

детельствует о необходимости работы со стороны белорусских товаропроизводителей по исследованию потребностей населения и совершенствованию указанных характеристик масложировых продуктов. В современных условиях успешно работать смогут лишь предприятия, ориентирующиеся на запросы потребителя.

Н.О. Шнейдерова, магистрант
Научный руководитель – *О.А. Брилевский*, канд. техн. наук

ОЦЕНКА ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ НА РЫНКЕ ПИВА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Рыночные исследования, исследования среды, в которой функционируют предприятия отрасли, выступают как информационная основа для достижения определённых целей. Чаще всего это увеличение объёма продаж, создание и внедрение на рынок новых товаров, увеличение рыночной доли.

Объектом наших исследований стал рынок пива в Республике Беларусь и за её пределами (с точки зрения возможности продаж белорусского пива за пределами государства).

Чтобы объективно говорить о возможностях нашей пивоваренной отрасли, необходимо провести исследование рынка, оценить среду, в которой действуют предприятия и уже на основе полученных данных принимать решения, с каким товаром и по какой цене выходить на предполагаемый рынок.

На деятельность предприятия на рынке влияет множество факторов внешней и внутренней среды. К факторам внешней среды относят: демографические, экономические, природные, научно-технические, политико-правовые, социально-культурные. Проанализировав их, уже можно судить о некоторых возможностях рынка.

В ходе последних изменений в белорусском пивоварении концерн «БЕЛГОСПИЦПРОМ» обратился на кафедру продовольственных товаров с просьбой провести исследования, конечная цель которых разработать рекомендации по путям выхода белорусского пива на внешний рынок.

На первом этапе было решено провести анализ внешней среды, на основе вторичной информации (печатные издания, Интернет), провести опрос потребителей и оценить конкурентоспособность белорусских образцов пива в сравнении с импортными, представленными на нашем рынке.

Сегодня в Беларуси насчитывается 13 пивоваренных производств, которые способны выпускать до 35 млн дал пива год. Пивоварением занимаются также 3 предприятия системы «Белкоопсоюза» и более 10 частных мини-заводов.

К началу 90-х гг. республика отличалась самым развитым пивоварением в СНГ. Но к 2000 г. ситуация изменилась в корне. 1993 г. – белорусское пиво можно было считать самым лучшим в СНГ, а предприятия-производители самыми оснащёнными. К 1996 – заводы уже требовали модернизации. 1997 – на российский рынок пришли крупные инвесторы, и начали развиваться свои пивоваренные заводы. К 2000 г. – ситуация повернулась в обратную сторону. Теперь уже россияне владели белорусским рынком, а местные заводы находились в критическом положении (по оценкам экспертов для модернизации отрасли требуется до 100 млн. долларов). 2002 г. стал той отправной точкой, когда начинать можно было практически с нуля. Белорусский потребитель пил любое привозное пиво, кроме белорусского.

По данным Министерства статистики и анализа Республики Беларусь, сегодня «средний белорусский потребитель» выпивает 26-27 л пива в год. В то же время проведенные в начале 2002 года маркетинговой службой пивоваренной компании «Балтика» исследования дают совершенно иной результат. По мнению россиян, среднестатистическое потребление пива в Беларуси сегодня составляет 38 л. В РФ среднегодовое потребление пива по некоторым оценкам составляет 53 л вместо 16 л в 1996 г. (для справки в Германии, Чехии в среднем за год употребляется свыше 150 л на одного жителя). Исходя из представленных данных, можно сказать, что рынок пива ни в России, ни в Беларуси ещё не насыщен.

По данным некоторых российских экспертов ёмкость российского рынка вполне может достигать 60-70 л на одного жителя. То есть при разумном подходе белорусские производители могли бы вполне успешно конкурировать с российскими, украинскими производителями и т. д., но к 2002 г. наше пиво заметно уступало и по цене и по качеству.

Правительство сочло такую ситуацию недопустимой. Вступившее в силу постановление Совета Министров № 1143 от 23.08.2002 «Об упорядочении ввоза и оборота солодового пива на территорию Республики Беларусь», частично перекрыло каналы «черных» пивных поставок в Беларусь из РФ и Украины.

Нижний установленный предел ввозимой партии равен 10 тыс. декалитров. При этом стоимость лицензии определена в \$11000, что составляет примерно 25-35 % стоимости груза. В результате импортное пиво подорожало в среднем на 25-30 %, а его конкурентоспособность резко снизилась. Эта мера стала искусственно созданным защитным барьером.

Беларусь также поставляет в Россию свое пиво. По итогам 9 месяцев 2002 года на российский рынок поступило только 2,15 млн дал разлитого в РФ пива. В 1999-2000 годах объёмы экспортных поставок в Россию доходили до 30-40 % от суммарных объёмов производства. Больше всего пива в Россию поставляют сейчас «Крыніца», «Оливария», Брестский и Речицкий пивзаводы.

На базе нашей кафедры была проведена дегустационная оценка 20 образцов пива (белорусских, российских, украинских). Здесь учитывались такие показатели как цвет, прозрачность, аромат, вкус, пенообразование, дизайн этикетки, информативность. В целом можно сказать, далеко не все белорусские образцы могут конкурировать с импортными. Чаще всего наши образцы страдают внешним видом (дизайном), вкусом и прозрачностью.

Наиболее высокие оценки среди белорусских образцов получили «Криница» и «Оливария», что, в общем-то, и неудивительно. А по результатам проведенного опроса было выявлено, что главный недостаток белорусского пива – непостоянство качества.

Мы видим, что в последние годы рынок пива России, Украины, а сейчас и в Беларуси стремительно развивается. И, на наш взгляд, восстановление утраченных белорусскими пивоварами позиций отразится не только на состоянии экономики, но и на престиже государства.

Секция 1

РАЗВИТИЕ ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ

А.В. Абаимов, УЭФ, 2-й курс, гр. УТ-1
Научный руководитель – *Л.Н. Семерная, ассистент*

ПЕРСПЕКТИВЫ ПРОТЕКЦИОНИСТСКИХ ОТНОШЕНИЙ МЕЖДУ РОССИЕЙ И БЕЛОРУССИЕЙ

Цель данной работы отобразить причины и последствия ввода протекционистских мер Республикой Беларусь по отношению к Российской Федерации.

В реализации стратегии глубоких преобразований экономики Республики Беларусь решающее значение имеет мобилизация качественно новых источников роста эффективности общественного производства. Особая роль в выполнении этой задачи принадлежит внешнеэкономическому сектору и совершенствованию механизма его действия.

Российская Федерация является основным экономическим и торговым партнером Республики Беларусь. На долю России приходится в среднем 55 % общего объема внешней торговли Республики Беларусь.

БДЭУ. Беларускі дзяржаўны эканамічны ўніверсітэт. Бібліятэка.

БГЭУ. Беларуский государственный экономический университет. Библиотека.°

BSEU. Belarus State Economic University. Library.