотрудничество?

– На самом деле все предельно просто.

Прежде всего необходимо аккредитоваться на бирже. Это первый шаг, который должна сделать любая компания, которая собирается участвовать в биржевых торгах. Мы со своей стороны сопровождаем каждого нового участника на всех основных этапах торгового процесса, оказывая услугу полного цикла – от звонка в контакт-центр биржи до сделки.

Сопровождение включает в себя консультацию на этапе обращения, анализ документов, оценку соответствия требованиям и проверку по системе безопасности, выпуск электронной цифровой подписи (ЭЦП), аккредитацию, помощь с формированием и подачей на торги первых заявок. Также, если необходимо, мы актуализируем ЭЦП участника и записываем на бесплатное обучение основам биржевого дела.

Нередко участникам требуется техническая поддержка для установки и настройки биржевого программного обеспечения. Такую услугу мы тоже оказываем на безвозмездной основе. Для этого наш специалист удаленно подключается к компьютеру клиента и производит все необходимые манипуляции.

– Расскажите, пожалуйста, о каналах привлечения клиентов. Какие из них обеспечивают самую высокую конверсию?

– В работе с клиентами мы стараемся применять омниканальный подход. У нас есть ряд хорошо рекомендовавших себя каналов привлечения, которые мы сочетаем друг с другом для достижения наилучшего результата. К таким каналам, в частности, относится анализ зарегистрированных внебиржевых сделок по биржевым товарным позициям и

мониторинг годового объема продаж компаний. Это действительно мощный инструмент лидогенерации, позволяющий выявить потенциальных клиентов среди компаний, не аккредитованных на бирже, а также «подсветить» действующих клиентов, которые по тем или иным причинам отдают предпочтение внебиржевым схемам купли-продажи товаров.

Хорошие результаты дают и «классические» методы увеличения клиентской базы: обзвоны, почтовые рассылки, презентации, семинары, вебинары, конференции, выставки и другие подобные мероприятия. Все они – это шанс рассказать о преимуществах биржевого механизма, наладить контакт с будущим клиентом и убедить его прийти на торги самостоятельно или через брокера.

К слову, эффективным дополнительным инструментом привлечения новых участников биржевых торгов является тесное сотрудничество БУТБ с белорусскими и зарубежными средствами массовой информации. Работа ведется по пяти ключевым направлениям: расширение охвата и узнаваемости, подтверждение экспертизы и авторитета, таргетирование на целевую аудиторию, усиление SEO и онлайн-видимости, устранение возражений и барьеров.

– Могут ли небольшие региональные предприятия конкурировать на бирже с крупными игроками? Или площадка ориентирована в первую очередь на крупный бизнес?

– То, что биржа служит интересам исключительно крупного бизнеса, – не более чем миф, в который верят, наверное, только те, кто никогда не имел дела с БУТБ и не участвовал в торгах. Ведь весь смысл биржевого механизма заключается в том, чтобы обеспечить равные условия и возможности для всех участников рынка. Поэтому на биржевой площадке и огромный государственный холдинг, и небольшая частная компания или индивидуальный предприниматель имеют одинаковые шансы заключить сделку. Так что слово «универсальная» в названии БУТБ касается не только ассортимента товаров, допущенных к биржевой торговле, но и участников торгов – всех субъектов хозяйствования независимо от размера и формы собственности.

Иными словами, любой может воспользоваться инструментами, которые предоставляет биржа, а их, поверьте, немало. Это и проверка контрагентов, и сопровождение сделок, и расчеты через субсчета биржи (бесплатный аналог банковского аккредитива), и доступ к базе потенциальных деловых партнеров из 83 стран мира, и аналитика по различным сегментам товарного рынка. Все перечисленные инструменты дают конкретный экономический эффект, который проявляется в росте экспортной выручки, экономии на закупках, сокращении затрат времени и усилий.

– Какие гарантии получает продавец при работе через биржу? Как обеспечивается исполнение сделки?



– Один из ключевых плюсов биржевой сделки – снижение риска неоплаты.

Во-первых, покупатель допускается к торгам только после прохождения аккредитации, что предполагает проверку его благонадежности службой безопасности биржи.

Во-вторых, применяются механизмы обеспечения обязательств, а именно биржевой задаток (процент от стоимости заявленного на торги товара или суммы планируемой сделки) и расчеты с использованием субсчетов биржи.

В-третьих, взаиморасчеты между сторонами сделки проходят строго по установленному биржей регламенту. Таким образом, продавец никогда не имеет дело с «непроверенным контрагентом».

Еще одной дополнительной гарантией является то, что все параметры сделки фиксируются в биржевом договоре, регламентах торгов по каждой товарной секции и правилах биржевой торговли. Это исключает двусмысленную трактовку существенных условий: цены, объема, сроков оплаты и поставки, требований к качеству и упаковке. Фактически продавец получает типовой юридически выверенный договор, в котором учтены все его интересы.

В этой связи следует отметить, что на бирже выстроена целостная система сопровождения сделок – от момента заключения до полного исполнения. Например, для допуска на торги продавцы и покупатели вносят задаток. В последующем, если одна из сторон сделки нарушит свои обязательства, сумма задатка будет использована для компенсации понесенных убытков. Это серьезно дисциплинирует участников и снижает число конфликтных ситуаций.

Кроме того, за нарушение обязательств предусмотрены штрафы, приостановка допуска на торги, ограничение или полное исключение компании из числа участников биржевой торговли. Для большинства клиентов БУТБ такие меры воздействия влекут за собой ощутимые финансовые и репутационные последствия, а в некоторых случаях вообще ставят под угрозу само существование их бизнеса. Поэтому исполнение сделки становится приоритетом.

В спорных ситуациях продавец может обратиться в арбитражную комиссию биржи. Это гораздо быстрее, эффективнее и дешевле, чем судебные разбирательства, особенно для небольших компаний, у которых, как говорится, каждая копейка на счету.

Как итог, биржа обеспечивает продавцу проверенных контрагентов, финансовую дисциплину покупателя, юридическую защищенность сделки и механизмы принудительного исполнения обязательств.

Именно поэтому для многих производителей биржевая торговля становится самым безопасным способом выхода на новых покупателей и новые рынки.

– Что бы вы посоветовали производителю, который лишь начинает свой путь на бирже-

вых торгах? Какие есть подводные камни? Как торговать безопасно и эффективно? Поделитесь, пожалуйста, лайфхаками.

– Прежде всего нужно воспринимать биржу не как площадку для заключения разовых сделок, а как системный инструмент продаж и развития бизнеса.

До первых торгов важно ответить себе на несколько вопросов:

- Какую минимальную цену товара можно установить с учетом всех затрат?

- В каких объемах и с какой периодичностью будут осуществляться поставки?

- В какие страны и регионы планируется реализовывать продукцию?

Первые сделки лучше рассматривать как тренировочные. Они предоставляют возможность отработать процесс торгов, понять поведение конкурентов, протестировать логистику и документооборот. Это снижает риски и дает ценный практический опыт.

Новички часто пытаются «выиграть любой ценой» и демпингуют, резко снижая свою маржу. Это не самая эффективная стратегия. Важно помнить, что биржа – это не только цена, но и надежность, условия поставки и репутация.

Еще одна рекомендация: чтобы торговать безопасно, необходимо применять стандартные биржевые инструменты, так как биржевой формат торговли уже предполагает проверку контрагентов, типовые договоры, прозрачный документооборот. Это значительно безопаснее, чем внебиржевые сделки, особенно на старте.

Если говорить об эффективности торгов, то для получения стабильно положительных результатов следует:

- изучать рынок до торгов, чтобы в ходе торговой сессии более осознанно и уверенно принимать решения;

- работать над репутацией, а не только над ценой, так как предсказуемость, четкие поставки и отсутствие проблем по сделкам со временем начинают работать лучше любой скидки;

- после каждой сделки полезно делать короткий разбор: что получилось, где были ошибки, что можно улучшить в следующий раз.

Особенно важно для продавца-новичка внимательно изучать регламенты торгов и типовые условия, корректно формировать заявку, соблюдать сроки и требования к качеству, фиксировать все действия в рамках биржевой процедуры. При таком подходе биржа становится не источником рисков, а инструментом защиты интересов продавца.

Ну и последний совет: на бирже выигрывают не те, кто один раз продал дешевле всех, а те, кто выстроил стабильную, понятную и надежную модель работы. Если относиться к биржевым торгам как к марафону, а не спринту, результат обязательно оправдает ожидания.