

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:

- около 800 р. за 0,5 л бутылку и до 2000 р. за 1,5 л ПЭТ-бутылку (малоизвестные и малоизвестные провинциальные пивзаводы). Продукция рассчитана в основном на местных потребителей и в другие регионы практически не вывозится.

- от 800 до 1300 р. за 0,5 л бутылку и 2250-2500 за 1,5 л (крупнейшие белорусские пивзаводы). Продукция рассчитана на рядового потребителя с небольшим и средним достатком.

- от 1800 до 3000 р. за 0,5 л бутылку и жестяную банку и от 3500 до 6000 р. за 1,5 л ПЭТ-бутылку (импортное российское и украинское пиво). Рассчитано на "средний класс".

- от 4000 р. за 0,5 л бутылку (пиво "дальнего" зарубежья). Продукция рассчитана на потребителей с высокими доходами.

Методы анализа динамики. Анализ динамики цен на пиво производился в течение двух месяцев (март-апрель 2004 года) на основе цен в пяти торговых организациях негосударственной формы собственности: ОАО "Универсам Центральный", ЗАО "Универсам Юбилейный-92", СП Торговый дом "На Немиге", ОАО "Падзея", ОАО "Рига". Были использованы данные только по тем сортам белорусского пива, которые встречались в данных торговых точках на протяжении всего периода наблюдений: 22 сорта в 0,5 л стеклобутылках (5 – ОАО "Крыница", 7 – ОАО "Оливария", 10 – ОАО "Лидское пиво"), 2 сорта в 0,5 л ПЭТ-бутылках (все – ОАО "Крыница") и 11 сортов в 1,5 л ПЭТ-бутылках (4 – ОАО "Крыница", 7 – ОАО "Лидское пиво"). В ходе работы произведены расчёты средних цен на белорусское пиво в целом и по отдельным производителям с дифференциацией по таре (стеклобутылка 0,5 л; ПЭТ-бутылка 0,5 и 1,5 л) и их индексов.

Результаты исследования. В первой половине марта произошло общее снижение цен на белорусское пиво в стеклобутылках, во второй половине марта цены оставались практически стабильными, а в апреле возобновился их рост. См. таблицу 1.

Таблица 1 – **Индексы цен на пиво белорусских предприятий изготовителей (стеклобутылка 0,5 л)**

Марка	Индексы цен				29.04.	к
	15.03	31.03	15.04	29.04	28.02.	
Крыница	0,970	1,000	1,000	1,020	0,989	
Оливария	0,953	1,001	1,080	1,024	1,054	
Лидское	0,948	1,003	1,002	1,048	0,998	
В целом:	0,954	1,002	1,025	1,034	1,013	

Цены на белорусское пиво в 1,5 л ПЭТ-бутылках в первой половине марта снизились, а в остальной период наблюдения подвергались лишь незначительным колебаниям, практически не изменившись. См. таблицу 2.

Таблица 2 – **Индексы цен на пиво белорусских предприятий изготовителей (ПЭТ-бутылка 1,5 л)**

Марка	Индексы цен				29.04.	к
	15.03	31.03	15.04	29.04	28.02.	
Крыница	0,946	0,999	1,000	1,000	0,946	
Лидское	0,949	0,996	1,000	1,005	0,949	
В целом:	0,948	0,997	1,000	1,003	0,948	

Цены на пиво ОАО "Крыница" в 0,5 л бутылках снизились в начале марта, затем оставались на неизменном уровне вплоть до конца апреля, когда произошло их небольшое увеличение. Цены на пиво ОАО "Крыница" в 1,5 л ПЭТ-бутылках снизились в начале марта, оставшись до окончания всего периода наблюдений на прежнем уровне. Цены на новую продукцию ОАО "Крыница" – пиво в 0,5 л ПЭТ-бутылках снижались в течение всего периода наблюдений.

Цены на продукцию "Оливари", снизившись в начале марта, оставались стабильными до первой половины апреля, когда произошёл их резкий рост. Во второй половине апреля цены выросли незначительно. Цены на "Лидское" пиво в 0,5 л бутылках снизились в начале марта, практически не изменившись до середины апреля. Во второй половине апреля цены повысились, достигнув уровня 28 февраля. Цены на "Лидское" пиво в 1,5 л ПЭТ-бутылках, снизившись в первой половине марта, затем практически не изменялись. Динамика на пиво данной категории Лидского пивзавода практически идентична с динамикой цен на аналогичную продукцию ОАО "Крыница".

Выводы. В целом, в исследуемом периоде цены на пиво белорусских производителей снизились или остались примерно на одном уровне (за исключением продукции ОАО "Оливария"), однако произошло это исключительно за счёт уменьшения налога с продаж. В долгосрочном периоде происходит медленный рост цен как на отечественное, так и на импортное пиво за счёт инфляции и удорожания сырья и прочих производственных ресурсов.

А.В. Саморядов, ФЭУТ, 2-й курс, гр. ДГТ
 Научный руководитель – *И.В. Прыгун*, канд. экон. наук

ТЕНДЕНЦИИ ИЗМЕНЕНИЯ ЦЕН НА МУЗЫКАЛЬНЫЕ ЦЕНТРЫ

В Республике Беларусь на сегодняшний день сформировался развитый рынок аудиотехники, что соответствует общемировым тенденциям. Аудиотехника из предметов роскоши превратилась в объекты массового спроса и интереса. Это справедливо также и в отношении музыкальных центров. Их ассортимент, представленный на витринах магазинов очень широк.