

надлжит изделиям из драгоценных металлов, изготовленным в России или завезенным в Беларусь транзитом через ее территорию. В последнее время увеличился их приток из Италии, Германии, США, Польши, Украины.

Ювелирная экспансия из-за рубежа вполне объяснима. В республике обработкой драгоценных металлов занимается лишь одно крупное предприятие – гомельский завод “Кристалл”. Он выпускает украшения с бриллиантами и фианитами, которые реализовываются Белювелирторгом. Эти изделия абсолютно неконкурентоспособны прежде всего из-за плохого дизайна. Ювелирную нишу заняли отечественные частные предприятия, такие, как “Люксор” и “Би-Джюэл”.

Основная проблема рынка ювелирных товаров – очень высокие цены в противовес снижающейся платежеспособности населения. Спрос на ювелирные изделия все время падает. А в последнее время его значительно снизило требование декларировать доходы при покупке дорогих ювелирных изделий. Кроме этого, белорусские цены на изделия из драгоценных металлов на 70 % выше мировых.

Таким образом, на рынке ювелирных товаров Республики Беларусь прослеживаются следующие процессы:

- заполнение его ювелирными изделиями импортного производства;
- постоянное увеличение цен на ювелирные изделия и в то же время снижение платежеспособного спроса;
- преобладание в розничной торговле золотых и серебряных изделий только одной пробы: 585 и 925 соответственно;
- дороговизна белорусского рынка ювелирных изделий по сравнению с мировым рынком;
- сужение ассортимента белорусских ювелирных украшений;
- преобладание в розничной торговле российских изделий из золота и серебра;
- практически отсутствие таких групп товаров, как запонки, зажимы для галстуков, кольца;
- наблюдается дефицит ювелирных украшений из платины и дорогих изделий (от нескольких тысяч долларов) с крупными драгоценными камнями (от 10 карат).

А. В. Касинский,
студент БГЭУ (Минск)

Современное состояние и перспективы развития рынка телевизоров в Республике Беларусь

Телевизоры сегодня являются важнейшей частью выпускаемой и импортируемой промышленностью Республики Беларусь продукции.

В настоящее время торговый ассортимент телевизоров расширяется в основном за счет увеличения количества моделей, производимых отечественными предприятиями (ПО "Горизонт", ПО "Витязь"). Например, количество моделей цветных телевизоров, производимых в настоящее время ПО "Горизонт", по сравнению 1997 г. увеличилось в два раза (с 25 до 50 моделей).

Объектом проведенного исследования был ассортимент телевизоров, представленных в торговых предприятиях г. Минска. Подавляющая часть ассортимента (95 %) состоит из цветных телевизоров отечественного производства (телевизоров "Горизонт" приблизительно 70 %, а телевизоров "Витязь" — 25 %), остальные 5 % — это малогабаритные отечественные черно-белые телевизоры "Верас", "Мара", "Калибр" и импортные цветные телевизоры. В настоящее время черно-белых телевизоров с размером экрана по диагонали более 37 см отечественными предприятиями не производится, так как потребитель сегодня уже не устраивает черно-белое изображение.

Анализ динамики продаж показал, что на протяжении последних лет сбыт телевизоров в ГТП "Универмаг Беларусь" увеличился. В 1998 г. по сравнению с 1997 г. их было продано на 12 % больше. Таким образом, отечественный рынок телевизоров остается перспективным, несмотря на невысокий уровень благосостояния населения.

На современном этапе значительно улучшилось качество отечественных телевизоров: уровень дефектности телевизоров "Горизонт" сегодня составляет 2,5 % (в 1996 г. был 38 %). В 2000 г. этот уровень должен понизиться до 1,5 %, что вполне соответствует мировым стандартам. Это примерно на уровне фирмы "Samsung", но все же хуже, чем у "Sony" или "Panasonic", где уровень дефектности — 0,4 %. В начале 2000 г. планируется выпустить несколько моделей телевизоров 7-го поколения со стереозвук и значительно улучшенным качеством изображения. Мировыми тенденциями совершенствования телевидения на сегодняшний день являются следующие:

- распространение кабельного и спутникового телевидения;
- цифровое телевидение;
- полное дистанционное управление телевизором;
- интерактивное (многофункциональное) телевидение: Internet, видеозапись, видеодиски, телетекст, видеотекст, телефакс, аудиография, ТВ-фотография, видеотелефон, анимация, телеигры и др.;
- телевидение высокой четкости и частоты;
- заметна тенденция увеличения размеров кинескопа по диагонали, следовательно, замена их на жидкокристаллические, люминесцентные и другие системы;

объемное телевидение;
лазерное телевидение и др.

В настоящее время отечественное телевидение развивается далеко не по всем из перечисленных направлений.

М. М. Кирейчик,
студентка БГЭУ (Минск)

Розничный товарооборот

Анализ результатов работы экономики в октябре 1999 г. показывает, что розничный товарооборот в сопоставимых ценах по сравнению с октябрём 1998 г. вырос на 16,3 %.

В январе—августе 1999 г. в структуре розничной торговли республики удельный вес продовольственных товаров составил 60 %, непродовольственных — 40 % (в январе—августе 1998 г. соответственно 58 % и 42 %).

В целом же за 1999 г. по прогнозу розничный товарооборот в сопоставимых ценах должен составить 106—107 % к уровню 1998 г. Фактически же за истекший год он составил 104,2 %. Конечно же, кризисное состояние экономики республики сказалось и на развитии розничного товарооборота. На прилавках магазинов явно сократился ассортимент многих товаров.

Недостижение прогнозного показателя розничного товарооборота произошло и по причине роста цен, что повлияло на покупательную способность населения. В ушедшем году реальные денежные доходы населения вообще снизились на 2 %. Отрицательным в управлении розничным товарооборотом на многих торговых предприятиях является то, что они не осуществляют планирования объема продаж, объясняя это тем, что в нем нет необходимости, так как, во-первых, большинство товаров они получают в централизованном порядке, во-вторых, постоянно снижается покупательная способность населения. Опыт же зарубежных стран с развитой рыночной экономикой свидетельствует о том, что ненасыщенный рынок требует более детального прогнозирования.

В настоящее время на большинство товаров выделяются в централизованном порядке фонды. Но как показывает опыт, в условиях дефицитного рынка фондов всегда не хватает (особенно это касается продовольственных товаров), в результате чего возникают перебои в торговле отдельными товарами, что отрицательно сказывается на развитии товарооборота. Необходимо изыскивать дополнительные товарные ресурсы за счет децентрализованных источников снабжения.

266

□□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□. □□□□□□□□.
□□□□□□□□ □□□□□□□□□□ □□□□□□□□□□ □□□□□□□□□□. □□□□□□□□□□.