

В соответствии с принятой программой 30 % продукции должно быть экспортировано. Перспективные направления развития рынка плодо-овощеконсервной продукции предусматривают:

- совершенствование системы экономических отношений, складывающихся в процессе производства, обращения и распределения плодов, овощей и ягод, для которых характерна свобода субъектов в выборе покупателей и продавцов, определении цен, формировании и использовании ресурсов;
- развитие свободной заготовки по договорным ценам излишков плодов, овощей и ягод у населения;
- организацию прямых связей сельских товаропроизводителей с торговлей, сети фирменных и кооперативных магазинов и функционирование крупных оптово-розничных рынков в городах и промышленных центрах, создаваемых как на основе имеющихся баз хранения, так и путем строительства новых с необходимой инфраструктурой;
- возможность ежегодной корректировки видов возделываемых овощных культур на основании маркетинговых исследований в межсезонье с целью обеспечения сбыта произведенной продукции.

*А.Н. Зоткина, ассистент
В.В. Парамон, студент
БГЭУ (Минск)*

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА СВЕТОДИОДНЫХ СВЕТИЛЬНИКОВ

Светодиодные светильники благодаря низким эксплуатационным расходам в течение рабочего периода, длительному жизненному циклу, высокой яркости, отсутствию инфракрасного и УФ-излучения являются лидерами в рейтинге прочих источников освещения. Основной недостаток светодиодов — это относительно высокая цена, но благодаря государственной поддержке производства светодиодов и запрету на использование ламп накаливания в ближайшие годы ожидается почти 30 % -е снижение цен на светодиодные светильники и лампы. Вместе с тем остро обозначилась проблема отсутствия стандартов на технологию изготовления светильников данного вида.

Сегмент светодиодного освещения сильно фрагментирован и нацелен на удовлетворение самых разнообразных потребностей. Как и прежде, велик спрос на цветные светодиоды, однако неожиданно возросла потребность в системах с белым светом (например, в секторе наружного освещения).

Объем мирового светодиодного рынка в 2011 г. по сравнению с 2010 г. вырос на 9,8 % и составил 12,5 млрд дол. США.

В 2011—2012 гг. всего около 10 компаний обеспечили более 68 % рынка светодиодного освещения. Основные из них Nichia, Samsung LED, Osram Opto Semiconductors, LG Innotek, Philips Lumileds.

Географически тайваньские и китайские поставщики светодиодов увеличили свою долю на рынке за счет других регионов. Китайские производители в последнее время существенно улучшили свое качество продукции. В сочетании с фактором роста потребления на внутреннем рынке объем доли Китая на светодиодном рынке постоянно увеличивается. Корейские же производители ослабили свои позиции, несмотря на то, что они были самыми активными в наращивании темпов производства в 2010 г.

Продажи светодиодных светильников, ламп и прочего осветительного оборудования в 2011 г. увеличили объем рынка на 45 % по сравнению с 2010 г. Рынок светодиодов в осветительном сегменте ожидает существенный рост в течение следующих пяти лет, но выручка будет гораздо ниже из-за ценового давления за счет своей экономичности и расширенного пользовательского ресурса.

Светодиоды значительно потеснили традиционно используемые сегодня источники света — лампы накаливания, галогенные и люминесцентные лампы, быстро захватив практически все ниши светотехнического рынка. Этот процесс будет идти активными темпами и в дальнейшем.

*В.И. Иванова, аспирантка
БГЭУ (Минск)*

РЕГИОНАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИМ РЫНКОМ

Неоднородность региональных рынков подтверждается присущими только лишь им инфраструктурой, емкостью рынка, каналами и схемами товародвижения и т.п. Одним из главных показателей дифференциации региональных потребительских рынков является объем потребления. В свою очередь, к основным показателям, характеризующим потребление в регионе, можно отнести следующие: объем товарооборота, товарная структура потребления, качество и цена товаров. Следует отметить, что все эти показатели подвержены значительным изменениям под воздействием внешнеэкономического фактора. Таким образом, любые интеграционные процессы будут непосредственно воздействовать на уровень потребления в том или ином регионе страны. В свою очередь лишь профессионализм с точки зрения управления региональными потребительскими рынками будет предопределять размер оказываемого влияния на национальный потребительский рынок, поскольку оно может быть как положительным, так и отрицательным.

На практике существуют проблемы, связанные с отсутствием эффективного управления потребительским рынком на региональном уровне, что в свою очередь оказывает негативное влияние на развитие потребительского рынка страны. Поэтому, учитывая то, что в состав Республики Беларусь входят шесть областей, пять из которых являют-