

тате происходит ускорение прохождения финансового, промышленного и торгового капиталов, усиление информационного обмена. Возрастает роль международного сотрудничества, объединяются усилия для преодоления налоговых и таможенных барьеров.

Изменяется роль различных видов транспорта в грузоперевозках в зависимости от расстояний. В Западной Европе традиционно велика доля автомобильного транспорта в общем объеме перевозок. Однако на трансконтинентальных маршрутах будет доминировать железнодорожный транспорт, особенно в условиях возрастающих объемов контейнерных и контрейлерных перевозок. Важным доводом в пользу железнодорожного транспорта становится экологический фактор.

В Республике Беларусь за 2013 г. было перевезено 456,7 млн т грузов, а грузооборот составил 128 042 млн т.км. Структура перевозок грузов по видам транспорта следующая: трубопроводный транспорт – 134,2 млн т (или 29,4 в % к общему объему перевозок грузов за 2013 г.), железнодорожный – 140,0 млн т (30,7%), автомобильный – 177,9 млн т (39%), внутренний водный – 4,5 млн т (1%), воздушный – 0,01 млн т (0,002%) [3, с.53]. Транспортные услуги в экспорте услуг Республики Беларусь за 2013 г. составили 52%.

Литература:

1. Дергачев, В.А. Геозкономика (Современная геополитика) – Киев: ВИРА-Р, 2002. – 512 с.
2. Кочетов, Э.Г. Геозкономика. Освоение мирового экономического пространства. – М.: Изд-во «НОРМА», 2006. – 528 с.
3. Статистический справочник «Беларусь в цифрах, 2014» [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://belstat.gov.by/homep/ru/publications/belarus_in_figures/2014/about.php. – Дата доступа: 07.05.2014.

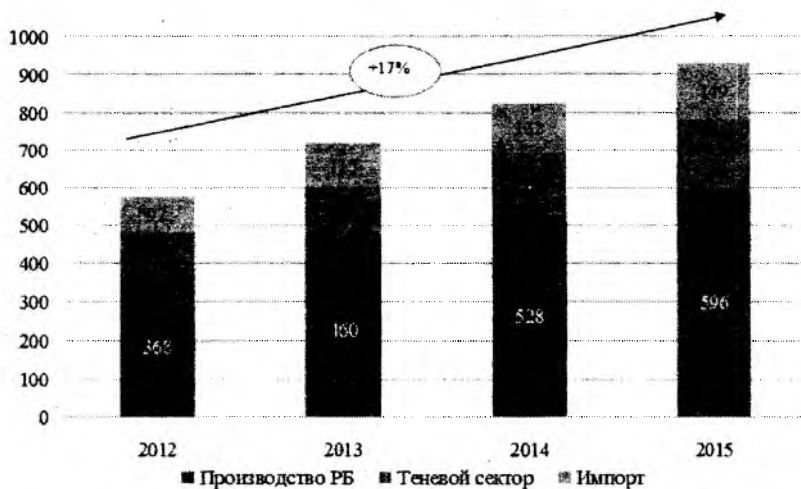
О.Н. Гапоненко

*УО «Белорусский государственный экономический университет»
(Республика Беларусь, Минск)*

ТЕНЕВОЙ СЕКТОР МЕБЕЛЬНОГО РЫНКА

В настоящее время на мебельном рынке наблюдается постепенный рост, ожидается, что к 2015 году объем потребления мебели в Беларуси может увеличиться более чем на 60% при благоприятном развитии экономики. Однако росту официального мебельного рынка не уступает

рост и теневого его сектора. В настоящее время теневой сегмент охватывает около 20% мебельного рынка. Объем отечественного мебельного рынка по итогам 2012 года составил 460 млн. долларов (рисунок). Рост объема теневого мебельного сегмента (вплоть до 30%) наблюдался в кризисные для республики годы – 2009 и 2011, когда потребитель отдавал предпочтение более дешевой мебели. В 2012 году его объем в денежном эквиваленте достиг примерно 115 млн. долларов. В итоге объем мебельного рынка с учетом «серого» сектора приблизился к отметке 575 млн. долларов (по данным исследований компании InterInvest).



Прогноз объемов внутреннего потребления мебели, млн. USD

Аналитики оценивают белорусский мебельный сегмент, как имеющий высокий потенциал к росту – до 930 млн. долларов к 2015 году, но при этом увеличение объема рынка напрямую зависит от уровня доходов населения, ведь около 90-95% внутреннего рынка занимает бытовая мебель.

Одним из факторов, способным повлиять на мебельный рынок, являются темпы ввода в эксплуатацию нового жилья и существующий средний уровень кредитных ставок. В случае замораживания программ кредитования и увеличения ставок по потребительским кредитам, рост мебельного сегмента может замедлиться, несмотря на повышение уровня заработной платы.

Явление теневой экономики очень масштабно: сюда относится с од-

ной стороны наркобизнес, а с другой стороны элементарные услуги мастера по сборке мебели, который получает от заказчика «вознаграждение» за свою работу. Теневая экономика — это экономические взаимоотношения граждан общества, развивающиеся стихийно, в обход существующих государственных законов и общественных правил. Доходы этого предпринимательства скрываются и не являются налогооблагаемой экономической деятельностью. Однако существование теневого сектора экономики характерно для всех отраслей предпринимательской деятельности. Более того экономисты посчитали, что оптимальный уровень «серого» рынка должен составлять 14-15% годового ВВП (Германия, США). Ведь именно теневая экономика смягчает последствия рецессий и финансовых кризисов, когда работники, лишившиеся источника доходов, находят его в более гибком неформальном секторе.

Литература:

1. Теневой рынок мебели в Беларуси занимает прочные позиции. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://news.tut.by/economics/354370.html>. Дата доступа: 23.07.2013.

2. Статистический ежегодник Республики Беларусь, 2013: статистический сборник./ Национальный статистический комитет Республики Беларусь; [редколлегия: В.И. Зиновский (председатель) и др.]. – Минск: Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2013. – 578 с.

П.П. Глушакова

*УО «Гомельский государственный университет им. Ф.Скорины»
(Республика Беларусь, Гомель)*

СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ МАРКЕТИНГА: ЗОНТИЧНЫЕ БРЕНДЫ

Зонтичный бренд – это бренд, под которым на рынок выпускается несколько разных по своим характеристикам товаров. Зонтичный бренд возникает вследствие разрастания ассортимента и служит для его структурирования в глазах потребителя, переноса позитивных свойств одного или нескольких товаров на новые [1].

Существует три подхода к определению зонтичного бренда: «материнский», «линейный» и «элементный». Первый подход: зонтичным брендом считается название компании-производителя. Его еще называют азиатским: среди сторонников этого подхода много японских и