

сектора и ростом отечественного производства препаратов. Для этого России стоит обратить внимание на западный опыт защиты национальных интересов и научиться защищать отечественный рынок ветеринарных препаратов от интервенции дорогостоящих и не всегда качественных иностранных субстанций и лекарственных средств.

Литература

1. Грязнева Т. Н. Перспективы и проблемы производства ветеринарных препаратов в Российской Федерации / Грязнева Т. Н., Гаврилов В. А., Кудинова Т. А. – Текст : электронный // Эффективное животноводство. – Москва: Московская государственная академия ветеринарной медицины и биотехнологии – МВА имени К. И. Скрябина, 2019. – С. 32-24. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/perspektivy-i-problemy-proizvodstva-veterinarnyh-preparatov-v-rossiyskoy-federatsii/viewer>
2. Ларинина Т.И., Блинова С.С. Состояние и перспективы развития рынка ветеринарных услуг в Российской Федерации // Развитие отраслей АПК на основе формирования эффективного механизма хозяйствования: сборник научных трудов II Международной научно-практической конференции, посвященной 90-летию ФГБОУ ВО Вятская ГСХА и 55-летию экономического факультета. - Киров, 2020. - С. 109-113.
3. Лахтюхов С. Рынок ветеринарных препаратов РФ /С. Лахтюхов С. // Бизнес партнер Сельское хозяйство России. – 2018. – URL: <https://www.tsenovik.ru/bizness/articles/mvet/rynok-veterinarykh-preparatov-rf-russian-market-of-veterinary-drugs/>
4. Макеева Ю. Российские производители готовы занять половину рынка ветпрепаратов / Макеева Ю. // Ветеринария и жизнь. – 2020. – URL: <https://vetandlife.ru/vizh/sobytiya/rossiyskie-proizvoditeli-gotovy-zanyat-p/>
5. Шиврина Т.Б., Козлова Л.А. Применение пробиотических кормовых добавок в сельскохозяйственных организациях Кировской области. //Экономика, финансы, образование: проблемы и перспективы развития. сборник научных трудов Международной научно-практической конференции. – Киров, 2019. - С. 243-246.
6. Новости GMP Российский рынок ветеринарных ЛС стагнирует / GMP. // ЗооИнформ. – 2020. – URL: <https://zooinform.ru/business/rossijskij-ry-nok-veterinary-h-ls-stagniruet/>

УДК 658.871.6/658.8.012.12

РЫНОЧНАЯ СТРАТЕГИЯ КРУПНЫХ ВИТЕБСКИХ РИТЕЙЛЕРОВ РОЗНИЧНОЙ РЕАЛИЗАЦИИ КУРИНОГО ЯИЦА

Зинченко А.А., Горский Н.А. - студенты 3 курса факультета ветеринарной медицины
Научные руководители - Базылев М.В., Линьков В.В., канд. с.-х. наук, доценты
УО «Витебская ордена «Знак Почёта» государственная академия ветеринарной медицины», г. Витебск, Республика Беларусь

Аннотация. В статье изучена ценовая политика розничной торговли крупнейших ритейлеров г. Витебска в отношении реализации упакованных куриных яиц. Установлено наличие борьбы за покупателя, позволяющее рассчитывать на повторные покупки и привязку потребителей к отдельным местам распределения данного вида пищевой продукции.

Ключевые слова: ритейлер, пищевое куриное яйцо, торговая сеть, птицеводство.

Птицеводческие хозяйства Беларуси являются не только высокотехнологичными аграрными производственными объединениями, но и в большинстве случаев концентрируют собственные усилия на относительно узкой специализации производства: мясо цыплят-бройлеров (ОАО «Витебская бройлерная птицефабрика», ООО «Витконпродукт»); куриные яйца (ОАО «Оршанская птицефабрика», ОАО «Птицефабрика «Городок») и другие производители. Вместе с тем, реализация продукции птицеводства в Витебской рыночно-

городской торговой сети розничных продавцов осуществляется с учётом спроса и предложения, а также и других маркетинговых решений, которые предполагают внимательную оценку рынка реализации и, что уже стало обычным делом – использование особых усилий по стимуляции сбыта скоропортящейся, важной и нужной (востребованной всеми без исключения группами населения) пищевой продукции [1–10]. В связи с этим, представленные на обсуждение материалы собственных исследований авторов по изучению рыночной стратегии крупнейших Витебских торговых сетей и магазинов представляются актуальными, затрагивающими интерес большого количества потребителей данной продукции.

Цель проведённых исследований заключалась в анализе рыночных подходов крупных Витебских ритейлеров в реализации упакованных куриных яиц. Для достижения поставленной цели решались следующие конкретные задачи. Производилось изучение ценовой политики розничной торговли Витебска в отношении реализации упакованных куриных яиц, для чего были избраны магазины четырёх крупнейших Витебских ритейлеров, представленных на рисунке 1.

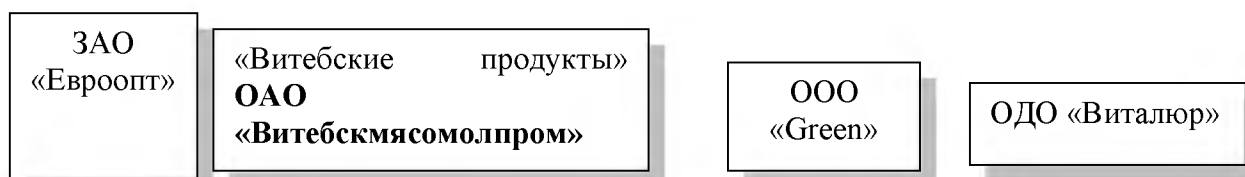


Рисунок 1 – Крупнейшие Витебские торговые ритейлеры розничной реализации продовольственной продукции, включая куриные яйца в пластиковой и бумажной упаковке

На рисунке 1 наглядно и масштабно показаны самые большие Витебские торговые распределители, реализующие пищевую продукцию, величина масштаба, очень приблизительно характеризует мощность торговой сети и товарооборота отмеченных предприятий, так как практически ни один из Витебских ритейлеров не может сравниться в этом отношении с торговой сетью ЗАО «Евроопт».

Во всех представленных на рисунке 1 ритейлерах были получены данные производственной информации в виде наблюдений и учётов, подвергнутой систематизации и, её математической обработке с последующим анализом.

Исследования проводились в два этапа (2019–2020 г.г.). Заключительные сравнения цен приводятся на 01.12.2020 г. Методика исследований общепринятая. Методологической базой исследований являлись методы сравнений, логический, синтеза, прикладной математической статистики.

Проведённые исследования позволили расширить кругозор исследований, так как до определённого момента считалось, что сетевые и крупные рыночные распределители розничной реализации куриных яиц действуют по одной избранной схеме: осуществление прямых продаж, от производителя – к столу потребителя (покупателей продукции – жителей и гостей города Витебска) и, избранная рыночная стратегия у всех одинакова. Но, исследования внесли свои коррективы в данное утверждение (таблица 1).

Таблица 1 – Ценовое позиционирование куриных яиц в пластиковой и бумажной упаковке, реализуемых в крупных торгово-розничных ритейлерах Витебска, руб./десяток

Ассортимент продукции*	Розничные ритейлеры			
	ОДО «Виталюр»	ЗАО «Евроопт»	«Витебские продукты» ОАО «Витебскмясо молпром»	ООО «Green»
Золотой стандарт С1	-	2,25	-	-
Золотые С2	-	2,25	-	-
Местное известное, С2	-	-	-	1,99
Маленькие радости, С1	-	-	2,24	-
Золотые, С1	-	2,39	-	-
Молодецкие, С1	-	2,75	-	2,90
Яйцо куриное «Халяль», С1	2,19	-	-	-
Народная корзина, С2	1,49	-	-	-
Маленькие радости, С0	-	-	-	2,70
Молодецкие, обогащенные селеном, С0	-	-	-	3,45

*- в целях предотвращения рекламы конкретного производителя представленной пищевой продукции в названиях исключены обозначения птицеводческих предприятий, которые на Витебском городском рынке представлены следующими компаниями: ОАО «1-я Минская птицефабрика», ОАО «Птицефабрика «Городок», ОАО «Слуцкая птицефабрика», ОАО «Оршанская птицефабрика» и др.

Анализ таблицы 1 наглядно показывает, что при реализации куриных яиц среди ритейлеров наблюдаются определённые элементы конкурентной борьбы за потребителя. Куриное яйцо, являясь скоропортящимся продуктом (с ограниченным сроком годности в зависимости от температуры хранения 4–30 суток), предполагает активный маркетинг по реализации данной продукции [1]. Однако, для ритейлеров важно не только просто продать, необходимо продавать с выгодой и, что не менее важно, необходимо продавать такое яйцо, которое отличается высоким качеством, соответствует маркировке на упаковке, требованиям стандартизации и, будет способствовать постоянному спросу у населения. Кроме того, из таблицы также видно, что ритейлеры здесь не гонятся за широким ассортиментом, и всё указывает на стремление предоставить оригинальный товар, таким образом, монополизируя торговое место реализации данной продукции. И всё же, конкретика такова, что в магазинах ОДО «Виталюр», ООО «Green», ЗАО «Евроопт», большой выбор продукции, с разными ценами, а в Витебских продуктах вариация не столь значительна. В магазине ООО «Green» большая наценка, если сравнить продукцию «Молодецкое» С1, в том же ЗАО «Евроопте» стоят дешевле. Расположение продукции в магазинах ЗАО «Евроопт» и ООО «Green» очень удобно для покупателей, не нужно тянуться за стеллаж, чтобы достать необходимую продукцию. В других магазинах наблюдалось простое сложение товаров в куче, что крайне неудобно.

Таким образом, исследованиями установлено, что среди крупных Витебских ритейлеров отсутствует единство (сговор, противоречащий здоровой конкуренции) и наблюдается обычная рыночная производственно-сбытовая деятельность в реализации упакованных свежих куриных яиц. Налицо наличие борьбы за покупателя и стремление реализовать продукцию свежей, позволяющей рассчитывать на повторные покупки и привязку потребителей к отдельным местам распределения данного вида пищевой продукции. Несмотря на то, что авторы стремились избежать рекламы отдельных Витебских ритейлеров, реализующих куриные яйца, нами выделяются, как особенно привлекательные магазины (не только по ценовой политике продавцов) сети ЗАО «Евроопт», производящие действенные усилия по стимулированию сбыта и завоеванию доверия покупателей –

жителей Витебска и гостей нашего города из Витебского и других регионов, а также – из соседней России.

Литература

1. Адаптивная ресурсосберегающая технология производства яиц : монография / В. И. Фисинин [и др.]. – ФНЦ «ВНИП» РАН. – Сергиев Посад : ВНИТИП, 2016. – 351 с.
2. Базылев М. В. Инновационные управленческие технологии в сельскохозяйственном производстве на основе функциональной синхронизации / М. В. Базылев, В. В. Линьков, Е.А. Лёвкин // Аграрная наука – сельскому хозяйству: сборник материалов XIV Международной научно-практической конференции. – Книга 1. – Барнаул : РИО Алтайского ГАУ, 2019. – С. 41–43.
3. Бобылева Г. А. Российское птицеводство: проблемы и перспективы развития в 2020 г. / Г. А. Бобылева // Птица и птицепродукты. – 2020. – № 4. – С. 9–14.
4. Бычков Н. А. Агрохолдинги: проблемы функционирования и пути их решения / Н.А.Бычков // Наше сельское хозяйство. – 2018. – №1. – С. 65–69.
5. Внутрихозяйственные резервы птицеводства в условиях ОАО «Гомельская птицефабрика» / Е. А. Лёвкин [и др.] // Ученые записки учреждения образования «Витебская ордена «Знак Почета» государственная академия ветеринарной медицины» : научно-практический журнал. – Витебск, 2019. – Т. 55, вып. 1. – С. 148–153.
6. Инновационное развитие агропромышленного комплекса как фактор конкурентоспособности: проблемы, тенденции, перспективы : коллективная монография : в 2 ч. / Л. М. Васильева [и др.] ; под общ. ред. Е. С. Симбирских. – Киров : Вятская ГСХА, 2020. – Ч. 2. – 430 с.
7. Инновационное развитие агропромышленного комплекса как фактор конкурентоспособности: проблемы, тенденции, перспективы : коллективная монография / А.З. Анохина [и др.]. – В 2-х частях. Часть 1. – Киров : Вятская ГСХА, 2020. – 414 с.
8. Лёвкин Е. А. Адаптивная оптимизация высокотехнологичных факторов производства яиц в ОАО «Птицефабрика Городок» / Е. А. Лёвкин, В. В. Линьков, М. В. Базылев // Ученые записки учреждения образования «Витебская ордена «Знак Почета» государственная академия ветеринарной медицины» : научно-практический журнал. – Витебск, 2015. – Т. 51, № 1–2. – С. 69–72.
9. Маракулина И. В. Развитие инноваций в сельском хозяйстве России / И. В. Маракулина // Инновации и достижения науки в сельском хозяйстве : материалы I Всероссийской (национальной) научно-практической конференции (20 декабря 2019 г., г. Киров). – Киров : ФГБОУ ВО Вятская ГСХА, 2019. – С. 65–68.
10. Фисинин, В. Технологии производства и переработки птицеводческой продукции / В. Фисинин // Сфера: Птицепром. – 2017. – № 3. – С. 12–15.