

продолжится то, при наличии инвестиций в основной капитал, появится возможность значительно улучшить качество белорусской продукции, практически не повысив уровень цен на неё. Следует отметить, что отечественная продукция выигрывает у зарубежных производителей за счёт более низкой стоимости и достойного качества. Примером может служить то, что продукция РУП "Минск Кристалл" (головной завод) по состоянию на июнь 2003 года имеет в своем активе 88 золотых, 67 серебряных и 28 бронзовых медалей различных конкурсов.

В заключение следует отметить, что Правительством республики разработана программа по подъёму экспорта алкогольной продукции путём предоставления крупнейшим заводам значительных ставок акциза на экспортную продукцию в целях увеличения конкурентоспособности отечественной продукции за границей. Данный шаг со стороны правительства должен увеличить экспорт продукции, что положительно скажется на нашей экономике.

*С.И. Климко*, ФЭУТ, 2-й курс, гр. ДГХ

Научный руководитель – *И.В. Прыгун*, канд. экон. наук

## **АНАЛИЗ ДВИЖЕНИЯ ЦЕН НА СЫРОКОПЧЕННЫЕ КОЛБАСЫ**

Целью работы является изучение динамики изменения цен на сырокопченые колбасы за период март – апрель 2004 года. Исследование проводилось в двух магазинах города Минска:

1. универсам «Юбилейный – 92», который находится во Фрунзенском районе.
2. ЗАО «ИНВАСТРОЙ № 2», который находится в Октябрьском районе.

Кроме изучения динамики цен на данный товар целью можно назвать и изучение факторов и условий, влияющих на изменение цены. А также отображена товарная характеристика, процесс производства и ассортимент сырокопченых колбас, которые представлены в универсаме «Юбилейный-92» и ЗАО «ИНВАСТРОЙ № 2». Значительную часть работы занимают проблемы производства и потребления данного товара.

Рынок сырокопченых колбас в Беларуси является достаточно развитым и представлен широким ассортиментом производителей и богатым разнообразием сортов этого вида колбас, так как существует большое количество предприятий – изготовителей в нашей стране, что позволяет почти непрерывно пополнять рынок этим видом товаров.

В зависимости от качества сырья с/к колбасы делятся на колбасы высшего и первого сортов. Ассортимент сырокопченых колбас в г. Минске весьма разнообразен и представлен большим количеством наименований этой продук-

ции. Основная доля рынка приходится на белорусских производителей, таких как: Минский мясокомбинат; Борисовский мясокомбинат; Слонимский мясокомбинат; Гродненский мясокомбинат; Витебский мясокомбинат; ВИКОС; КОМБАК.

После проведенного исследования можно сказать, что цены на сырокопченые колбасы за период март-апрель выросли (например, с/к Сервелат: цена в марте составляла 15560, а в апреле – 15930 руб.; с/к Новинка: цена в марте составляла 14950, а в апреле – 15870 руб.). Но есть и такие виды колбас, на которые цены не увеличились, а уменьшились (например, с/к Святочная: цена в марте составляла 16400, а в апреле – 16370 руб.). Но это изменение незначительно, что не сильно влияет на изменение спроса покупателей на данный товар. Изменение цен на данный товар может быть вызвано изменением цен на сырье, цен на транспортировку, цен поставщика, цен на упаковку, ставок налогообложения и т. д.

Если же сравнить цены на одни и те же виды товаров в двух этих магазинах, то можно сказать, что динамика изменения цен в универсаме «Юбилейный-92» интенсивнее, так сам магазин расположен в наиболее благоприятном районе города, что является немаловажным фактором в формировании цены. Даже сами цены в универсаме «Юбилейный – 92» больше по этой же причине.

Как и у любого рынка, у продовольственного рынка сырокопченых колбас существует масса проблем, которые очень трудно и почти невозможно контролировать. К основным и наиболее важным проблемам продовольственного рынка относятся процесс производства и потребления любого вида продовольственного товара, в моей работе – это сырокопченые колбасы.

За период с 1985 по 2002 годы количество произведенных сырокопченых колбас (тыс. тонн) изменялось с каждой пятилеткой: то увеличивалось, то уменьшалось. Самый большой объем производства наблюдался в 1990 году 682 тыс. тонн), а самый низкий – в 1995 году (443 тыс. тонн). То есть это резкий спад производства, но потом ситуация стала нормализовываться и объем производства стал увеличиваться и в 2002 году он достиг 567 тыс. тонн. Объем производства может зависеть от величины спроса на данный товар, количества сырья и материальных возможностей предприятия – изготовителя.

За период с 1985 по 2002 годы количество проданных сырокопченых колбас (тыс. тонн) также подвергалось колебаниям. Самый большой объем продаж (220 тыс. тонн) наблюдался в 1990 году, а самый низкий – в 1995 году, то есть это резкий спад потребления (145 тыс. тонн). Но потом ситуация стала стабилизироваться и объем продаж стал увеличиваться и в 2002 году он достиг 170 тыс. тонн. Во многом это связано с изменением цен на сырокопченые колбасы.

Большая разница между объемом производства и потребления объясняется тем, что большое количество с/к колбас идет на экспорт в страны Ближнего зарубежья.

В целом в исследуемом периоде цены на сырокопченый колбасы увеличились или остались примерно на одном уровне. Увеличение цены может быть обусловлено увеличением цен на сырье, на факторы в процессе производства и т.д.

Хотя цены на сырокопченые колбасы могут либо незначительно уменьшаться, либо также увеличиваться, но они все равно высоки для некоторых слоев потребителей, что вызывает некоторые затруднения при их покупке, потому что не каждый покупатель может приобрести этот товар по предлагаемой цене. Поэтому необходимо уравнивать цену за товар и доходы населения. Вообще рынок сырокопченых колбас в магазинах города Минска представлен продукцией отечественного производства, что снижает цену на товар.

*М.В. Ломоносов*, ФЭУТ, 2-й курс, гр. ДГХ  
Научный руководитель – *И.В. Прыгун*, канд. экон. наук

## МОНИТОРИНГ ЦЕН НА РЫНКЕ ПИВА

**Белорусский рынок пива.** Рынок пива в Беларуси достаточно развит и относится к рынку с монополистической конкуренцией (большое количество производителей, дифференциация продукции, неценовые методы конкуренции). Объем рынка пива составил в 2003 году почти 40 млн дал и отличается значительной долей импорта. Мощности 14 белорусских производителей могут обеспечить чуть более половины потребностей населения.

**Ассортимент.** Ассортимент пива в г. Минске весьма разнообразен и представлен более чем 150 наименованиями продукции. Основная доля рынка приходится на белорусских (ОАО "Крыница", ОАО "Оливария", ОАО "Лидское пиво") и российских (торговые марки Балтика, Старый мельник, Эфес, Очаково, Невское, Арсенальное и др.) производителей. Относительно небольшие объемы продаж приходятся на украинских пивоваров и предприятия дальнего зарубежья (чешские и немецкие и др.). Цены на белорусское пиво почти одинаковы во всех магазинах города, цены на российское и украинское пиво сильно варьируются (разница доходит до 1000–1500 руб.). Российские производители практически полностью контролируют белорусский рынок баночного пива, которое в нашей стране не выпускается. На рынке пива Беларуси присутствует значительная доля "серого импорта" – нелегально ввезенной продукции, величина которой по оценкам может достигать 10 млн. дал в год.

**Ценовые диапазоны.** Можно выделить четыре ценовых диапазона на рынке пива Беларуси: