

Так, производство сыра в 2017 г увеличилось по сравнению с 2013 г на 43,4%, расширение ассортимента привело к уменьшению импорта на 50,0% и росту экспорта на 33,4% [4, 5]. Вместе с тем расчеты коэффициента оптимизации показали большой резерв экспорта сыра по странам вне СНГ – показатель $K=0,12$.

Заключение. Рекомендуется интенсифицировать маркетинговые усилия для увеличения экспорта белорусского сыра в страны, не относящиеся к СНГ.

Литература. 1. Базылев, М. В. *Прогрессивный менеджмент в пограничных ситуациях* / М. В. Базылев, В. В. Линьков, Е. А. Лёвкин // XIX (девятнадцатая) научная сессия преподавателей, аспирантов, магистрантов, студентов : сборник докладов XIX (девятнадцатой) научной сессии, Витебск, 22 апреля 2016 г. : в 3 ч. / Витебский филиал Международного университета «МИТСО» ; редкол.: А. Л. Дединкин (гл. ред.) [и др.]. – Витебск, 2016. – Ч. 3 : Экономика, логистика, менеджмент: тенденции и перспективы развития. Естественные науки в современном мире. Перспективы развития информационных технологий. – С. 20–24. 2. *Балансы товарных ресурсов Республики Беларусь : Статистический сборник 2018 г. / Председатель редакционной коллегии И. В. Медведева.* – Минск : Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2018. – 60 с. 3. *Внутрихозяйственная техногенная кластеризация агропредприятия* / В. В. Линьков [и др.] // Ученые записки учреждения образования «Витебская ордена «Знак Почета» государственная академия ветеринарной медицины» : научно-практический журнал. – Витебск, 2015. – Т. 51, вып. 1, ч. 2. – С. 72–75. 4. *Обзор рынка сыров Республики Беларусь* / В. Е. Садохо [и др.], 2019. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.infobaza.by/article/agro/obzorsyrov/>. – Дата доступа : 18.03.2019. 5. *Семков, А. Сыр – в авангарде экспорта* / А. Семков // *Белорусское сельское хозяйство.* – 2014. – № 10. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://agriculture.by/articles/agrarnaja-politika/syr-v-avangarde-jeksporta>. – Дата доступа : 18.03.2019.

УДК 338.31/338.001.36

АНОДЧЕНКО А.М., студент

Научные руководители - **БАЗЫЛЕВ М.В., ЛИНЬКОВ В.В.**, канд. с.-х. наук, доценты УО «Витебская ордена «Знак Почета» государственная академия ветеринарной медицины», г. Витебск, Республика Беларусь

АНАЛИЗ ВИТЕБСКОГО РЫНКА РОЗНИЧНОЙ РЕАЛИЗАЦИИ ТВЕРДЫХ ЖИРНЫХ СЫРОВ

Введение. Исследования важнейших продуктов питания, к которым относятся твердые жирные сыры, являются составной частью маркетингового изучения рыночных сегментов, покупательского спроса населения, позиционирования данного вида товара [1-3]. Поэтому такие исследования актуальны.

Материалы и методы исследований. Исследования проводились в 2015-2019 гг. при маркетинговом изучении розничной реализации твердых жирных сыров в г. Витебске. Цель заключалась в анализе различных торговых предприятий г. Витебска, занимающихся розничной продажей твердых жирных сыров отечественного и импортного производства. Для достижения представленной цели решались такие задачи, как проведение маркетинговых исследований ценовой политики крупных торговых сетевых магазинов в реализации твердых жирных сыров; осуществлялся анализ полученных результатов исследований и их интерпретация. В исследованиях использовались методы математической статистики, логический, сравнений.

Результаты исследований. Исследования показали, что структуру ассортимента розничных торговых предприятий Витебска делают два производителя: ОАО «Савушкин продукт» (сыр «Российский» 50% жирности, сыр «Пошехонский» 45%, «Брест-Литовск» классический 45%) и ОАО «Верхнедвинский маслосырзавод» (сыр «Российский новый» 50%).

При этом ценовое стимулирование спроса наблюдается у двух предприятий торговли – ОАО «Ника» и ОАО «Веста», где средняя цена сыра минимальна и составляет 14,39 руб./кг, самый дорогой сыр продавался в ОАО «Витебские продукты» – 15,47 руб./кг, промежуточное ценовое положение занимает реализация сыра в магазинах торговой сети «Евроопт» – 14,86 руб./кг.

Заключение. Представленные исследования показывают, что по ценовому диапазону сыры твердых сортов практически приближаются к мясу копченому. Стимулирование сбыта производят ОАО «Ника» и ОАО «Веста».

Литература. 1. Грязина, Ф. И. Производство твёрдых и мягких сыров в России. Ассортимент и технологические особенности / Ф. И. Грязина, О. А. Данилова, А. Ю. Гуляева // Вестник Марийского государственного университета. – 2016. – Т. 2. – № 3. – С. 15–18. 2. Кузина, Е. Ю. Состояние и перспективы производства сыра в России / Е. Ю. Кузина, В. Н. Острецов // Молочнохозяйственный вестник. – 2016. – № 1. – С. 115–123. 3. Маркетинг с основами логистики : учебно-методическое пособие / Л. Н. Болдырева [и др.]. – Витебск : ВГАВМ - 40 с.

УДК 633/633.3

БАЙБАК Е.А., студент

Научные руководители - **БАЗЫЛЕВ М.В., ЛИНЬКОВ В.В.**, канд. с.-х. наук, доценты УО «Витебская ордена «Знак Почета» государственная академия ветеринарной медицины», г. Витебск, Республика Беларусь

ЦЕНОВАЯ И МАРКЕТИНГОВАЯ ПОЛИТИКА РАЗЛИЧНЫХ ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ ГОРОДА МИНСКА ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ КИСЛОМОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ

Введение. Современная социокультурная среда города Минска наглядно показывает – в каком направлении должен развиваться и совершенствоваться столичный регион и самый крупный, красивый город в Беларуси. Такому совершенствованию способствует в том числе распределительная деятельность различных торговых предприятий, выполняющая одновременно несколько задач: по обеспечению и насыщению потребительского рынка товарами в соответствии с научно обоснованными нормами, потребностями, вкусами и предпочтениями потребителей; формированию спроса населения на продовольственные товары, определение потребностей в товарных ресурсах; проведению анализа рыночных сегментов в позиционировании товаров, формированию объемов закладки продовольственной продукции в стабилизационные фонды города на межсезонный период, с одновременным контролем за их поставками и использованием [1-5]. Вместе с тем торговля по своей сути является индикативным экономическим регулятором производства того или иного вида продукции и настоящим диверсификатором, выступающим гарантом свободы выбора потребителями той или иной продукции, того или иного производителя, стимулируя качество производства [3, 5].

Материалы и методы исследований. Исследования проводились в 2017-2018 гг. с целью изучения ценовой политики крупнейших торговых сетей г. Минска в розничной реализации кисломолочной продукции. Для этого решались следующие задачи: изучались цены на различные виды кисломолочной продукции в сетевых магазинах «Евроопт», «Грин», «Корона», «Гиппо»; осуществлялся анализ их ценовой политики и взаимодействия в конкурентной среде. В исследованиях использовались методы анализа, сравнений, логический.

Результаты исследований. Проведенные исследования показали, что все представленные виды кисломолочной продукции были от отечественных производителей. При этом среднестатистическая цена на различные виды кисломолочной продукции имела следующие значения (рублей, в пересчете за 1 кг): творог 4,0% (Беллакт) - 6,40; сметана 20,0% (Беллакт) - 5,23; простокваша 2,5% (Брест-Литовск-Савушкин продукт) - 2,72; йогурт «Теос» 2,0% (Савушкин продукт) - 5,41, кефир 2,5% (Савушкин продукт) - 1,67; ряженка 4,0% (Беллакт) - 2,57; ацидофилин 2,5% (Витебское молоко) - 3,97; варенец 2,5% (Молочные Горки) - 3,09.