

УДК 338.43:637.05

**КАЧАН В.А.**, студент

Научный руководитель - **БОЛДЫРЕВА Л.Н.**, ассистент

УО «Витебская ордена «Знак Почета» государственная академия ветеринарной медицины», г. Витебск, Республика Беларусь

## **МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА МОЛОЧНЫХ ПРОДУКТОВ**

**Введение.** Производство молока и молочных продуктов – одно из наиболее приоритетных направлений народного хозяйства Республики Беларусь [2]. Молочные продукты являются незаменимой пищей для населения страны благодаря содержащимся в них белкам, витаминам и микроэлементам. Никакая другая пища не может предоставить более полный набор полезных веществ [1].

В молоке содержатся все необходимые питательные вещества, а по химическому составу оно не имеет аналогов среди других видов естественной пищи. Научно обоснованная норма потребления молока и молочных продуктов составляет 380 кг на душу населения в год [3]. Из них: цельного молока – 120 кг; обезжиренного – 6,8 кг; творога – 8 кг.

Производство молочных продуктов занимает около 28% от производства всех продуктов питания.

**Материалы и методы исследований.** Исходным материалом для исследования служили данные Национального статистического комитета Республики Беларусь, нормативно-справочных материалов, личные наблюдения и проведенные маркетинговые исследования.

В качестве основных методов нами использовались опрос, проведенный в форме анкетирования существующих и потенциальных потребителей молочной продукции в городе Витебске, а также статистические и экономико-математические методы исследования.

**Результаты исследований.** На рынке молочных продуктов города Витебска представлено большое количество производителей. Среди них довольно большую и стабильную нишу занимают: ОАО «Молоко» г. Витебск, УПП «Полоцкий молочный комбинат», ОАО «Поставский молочный завод», ОАО «Лепельский молочноконсервный комбинат», ОАО «Савушкин продукт».

По данным исследования, 94% опрошенных употребляют молоко и молочные продукты. Потребители с более высоким уровнем дохода готовы потратить при покупке молочных продуктов большую сумму, чем потребители со средним и низким уровнем дохода.

О новинках на рынке молочных продуктов потребители чаще узнают от знакомых (50,4%), рекламе доверяют 49,6% опрошенных. При покупке молока и молочных продуктов потребители в первую очередь ориентируются на вкусовые и качественные характеристики, а также на сроки годности и дату производства, во вторую – на цену.

Основная масса опрошенных покупает молоко и молочные продукты ежедневно (56%), два-три раза в неделю (35%). Среди всех молочных продуктов чаще всего приобретают молоко, сметану, сыр, творог и кефир. Покупатели отдают предпочтения изделиям известных брендов.

Чаще всего приобретают молоко в пакетах (62%), коробках (27%), бутылках (11%). Из предложений по улучшению качества молока наиболее актуальными были уменьшение срока годности молока и улучшение качества молочных пакетов.

**Заключение.** Потребители молочных продуктов города Витебска предпочитают приобретать качественные молоко и молочную продукцию известных производителей, с хорошими вкусовыми характеристиками, учитывая срок годности и дату производства.

**Литература.** 1. Акулич, И. Л. *Маркетинг : учебник для студентов экономических специальностей вузов / И. Л. Акулич. – 5-е изд., испр. – Минск : Вышэйшая школа, 2007. – 479 с.* 2. Ковалев, Л. И. *Производство молока в Республике Беларусь на основе комплексной механизации и автоматизации ферм / Л. И. Ковалев // Аграрный сектор. – 2012. – №5. – С. 7-9.* 3. Сак, А. В. *Оптимизация маркетинговых решений : учебное пособие для студентов вузов*

по специальности «Маркетинг» / А. В. Сак, В. А. Журавлев. – Минск : Издательство Грещова, 2010. – 302 с.

УДК 338.22/338.51(53)

**КИНДРУК У.С.**, 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

### **ОСОБЕННОСТИ МЯСОПЕРЕРАБОТКИ (ПРОИЗВОДСТВО И РЕАЛИЗАЦИЯ ПРОДУКЦИИ) В УСЛОВИЯХ ОАО «ВИТЕБСКИЙ МЯСОКОМБИНАТ»**

**Введение.** Производство мясной продукции в условиях ОАО «Витебский мясокомбинат» подчиняется как внутривзаводским, рыночным, так и государственным механизмам создания высококачественных пищевых продуктов первой необходимости: повседневного и особого (торжественно-праздничного) спроса. Такая деятельность во многом зависит от закупочных цен на сырье. Государственные закупочные цены на мясное сырье для промышленной переработки преследуют одновременно несколько определенных целей. С одной стороны государственные регуляторные функции призваны не допустить резких изменений экономической эффективности производственно-хозяйственной деятельности сельскохозяйственных предприятий и перерабатывающих отраслей, а с другой – во главу угла ставится социальная защищенность населения государства, учитывая такие важные категории, как продовольственная безопасность и независимость страны в обеспечении народонаселения основными видами продуктов питания [1-5]. В связи с этим представленная на обсуждение тема является актуальной, имеющей большое народнохозяйственное значение.

**Материалы и методы исследований.** Исследования проводились в 2015–2019 гг. при изучении производственно-экономической деятельности крупнейшего в Беларуси переработчика мясного сырья – ОАО «Витебский мясокомбинат». Целью исследований стало изучение ценовой политики в деятельности отмеченного мясокомбината. Для достижения представленной цели решались следующие задачи: проводился полный анализ производственной и экономической деятельности предприятия; производились выборки важнейших элементов закупочной логистики, переработки и реализации получаемой продовольственной продукции. В исследованиях использовались следующие методы: математический, сравнений, логический.

**Результаты исследований.** Исследования показали, что для оптимизации производственно-экономических параметров производства и эффективного сбыта готовой (скоропортящейся) пищевой продукции наиболее оптимально применять следующую структуру производства основных видов такой продукции [5]: блочное мясо - 1,1%; колбаса вареная - 25,2; колбаса варенокопченая - 2,3; колбаса полукопченая - 5,1; колбаса сырокопченая - 3,0; копчености - 13,4; крупнокусковые бескостные полуфабрикаты из говядины - 2,6; крупнокусковые бескостные полуфабрикаты из свинины - 10,0; наборы мясокостные - 4,1; различные кровяные изделия - 4,2; различные ливерные изделия и паштеты - 10,2; различные студни, холодцы, зельцы - 5,4; сосиски и сардельки - 13,5%.

Следует также отметить, что практически все крупные торговые сетевые магазины г. Витебска занимаются активной реализацией мясной продукции производства Витебского мясокомбината, у которого имеется и собственная фирменная торговля – магазины под маркой «Мясковит». Несмотря на существующую конкуренцию, в розничной продаже имеется широкий ассортимент следующих видов мясопродуктов ОАО «Витебский мясокомбинат»: колбасы твердые (сервелат) сыровяленые, копченые, сырокопченые; колбасы полукопченые; колбасы вареные; сосиски, сардельки; мясо копченое и др.