

категории премиум. Это объясняется удачным дизайном продукта и упаковки, а также высокой ценой. Все это создает соответствующий имидж (зачастую даже в отсутствие рекламы!). Белорусская же продукция, даже при более высоком качестве, продолжает оставаться в среднем сегменте. Учитывая малое количество марок, существующих в этом сегменте, отечественному производителю достаточно создать отдельную ассортиментную группу, отличающуюся от основной массы продукции только вкусом и, возможно, дизайном, разработать для нее соответствующую упаковку и обоснованную коммуникационную политику. С учетом неизменного качества при высокой наценке, усилия по освоению данного сегмента окупятся многократно. Более того, малое время существования этого сегмента позволяет формировать вкусовые предпочтения потребителей премиум-продукции согласно своим интересам, что в будущем облегчит защиту своих позиций от импорта.

Совершенно не освоенным в Беларуси является сегмент супер-премиум. Этот сегмент связан с изделиями ручной работы или сложных конфигураций. Товарной стратегией в нем является выпуск тематических коллекций элитной продукции, которые, подобно коллекциям известных кутюрье, меняются каждый сезон.

Очень перспективными сегментами являются функциональные. Один из них – быстрое питание, представленное мелкофасованной кондитерской продукцией (вафли, шоколадные батончики, халва и т.п.). Его перспективность определяется высокими темпами жизни современного человека. Существует недопонимание среди отечественных производителей кондитерских изделий потенциала этого сегмента, что приводит к полному отсутствию соответствующего позиционирования изготавливаемой продукции.

Г.В. Трояновская, Л.Н. Семерная, БГЭУ (Минск)

ИМПОРТ ТОВАРОВ В СИСТЕМЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА БЕЛАРУСИ

Для обеспечения более полного удовлетворения покупательского спроса потребителей Республики Беларусь нужно завозить импортные товары. Импорт необходим, особенно по тем товарам, которые не производятся в Беларуси или их производство недостаточно. В республике недостаточно производится одежды из натуральной кожи, следует больше изготавливать одежды из новых видов джинсовой ткани и др. современных тканей. По оценке специалистов Министерства торговли в целом промышленность республики в состоянии обеспечить потребительский спрос на 70 - 80%, в т.ч., например, по мясу и птице, колбасным изделиям, маслу животному, молочной продукции, сыру, яйцу, муке, водке, майонезу и маргарину, безалкогольным напиткам, мороженому - на 100%; по овощам - на 80 - 90%; по крупе, маслу растительному, фруктам, виноградному вину на 50%.

Обеспечить населению продажу товаров отечественного производства по непродовольственным товарам наша промышленность в состоянии: по льняным тканям - на 100%; по бельевому трикотажу, мебели, коврам, школьно -

письменным принадлежностям, канцтоварам, мотоциклам и велосипедам - на 80 - 90% т.д.

Покупатели в условиях развития рыночных отношений уже привыкли иметь право выбирать товары с учетом их вкусов и запросов. Проведенный опрос покупателей по потребительским предпочтениям в отношении отечественных и импортных товаров свидетельствует, что большинство опрошенных (~75%) предпочитают покупать отечественные продовольственные товары (за исключением бакалейных товаров и фруктов), особенно мясные продукты, так как считают их более качественными и полезными для здоровья по сравнению с продуктами дальнего зарубежья. И это действительно так. Производимое в Беларуси продовольственное сырье и пищевые продукты в полной мере соответствуют требованиям Евросоюза, а по некоторым стандартам требования даже более жесткие. В соответствии с белорусскими нормами в комбикорме, который скормливается скоту, 70% составляет зерновая группа, а в странах Западной Европы - всего 40%, в Голландии - только 17%. Остальная доля комбикорма - это различные наполнители, которые не всегда бывают безвредными. В российских мясных продуктах присутствует соя, что тоже не нравится нашим покупателям.

Что же касается непродовольственных товаров, то подавляющего предпочтения к отечественной продукции здесь не наблюдается. В импортных товарах покупателей привлекает дизайн, удобство в пользовании, надежность, изысканность и другие параметры.

Значительная часть отечественных товаров легкой промышленности не устраивает покупателей по уровню моделирования, дизайну, использованию новейших материалов, упаковке, а нередко и по цене. Недостаточно производится товаров для молодежи и подростков, узкий ассортимент нарядной и остромодной одежды, обуви и других товаров. В итоге в товарном обеспечении товарооборота увеличивается доля импортных товаров. В первую очередь это относится к российским товарам, производители которых после кризиса 1998 года сумели перестроиться и теперь не только улучшили снабжение своего внутреннего, но и стремятся выйти на внешние рынки, в том числе расширяют проникновение на белорусский.

В результате на потребительском рынке республики продаются товары, аналоги которых в достаточном количестве могут вырабатываться отечественными товаропроизводителями. Это относится к мясным консервам, макаронным изделиям, кисломолочной продукции, пиву, газированным водам с сахаром, СМС, одежде, обуви и некоторым другим.

Насыщают потребительский рынок импортом и отечественные предприниматели, пользуясь открытостью границ с Россией и наличием таможенных льгот. Активно ввозятся в республику товары импортного производства и физическими лицами, для этих целей туристическими фирмами организуются даже специальные автобусные рейсы в Россию и Польшу.

Особенно много импорта продается на вещевых рынках, где значительную долю занимают товары легкой промышленности китайского

происхождения. Наличие дешевой рабочей силы, сложившаяся за последние годы сильная дизайнерская школа, наличие собственного сырья для производства, молниеносная адаптация к новым задачам, быстрое и точное копирование любых образцов, а также государственная целенаправленная политика стимулирования собственного производства позволяют при среднем качестве китайских товаров продавать их нередко по демпинговым ценам и быстро проникать на внутренние рынки других стран, в том числе и на белорусский.

Следует отметить, что и торговым предприятиям более выгодно продавать импортные товары, чем отечественные, так как на последние уровень торговой надбавки ограничивается в большей степени, чем на импортные. Кроме того, у импортеров, как правило, лучшие условия поставки товаров. Белорусские же производители, как правило, предлагают свою продукцию на условиях самовывоза за счет покупателя, нередко требуют предоплату, ограничивают сроки платежей.

Правительством республики были приняты некоторые меры по защите отечественных товаропроизводителей. Они коснулись упорядочения оборота и ввоза в республику сахара, маргарина, пива, табачных изделий, алкогольных напитков и некоторых других товаров. Кроме того, на 2004 год сохранено квотирование поставок на внутренний рынок ряда отечественных товаров.

Министерством торговли также были приняты меры по стимулированию продаж товаров отечественного производства и к сокращению импорта. К ним можно отнести использование ассортиментных перечней, дающих возможность выполнения поручений правительства по обеспечению в товарооборот не менее 70 % товаров отечественного производства, повышение ставки налога с продаж на импортные товары, запрещение продавать на открытых рынках, на которых не созданы соответствующие условия для хранения и реализации технически сложных товаров, одежды из натурального меха и кожи, сахара и ряд других.

В результате произошли некоторые положительные сдвиги по сокращению реализации ряда импортных товаров, однако в целом положение кардинально не изменилось.

По данным Министерства статистики и анализа, проводившем выборочные обследования наличия в продаже товаров отечественного производства, удельный вес продажи магазинами импортных товаров в объеме розничного товарооборота торговой сети республики в феврале 2004 года по сравнению с июлем 2003 года вырос на 3,8 процентных пункта и составил в целом 21,6%, в том числе по продовольственным товарам - 15,2%, по непродовольственным - 32,4%. Наиболее высокий удельный вес импортных товаров в Минске (31,7%), далее следуют пограничные области: Брестская (21,8%), Гродненская (19,5%), Витебская (17,6%).

В целях упорядочения завоза и реализации импортных товаров и увеличения продаж товаров белорусских производителей следует: поставить индивидуальных предпринимателей в равные условия с юридическими лицами по таможенному оформлению товаров, их сертификации и др.; в полной мере восстановить систему товародвижения

через оптовые звенья; создать в регионах на базе розничных и оптовых организаций центры по изучению и прогнозированию тенденций развития товарного рынка, конъюнктуры покупательского спроса для оперативного воздействия на отечественную промышленность в целях повышения качества товаров, освоения их новых видов; сделать более приемлемыми условия поставок товаров в торговые предприятия; отменить налог с продаж, как это уже сделано в России, хотя бы по товарам легкой промышленности; Министерству статистики и анализа разработать методику оценки объема ввоза товаров в республику физическими лицами.

Необходимо также системное проведение рекламы отечественных товаров, расширение и активизацию работы фирменной и ведомственной торговли; соблюдение торговыми предприятиями доведенных удельных весов товаров отечественного производства в общем объеме товарооборота, активизация работы по продаже отечественных товаров в кредит; категорическое запрещение принятия исполкомом решений, ограничивающих или запрещающих поставку и реализацию на территориях областей и г. Минска потребительских товаров, произведенных в других регионах республики; инициирование Министерством иностранных дел (при необходимости) проведения в соответствии с законодательством расследования, предшествующего введению специальных защитных антидемпинговых или компенсационных мер в случае угрозы применения значительного ущерба отраслям белорусской экономики.

Однако потеснить импорт можно лишь при условии, если сами производители перестроятся на выпуск конкурентоспособных товаров по всем потребительским параметрам с учетом конъюнктуры рынка.

Г.В. Турбан, БГЭУ (Минск)

ПЕРСПЕКТИВЫ МЕЖДУНАРОДНЫХ ГРУЗОПЕРЕВОЗОК ИЗ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ НА РЫНОК ЕВРОПЕЙСКОГО СОЮЗА

Анализ развития международных автомобильных перевозок грузов в Республике Беларусь показывает, что «за период с 1995 по 2003 год выдано свыше 18500 лицензий на право осуществления перевозок грузов и пассажиров в международном сообщении. Начиная с 1992 года по 2003 год количество субъектов предпринимательской деятельности, осуществляющих международные автомобильные перевозки грузов по процедуре Международной дорожной перевозки (МДП), увеличилось в 10 раз».

В тоже время, в 2003 году в Беларуси произошло уменьшение количества транспортных предприятий и подвижного состава, осуществляющего международные автомобильные перевозки грузов. В значительной степени это было обусловлено введением в республике дополнительных требований к международным автомобильным перевозчикам:

- наличие у транспортных предприятий и предпринимателей финансовой гарантии на сумму 10 000 долл. США;