

УДК 338.43:637.05

**КАПУНКИН С.Д.**, студент

Научный руководитель **БОЛДЫРЕВА Л.Н.**, старший преподаватель  
УО «Витебская ордена «Знак Почета» государственная академия  
ветеринарной медицины», г. Витебск, Республика Беларусь

## **МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА КОЛБАСНЫХ ИЗДЕЛИЙ**

В Республике Беларусь рынок мяса и мясопродуктов является одним из крупнейших сегментов в структуре продовольственного рынка. Здесь производится более 1200 видов мясной продукции, в том числе 800 видов колбасных изделий, около 250 наименований полуфабрикатов, более 150 видов консервов. По данным национального статистического комитета, в республике в 2016 году произведено 265 тыс. т колбасных изделий и 1172 тыс. т мяса, из них: 362 тыс. т свинины, 338 - говядины, 448 - мяса птицы. Доля экспорта составила 28% от производства. Структура производства мяса сложилась таким образом: свинина – 25,3%, говядина – 38,1%, мясо птицы – 36,2%, прочие виды – 0,5%.

Производство мяса на душу населения в Республике Беларусь в 2016 году составило 123 кг. По данному показателю Беларусь значительно превосходит все страны СНГ. Потребление мяса и мясной продукции белорусами с каждым годом растет.

На белорусском рынке на сегодняшний день работают около 200 производителей мяса и мясной продукции, около 27 из которых с государственной собственностью от 7 до 100%. ОАО «Гродненский мясокомбинат», ОАО «Витебский мясокомбинат», ОАО АФПК «Жлобинский мясокомбинат» – лидеры по производственным мощностям (мощность каждого предприятия – более 3 000 тонн в месяц).

Колбасные изделия в последние годы пользуются у населения особой популярностью. Эта продукция занимает четвертую позицию среди продуктов, пользующихся постоянным спросом у населения, уступая молочным продуктам, овощам и фруктам, хлебобулочным изделиям. Нами проведено маркетинговое исследование поведения и предпочтений потребителей на рынке колбасных изделий в городе Витебске в форме опроса. По данным исследования, 80% опрошенных употребляют колбасные изделия. Потребители с более высоким уровнем дохода готовы потратить при покупке колбасных изделий большую сумму, чем потребители со средним и низким уровнем дохода.

О новинках на рынке колбасных изделий люди чаще узнают от знакомых (50,4%), рекламе доверяют 49,6% опрошенных. При покупке колбасных изделий потребители в первую очередь ориентируются на вкусовые и качественные характеристики, во вторую – на цену.

Основная масса опрошенных покупает вареные колбасы (35%), сосиски и сардельки (22%), полукопченые колбасные изделия (18%). Покупатели отдают предпочтения изделиям известных брендов.