

УДК 633/633.3

ГОРБАЧЁВА Д.И., 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

СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ И ФИНАНСОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ВИТЕБСКОГО РЫНКА МЯСНОЙ ПРОДУКЦИИ ДЛЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЕТЕЙ МЛАДШЕГО ВОЗРАСТА

Введение. Создание особенной социокультурной среды городской жизни в г. Витебске является почетной обязанностью каждого жителя, стремящегося сделать возможный посильный вклад в развитие собственной антропогенной действительности в виде следующих направлений: организационного плана, социального и культурного, воспитательного, образовательного, производственно-технологического плана [1-5]. Важным направлением такого воздействия и взаимодействия является формирование определенных (с заданными параметрами в нормировании, стандартизации качества жизни, социальных отношений) условий жизнеобитания, где влияние рыночной (производственно-управленческой, трудовых, транспортной и иной инфраструктурной среды) регуляции возрастает многократно, показывая тем самым и открывая совершенно новые возможности в совершенствовании жизни в урбанизировано-организованных городских агломерациях [2, 3, 5]. В этой связи были осуществлены маркетинговые исследования городского Витебского рынка мясной продукции, используемой для детского питания, реализация которой оценивалась в нескольких крупных сетевых ритейлерах по реализации продовольственной продукции населению города и гостям нашего областного центра.

Материалы и методы исследований. Исследования проводились в 2017–2019 гг. с целью изучения количественно-качественных ценовых параметров розничной реализации пищевой продукции (детского мясного питания) в следующих сетевых магазинах г. Витебска: «Евроопт», «Корона», «Веста», «Green». Для достижения поставленной цели решались следующие задачи: осуществлялся анализ ценовой политики отмеченных торговых предприятий; изучалось их взаимодействие в конкурентной рыночной среде. В исследованиях использовались методы анализа, синтеза, дедукции, сравнений, логический.

Результаты исследований. Проведенные исследования показали, что кроме представленных в детальном анализе торговых сетей, на Витебском рынке присутствуют и другие, не менее значимые, в особенности свежая охлажденная мясная продукция, мясная продукция глубокой заморозки и переработанная мясная продукция для детского и диетического питания – в торговых предприятиях ОАО «Витебская бройлерная птицефабрика», ОАО «Ника», ОАО «Витебские продукты», ЧУП «Полоцкий рынок», «Смоленский рынок» и некоторых других.

Анализ изучаемых ритейлеров показал, что реализация мясной продукции для детского питания имеет определенные направленности у разных торговых сетей г. Витебска. Так, исследования показали, что суммарная стоимость мясного «набора» для детского питания в «Евроопте» составляет 133,18 руб., в ТЦ «Корона» - 144,05 руб., в «Весте» - 128,91 руб., в «Green» - 165,98 рублей. Как наглядно видно, наиболее привлекательными с точки зрения ценовой политики предприятия выглядят «Веста» и «Евроопт», что объясняется значительной конкуренцией между этими торговыми предприятиями, которые борются за покупателя в условиях схожих ассортиментных предложений, схожих мест размещения торговых объектов по шаговой доступности.

Заключение. Таким образом, представленные результаты исследований показали – рынок Витебска в обеспечении населения мясными продуктами для детского питания находится в устойчиво-конкурентной, благоприятной среде.

Литература. 1. Базылев, М. В. Изучение предмета «Логистика» в аграрном вузе с получением практических знаний, умений и навыков на базовом сельскохозяйственном пред-

приятии СПК «Ольговское» / М. В. Базылев, В. В. Линьков, Е. А. Левкин // Актуальные проблемы профессионального образования в Республике Беларусь и за рубежом : материалы III Международной научно-практической конференции, Витебск : в 3-х т. / Витебский филиал Международного университета «МИТСО»; редкол.: А. Л. Дединкин (гл. ред.) [и др.]. – Витебск, 2016. – Т. 1. – С. 36–39. 2. Базылев, М. В. Особенности отдельных информационных ресурсов средств массовой информации в формировании патриотического мировоззрения студенчества / М. В. Базылев, В. В. Линьков, П. С. Ерёменко // Психологические основы духовно-нравственного обновления современного общества: тенденции, реалии, перспективы : Материалы международной научно-практической конференции (12 апреля 2018 г., г. Костанай). – Костанай : Костанайский ГУ им. А. Байтурсынова, 2018. – с. 202–205. 3. Базылев, М. В. Универсально-образовательная среда вуза в формировании патриотического воспитания студентов / М. В. Базылев, В. В. Линьков, Е. А. Левкин // Патриотическое воспитание: от слов к делу : Сборник статей по материалам Международной научно-практической конференции (30 ноября – 1 декабря 2018 г., г. Москва). – Москва : Московский государственный психолого-педагогический университет, 2018. – С. 123–130. 4. Маркетинг с основами логистики : рабочая тетрадь для студентов по специальности 1-74 03 01 «Зоотехния» / Л. Н. Болдырева [и др.]. – Витебск : ВГАВМ, 2019. – 40 с. 5. Прогрессивные преимущества в методологическом аспекте создания новых знаний на базе профессионально-поликультурного образовательного компонента биологических специальностей аграрных ВУЗов / М. В. Базылев [и др.] // Современные технологии образования взрослых : материалы IV Международной научно-практической конференции «ПОСТДИП-2016» / УО «ГГУ» им. Янки Купалы, ИПК и ПК. – Гродно, 2016. – С. 4–15.

УДК 633/633.3

ГОРБАЧЁВА Д.И., 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 МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ ДЛЯ ДЕТСКОГО ПИТАНИЯ

Введение. В нашей стране проводится широкомасштабная работа по внедрению инноваций в производство и переработку различной сельскохозяйственной продукции [1]. Создан и эффективно функционирует РУП «Институт мясо-молочной промышленности», деятельность которого направлена на разработку новых видов продуктов питания, включая и функциональные продукты, продукты детского, диетического и специализированного питания, позволяющие повышать уровень жизни народонаселения Беларуси, вести интересный и здоровый образ жизни, увеличивать активное долголетие. Несмотря на то, что в Республике создан ряд конкурентоспособных, импортозамещающих и экспортоориентированных производств по переработке молочной продукции, главными составными частями социальной политики государства являются продовольственная безопасность и независимость, включающие первоочередное обеспечение собственного рынка и населения продуктами первой необходимости.

Витебский продовольственный рынок является составной частью общекластеризационной социальной среды жителей города, в которой принимают активное участие как сами товаропроизводители, распределительные сети и отдельные магазины, так и население, использующее свое право выбора по собственному усмотрению, на свои вкусы и кошелек. Продовольственное обеспечение молодого поколения жителей г. Витебска (3780 человек [1]) в возрасте от одного года до двух лет качественно обеспечивается крупными торговыми сетями города, в которых широким ассортиментом представлены различные виды продукции, включая и молочную, рассматриваемую более подробно в представленной работе.