

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.

Материалы и методы исследований. Исследования проводились в 2017–2018 гг. с целью изучения уровня цен и общей ценовой политики крупнейших торговых сетей Витебска в розничной реализации продукции. Для достижения поставленной цели решались следующие задачи: изучались цены на различные виды молочной продукции в сетевых магазинах «Евроопт», «Витебские продукты», «Green»; осуществлялся анализ их ценовой политики и взаимодействия уровня цен в рыночной среде. В исследованиях использовались методы анализа, синтеза, сравнений, математической статистики.

Результаты исследований. Осуществление исследований позволило установить, что среди представленных видов молочной продукции для детского питания часть была отечественного, а часть – импортного производства. При изучении оценочных показателей было установлено следующее: изучены пять наименований молочной продукции, одновременно присутствующих в каждой из отмеченных торговых сетей г. Витебска, это «Продукт творожно-фруктовый «Тёма» с грушей и яблоком», имеющий самый низкий ценовой градиент в сети «Витебские продукты» (цена изделия в пересчете на 1 кг составила 9,7 рубля), в «Евроопте» цена на данную продукцию составила 12,9 руб./кг, в «Green» - 14,7 руб. (превышение над ценой в «Евроопте» составило 33,9%), «Творог «Растишка» клубника-банан и вкус пломбира» с ценовым диапазоном за кг веса в «Евроопте» 9,44 руб. (самой приемлемо низкой ценой), в «Витебских продуктах» - 12,11 руб. (превышение над «Еврооптом» на 28,3%), в «Green» - 14,7 руб. (превышение над ценой в «Евроопт» в полтора раза, т.е. на 55,7%), что, возможно, объясняется двумя следующими причинами – обязательным желанием руководства торговой сети «Green» присутствия данной продукции на прилавке вне зависимости от уровня товарооборачиваемости, т.к. при завышенных ценах уровень сбыта намного ниже, либо резким уменьшением складских запасов и необходимостью выполнения обязательного ассортиментного перечня детской молочной продукции в реализации. «Евроопт» же в данном случае делает ставку на увеличение объемов реализации продукции, по возможности уменьшая ценовую надбавку при розничной реализации, подчеркивая еще раз, тем самым, что здесь очень хорошо отслеживается и налажен научно обоснованный сбыт важнейших видов продовольственной продукции с ограниченным сроком реализации. Аналогичная картина наблюдалась и по товарной позиции «Молоко детское «Беллакт» 2,5% жирности». Ценовая разница за кг веса достигла 90,0%. Несколько менее выраженными были значения средней стоимости килограмма продукции «Паста творожная «Супер КИД» банан-яблоко 3,5%» с разницей у «Евроопт» и «Green» в пользу первого на 23,2%. Вместе с тем, «Йогурт питьевой «Беллакт» детский с бифидобактериями 2,8%» продавался в сети «Евроопт» по 4,24 руб. за кг веса, в «Витебских продуктах» - по 2,85 руб., в «Green» - по 5,28 руб. – с явным преимуществом и стимуляцией сбыта в сети «Витебские продукты», с ценой на 48,8% ниже, чем у ближайшего конкурента - сети «Евроопт».

Заключение. В целом представленные исследования показали, что сетевая торговля г. Витебска различными видами молочной продукции для детского питания пользуется значительным спросом у населения. На специализированных прилавках отмеченных сетей происходит постоянное обновление ассортимента молочной и другой пищевой продукции первой необходимости, осуществляется совершенствование маркетингово-логистической деятельности в разделе бесперебойного снабжения населения и гостей города, постоянной добросовестной рекламно-информационной работы, в торговых залах данных предприятий наблюдается грамотная работа по выкладке товаров и ценовой ориентации на потребителя.

Литература. 1. *Статистический ежегодник 2018. Республика Беларусь / Председатель редакционной коллегии И. В. Медведева.* – Минск : Национальный статистический комитет РБ, 2018. – 490 с.