

Я.О. Романовская
Научный руководитель — А.А. Гуртовой
БГЭУ (Минск)

АНАЛИЗ ФОРМИРОВАНИЯ ДОБАВЛЕННОЙ СТОИМОСТИ НА РЫНКЕ ШОКОЛАДА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Конкуренцию белорусским производителям шоколада составляют крупные компании из России, Украины и других стран, поставляющие преимущественно недорогую продукцию, которая активно завоевывает белорусский рынок. Импортность белорусского рынка кондитерских изделий растет, а следовательно, ухудшается положение отечественных производителей [1].

В условиях, когда проблемой продуктового рынка является монополизация каналов сбыта крупными торговыми сетями, производителю важно формировать предложение товаропроводящим сетям выгоднее, чем у конкурентов. Если в сегменте В2С индикатор конкурентоспособности — это розничные цены, то в сегменте В2В — добавленная стоимость, которую потенциально может сформировать товаропроводящая цепочка. Ценовое предложение в В2В-сегменте часто является коммерческой тайной, и его сложно оценить в исследовательских целях. Поэтому для оценки добавленной стоимости, формируемой товаропроводящей сетью, мы проанализировали средние цены импорта зарубежного шоколада, средние цены белорусских производителей и цены, формируемые в розничной сети. Источниками данных послужили статистика Государственного таможенного комитета и Национального статистического комитета Республики Беларусь [2]. Все данные представлены по состоянию на 2020 г.

Анализ данных об импорте шоколада на белорусский рынок из трех главных регионов-поставщиков — России, Украины и Германии — в пересчете на плитку шоколада (90 г) показал, что цены импорта составляют 0,88, 1,00 и 2,12 руб. соответственно [2]. Аналогичные расчеты для шоколада отечественного производства на основе данных о средних ценах производителей [3], скорректированные с помощью индекса потребительских цен за 2020 г., показали, что цена в пересчете на плитку шоколада (90 г) составляет 1,1 руб.

Сравнение цен импорта, цен производителей с ценами в розничном сегменте позволило оценить величину добавленной стоимости, формируемой товаропроводящей цепочкой. По нашим оценкам, для рынка шоколада в Республике Беларусь характерны следующие уровни добавленной стоимости товаропроводящей цепочки внутри страны: российский шоколад — 88,7 %, украинский — 58,7 %, немецкий — 21,4 %, белорусский — 46,9 %.

Таким образом, для маркетинговых целей при невозможности получения информации о точных ценах возможно использовать статистические данные,

оперируя средними ценами производителей и импортеров. Кроме того, российский, украинский и белорусский шоколад среднего ценового сегмента при сопоставимом уровне розничных цен имеет разную ценовую конкурентоспособность в В2В-сегменте. Так, белорусский шоколад является менее конкурентоспособным с точки зрения потенциального получения дохода товаропроводящими сетями. Следует отметить, что у белорусских производителей есть резерв для повышения ценовой конкурентоспособности в В2В-сегменте. Так, по нашим оценкам, цены поставки на внешние рынки в среднем ниже на 35,5 %, чем цены поставок на внутренний рынок, что свидетельствует о наличии вероятного потенциала снижения цен внутри страны.

Источники

1. Балансы товарных ресурсов Республики Беларусь [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. — Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/upload/iblock/7bc/7bc2d0b7480985884d7e74ccf5e92e2a.pdf>. — Дата доступа: 01.14.2021.

2. Интерактивная информационно-аналитическая система распространения официальной статистической информации [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. — Режим доступа: <http://dataportal.belstat.gov.by/> — Дата доступа: 01.14.2021.

3. Цены в Республике Беларусь [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. — Режим доступа: https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/publications/izdania/public_compilation/index_17586/. — Дата доступа: 01.14.2021.