

- сокращении потерь продукции и расходов в системе распределения;
- обеспечении доступности качественных сельскохозяйственных продуктов по приемлемым ценам для основной массы населения;
- уменьшении доли добавленной стоимости в продукции сельского хозяйства;
- увеличении возможности контроля со стороны товаропроизводителей путем непосредственного участия в деятельности системы распределения.

П.С. Андреева

О.В. Циунчик, канд. экон. наук, доцент

Белорусский государственный экономический университет (Минск)

МОНИТОРИНГ БЕЛОРУССКОГО РЫНКА РЫБОЛОВНЫХ ТОВАРОВ

В нашей стране, как и в развитых зарубежных странах, активный отдых «на природе» стал важным элементом здорового образа жизни. Одним из таких видов активного отдыха является рыболовство. Начало процессу изобретения и совершенствования рыболовных снастей положил еще доисторический человек. На территории нашей страны уже в ледниковый период имелись целые поселения людей, питавшихся почти только рыбой. Сначала человек ловил рыбу без снастей. В дальнейшем рыболовные снасти и приспособления прошли длительную эволюцию от разнообразных гарпунов, острог до костюмов для нахлыстного ужения, изготовленных из тех же материалов, что и костюмы аэронавтов, а также эхолотов.

На сегодняшний день учеными открыты и описаны более 21 тыс. видов рыб, и цифра эта постоянно растет. Рыбу люди ловят во всех водоемах, где она есть. Все время растущий перечень рыб, привлекающих внимание человека, потребовал создания огромного и разнообразного рыболовецкого арсенала. Уже более ста лет существует целая отрасль промышленности, занимающаяся производством снастей для любительского и спортивного рыболовства. Кроме всемирно известных фирм-производителей, где работают десятки тысяч инженеров, усовершенствованием и изобретением новых хитроумных приспособлений для ужения рыбы заняты миллионы рыболовов-любителей.

Как утверждают эксперты, рыболовом-любителем является каждый шестой взрослый белорус, и очень многие рыболовы не жалеют на свое увлечение средств. Отсюда ежегодный рост рынка рыболовных снастей составляет почти 30 %. Вместе с тем этот рынок, как уверяют большинство его участников, пока далек от цивилизованного, к тому же отечественный производитель редок и мелок, а удочками, катушками и леской всю страну снабжает Китай.

Еще лет пятнадцать назад рыболов был просто рыболов-любитель. В настоящее время рыболовы делятся на поплавочников, спиннингистов, нахлыстовиков, зимников и т.д. Соответствующие сегменты рыболовного рынка разнятся по доходности. Из-за цены 70 % денежного оборота белорусского рынка делают спиннинговые снасти, хотя в натуральном выражении больше товаров реализуется для поплавочников. Во Франции и Италии лидер продаж — именно поплавочные снасти. Массовым спросом в этих странах пользуются, например, 14-метровые штекерные удилища ценой порядка 1000 евро. В Республике Беларусь таких удилищ в год на всю страну продается не больше двадцати, поэтому пытаться продвигать их на рынок сегодня просто нет смысла. Но через 10—15 лет все может измениться: продавцы констатируют тот факт, что рыболовы-энтузиасты очень быстро привыкают к дорогому товару.

Белорусский производитель представлен на мировом рынке удилищами «Каскад», которые известны вплоть до крайнего севера. Также белорусский рынок представлен прикормками (Брест и Витебск) и лодками из ПВХ, производство которых находится в Полоцке и Гомеле.

В Республике Беларусь есть замечательная традиция — проводить выставку «Охота и Рыболовство» 2 раза в год (весна и осень). Только на ней можно полно и достоверно получить информацию об имеющихся фирмах-производителях и фирмах-реализаторах. Как правило, основная часть фирм, представленных на этих выставках, занимается перепродажей. Большая часть участников последней весенней выставки являются реализаторами мировых торговых марок. Так, удилища были представлены такими фирмами, как Shimano, Dam, Daiwa, Grifon и многими другими малоизвестными, но подающими большие надежды. Катушки, леска, искусственные приманки соответственно такими фирмами, как Cobra, Partner, Hunter, Amazon, Jaxon, Power Pro, Maruto, Spider, Magnum, Mepps, Mosca, Rapala, Master и т.д. Поэтому можно констатировать тот факт, что на отечественном рынке снастей для рыболовов нет явных лидеров, имеющих более 10 % доли, но слишком много производителей и брендов.

*Н.Н. Анохина, канд. экон. наук, доцент
Белорусский государственный экономический университет (Минск)*

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА УСЛУГ В ОБЛАСТИ МАРКЕТИНГОВОГО КОНСАЛТИНГА

Белорусский рынок услуг в области маркетингового консалтинга является достаточно молодым и сейчас находится в стадии своего формирования. Первые компании, специализирующиеся на оказании услуг в области маркетингового консалтинга, появились в середине 90-х гг. XX в. К ним можно отнести Лабораторию аксиометрических