

и Free2ex (14,3 %), которыми пользуются в равной степени по 5,7 %. Примечательно, что большинство используют не зарегистрированные в Беларуси платформы (14,3 %). Среди тех, кто хранит сбережения в криптовалютах, самыми популярными являются Ethereum (25,7 %) и Bitcoin (22,9 %).

Интерес к цифровой экономике также подтверждается и тем, что подавляющее большинство – 66,1 % в 2021 г. и 71,4 % в 2023 г. – хотели бы, чтобы в их университете проводились мероприятия по финансовой грамотности, а каждый третий в 2021 г. (34,7 %) готов, чтобы им в криптовалюте выплачивали стипендию, зарплату или их части.

Литература

1. О развитии цифровой экономики : Декрет № 8 от 21 дек. 2017 г. – Режим доступа: <https://president.gov.by/ru/documents/dekret-8-ot-21-dekabrja-2017-g-17716>. – Дата доступа: 01.03.2023.
2. Об отдельных вопросах налогообложения : Указ № 80 от 28 марта 2023 г. – Режим доступа: <https://president.gov.by/ru/documents/ukaz-no-80-ot-28-marta-2023-g>. – Дата доступа: 01.03.2023.

УДК 339.13

ХАРАКТЕРИСТИКА ОТЕЧЕСТВЕННОГО РЫНКА ПИСЬМЕННЫХ ПРИНАДЛЕЖНОСТЕЙ

И. Д. Сологуб

*Учреждение образования «Белорусский государственный университет»,
г. Минск*

Научный руководитель Л. М. Лапицкая

Дана характеристика отечественного рынка письменных принадлежностей, рассмотрены основные предприятия отрасли, проведена оценка их конкурентоспособности.

Ключевые слова: конкуренция, рынок, письменные принадлежности, рыночный сегмент.

CHARACTERISTICS OF THE DOMESTIC MARKET OF WRITING MATERIALS

Sologub I. D.

Belarusian State University, Minsk

Science supervisor L. M. Lapitskaya

The article describes the characteristics of the domestic market of writing materials, examines the main enterprises of the industry, and assesses their competitiveness.

Keywords: competition, market, writing materials, market segment.

Одной из особенностей современного рынка письменных принадлежностей является расширение количества моделей для строго определенной категории покупателей. Кроме того, некоторые производители офисного оборудования при использовании технологии производства вышли за рамки простых рекомендаций по свойствам офисной бумаги. Они вывели на рынок бумагу под собственным брендом и дали исчерпывающие рекомендации по офисному оборудованию и расходным материалам.

Большую долю отечественного рынка занимает бумага финского производства «Kimi Lux» от «Kimene». Эта бумага входит в топ-10 мировых производителей. Сегодня Финляндия обращает внимание на бумагу Kimi Lux от Kimene, входящую в

топ-10 мировых производителей, и она широко представлена на внутреннем рынке. Офисная бумага Хегох пользуется большой популярностью. Однако в 1997 г. продажи копировальной бумаги шведской компании Mohal составляли значительную долю местного рынка, и сегодня бренд все еще находится в упадке, хотя ему уделяется особое внимание со стороны покупателей, которые хорошо осведомлены о качестве его продукции.

Помимо этого большой популярностью пользуется офисная бумага «Хегох». В 1997 г. продажи копировальной бумаги шведской компании Mohal составляли значительную долю отечественного рынка, однако сегодня бренд находится в упадке, хотя ему уделяется особое внимание со стороны покупателей, которые хорошо осведомлены о качестве его продукции.

Отечественная бумажная промышленность включает Борисовскую бумажную фабрику, которая занимается производством писчей бумаги и материалов для выпуска ценных бумаг, Слонимскую картоно-бумажную фабрику «Альбертин» (мелованная бумага, картон), Добрушскую (обои, покраска, бумага для тетрадей) и Светлогорскую бумажные фабрики (картон, упаковка).

Отечественные компании не выделяются своей производительностью или отличным качеством своей продукции. Это связано с «возрастом» и изношенностью технологий, которые используются на предприятиях, а также с «возрастом» самих предприятий. Отечественная бумага также неконкурентоспособна по цене. Поскольку стоимость напрямую зависит от стоимости целлюлозы, ее необходимо закупать за рубежом (в России) [1].

На рынке руководители проверенных временем белорусских предприятий сделали вывод о том, что в современных условиях было бы разумнее импортировать в Республику Беларусь вместо дорогой готовой продукции полуфабрикат.

В настоящее время отечественные компании все чаще закупают, режут и упаковывают большое количество партий бумаги. В результате готовое изделие получает белорусский код и становится отечественным продуктом. Компания, которая раньше была импортером бумаги, превращается в производителя бумаги.

Крупнейшие предприятия такого типа – фирмы Медхор (производит бумагу марки Protokol), ТНФ (выпускает бумагу фирменной марки), Хорех (Cору Paper), Давтрейд (Master Cору), Белпейпер (Uni Paper).

Сегодня цена и предложение сбалансированы: белорусский рынок предлагает все – от товарной бумаги до продуктов, знакомых только самому внимательному потребителю.

Вероятно, единственным исключением является дизайнерский тип бумаги (водяные знаки, специальные покрытия и т. д.). В настоящее время ассортимент отечественной полиграфии очень узок. Однако те, кто хочет, также могут получить этот тип бумаги путем заказа.

Объемы производства отечественных канцтоваров невелики:

- школьные тетради и блокноты выпускают «Минская фабрика цветной печати», «Добрушская бумажная фабрика» и гомельская «Полеспечать»;
- папки и скоросшиватели – «Красная звезда», Слонимский картоно-бумажный завод «Альбертин»;
- линейки, подставки для календарей – «Унипласт», «Белпласт»;
- дыроколы – «Минский тракторный завод» и др.

В Беларуси производство многих канцелярских товаров сокращено или вовсе отсутствует. Большинство из них импортируется из-за рубежа. На рынке в основном преобладают относительно дешевые импортные товары из стран Юго-Восточной Азии, а цены аналогичны отечественным аналогам.

Рассмотрим конкурентную среду рынка письменных принадлежностей в Беларуси на примере трех предприятий: частное предприятие «Манера», «ВериБай», СООО «Свиток» (см. таблицу).

Оценка конкурентной среды белорусского рынка письменных принадлежностей

Показатели конкурентоспособности	Коэффициент относительной значимости	«ВериБай»		СООО «СВИТОК»		Частное предприятие «Манера»	
		Оценка	Итоговая оценка (гр. 2 × гр. 3)	Оценка	Итоговая оценка (гр. 2 × гр. 5)	Оценка	итоговая оценка (гр. 2 × гр. 7)
Количество и потребительские преимущества товаров	5	8	40	7	35	8	40
Доля рынка	25	9	225	8	200	7	175
Ассортимент	10	8	80	9	90	9	90
Эффективность каналов сбыта	10	5	50	8	80	8	80
Финансовые ресурсы	13	4	52	4	52	4	52
Производственные ресурсы	5	7	35	8	40	7	35
Репутация у потребителей	12	8	96	8	96	8	96
Возможности ценовой конкуренции	15	7	105	5	75	5	75
Инновации	5	4	20	6	30	5	25
ИТОГО	100	–	703	–	698	–	668

Примечание. Собственная разработка на основе данных предприятия.

Исходя из данных таблицы, наиболее конкурентоспособной организацией является «ВериБай», которая имеет 703 балла, далее следует СООО «СВИТОК» – 698 баллов, частное предприятие «Манера» – 668 баллов.

Таким образом, белорусский рынок письменных принадлежностей делится между фирмами Медхор, ТНФ, Хогех, Давтрейд, Белпейрег. Отечественные производители бумаги испытывают трудности при производстве, исходя из чего бумагу приходится импортировать в виде полуфабриката. Несмотря на это, белорусские компании-импортеры приспособились к этим условиям и стали закупать, резать и упаковывать бумагу, исходя из чего бумага становится отечественным продуктом, а компании производителями.

Литература

1. Тимофеев, В. В. Управление конкурентоспособностью предприятия в условиях новой экономической реальности / В. В. Тимофеев // Факторы успеха. – 2019. – № 1 (6). – С. 56–59.
2. Устимкин, О. А. Оценка и пути повышения конкурентоспособности предприятия / О. А. Устимкин // Форум молодых ученых. – 2019. – № 1 (29). – С. 7–10.