

## **АНАЛИЗ РЫНКА СРЕДСТВ ПО УХОДУ ЗА ВОЛОСАМИ**

В новейшей истории белорусской косметики «знаковым» стал 1990 г., когда предприятие «Белбыткомплект» (под торговой маркой Bielita) запустило в серийное производство фирменный шампунь. До этого моющие средства и шампуни время от времени производились небольшими партиями на химкомбинатах – как неосновная продукция. Парфюмерия и косметика завозились в Беларусь извне. Сегодня отечественный рынок средств по уходу за волосами значительно расширился как за счет белорусской продукции, так и за счет импортных товаров. Так, большой сектор на рынке занимают товары отечественных производителей, таких как: Витекс, BelKosmex, Белита, Модум, Markell, Floralis. Данные фирмы, имея большой ассортимент продукции, постоянно расширяют его за счет разработки новых технологий и внедрения их в производство.

В 2005–2006 гг. в Республике Беларусь объем производства средств по уходу за волосами составил 44,5 млн шт. При этом в 2007 г. выпуск рассматриваемой продукции увеличился на 4,3 %. Однако по результатам января–сентября 2008 г. объем производства составил лишь 29,7 млн шт. В рассматриваемом периоде около 92 % белорусского производства средств по уходу за волосами приходится на Минск, на долю Брестской области приходится около 8% белорусского производства.

Основным внешним рынком сбыта является Российская Федерация (около 80 %). В 2007 г. поставки на российский рынок достигли объема 12,8 тыс. тонн на сумму 25,6 млн дол. США, в январе–сентябре 2008 г. – 9,8 тыс. тонн на сумму 23,0 млн дол. США. На поставки на украинский рынок приходится 10–13 % белорусского экспорта средств по уходу за волосами. По результатам 2007 г. республика поставила 2,2 тыс. тонн продукции на сумму 3,8 млн дол. США. При этом в I–III кв. 2008 г. в Украину поставлено 1,5 тыс. тонн на сумму 2,8 млн дол. США. Кроме того, Беларусь поставляет средства по уходу за волосами в такие страны, как Молдова, Узбекистан, Туркменистан, Латвия, Литва, Азербайджан, Эстония, Нидерланды, Канада, Словакия, Чехия, Кипр, Германия, Ливан, ОАЭ, Новая Зеландия, Южная Африка, Македония и др.

Однако рынок средств по уходу за волосами насыщен и импортными товарами. Импорт Республики Беларусь средств по уходу за волосами составил в 2007 г. 8,4 тыс. тонн на сумму 44,6 млн дол. США, а в I–III кв. 2008 г. – 6,1 тыс. тонн на сумму 38,3 млн дол. США. Поставки из России составляют 45 % в физическом выражении, в абсолютном выражении они в 2007 г. достигли объема 3,7 тыс. тонн на сумму 16,2 млн дол. США, а в январе–сентябре 2008 г. – 2,8 тыс. тонн на сумму 14,8 млн дол. США. По результатам января–сентября 2008 г. республика импортировала из Германии 0,8 тыс. тонн продукции на сумму 6,1 млн дол. США. Доля поставок на белорусский рынок средств по уходу за волосами из Франции составила 16 % в физическом выражении. В абсолютном выражении в 2007 г. на рынок Беларуси поставлено 1,3 тыс. тонн

французской продукции на сумму 6,5 млн дол. США. При этом в январе-сентябре 2008 г. республика импортировала 1,0 тыс. тонн на сумму 5,3 млн дол. США, на долю польских поставок приходится около 8 % белорусского импорта. Кроме того, в рассматриваемом периоде поставки на белорусский рынок средств по уходу за волосами осуществляли Бельгия, Турция, Болгария, Словакия, Италия, Словения, Швеция, Украина, Великобритания, США, Канада, Австрия, Ирландия и Чили и др.

Таким образом, отечественный рынок насыщен средствами по уходу за волосами как белорусского производства, так и импортного и перед белорусскими потребителями стоит нелегкий выбор при покупке данных товаров.

*Е.П. Чернявская*  
*Филиал БГЭУ (Бобруйск)*

## **ПРОБЛЕМЫ КАЧЕСТВА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ НА ПРИМЕРЕ РУП «ЖИЛИЧИ»**

Качество продукции характеризуется как совокупность свойств продукции, определяющих степень ее пригодности для использования по назначению. Качество тесно связано и в значительной степени формирует такие экономические показатели, как себестоимость, прибыль, рентабельность.

Рассмотрим проблемы качества продукции на примере РУП «Жиличи», которое производит продукцию отраслей животноводства и растениеводства. Наибольший удельный вес в процессе производства приходится на зернобобовые культуры, сахарную свеклу, картофель, молоко и мясо. Стратегическая задача перспективного развития хозяйства – обеспечение увеличения производства валовой продукции в сопоставимых ценах, улучшение ее качества, экономия ресурсов, снижение себестоимости и улучшение условий труда работников.

Основным сырьем для продуктов питания и текстильных изделий служит сельскохозяйственная продукция. В РУП «Жиличи» свойства этого сложного сырья формируются под воздействием большого количества факторов: состояния селекции, семеноводства, племенного дела, системы земледелия и животноводства, уровня плодородия почв, погодных условий. Для определения уровня качества продукции в РУП «Жиличи» используются измерительный, регистрационный, вычислительный, органолептический, социологический, экспертный методы, а также большое количество показателей, которые по содержанию делятся на обобщающие, комплексные и единичные, а по методам определения на физико-химические и органолептические.

Проблема повышения качества сельскохозяйственной продукции в РУП «Жиличи» стоит остро. Одной из главных причин, способствующих снижению качества продукции в данном хозяйстве, является недостаточный уровень развития материально-технической базы. Также немаловажное влияние на качество оказывают погодные условия, уровень квалификации кадров и неэффективное направление капитальных затрат.