

ПРЕДПОЧТЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ПРИ ВЫБОРЕ СОКОВ

Министерство торговли совместно с отраслевыми министерствами проанализировало конъюнктуру внутреннего потребительского рынка, импорта и сложившегося уровня продаж и на 2014 г. предприятиям было предложено к освоению 360 позиций импортозамещающих товаров (25 продовольственных и 335 непродовольственных). Промышленность приняла к освоению 63 позиции [1].

У населения распространен стереотип о том, что импортные товары качественнее отечественных, и потребители готовы переплачивать. Поэтому вопрос импортозамещения приобрел особую значимость, стал жизненно важным для многих белорусских компаний. В связи с этим необходимо способствовать развитию белорусских конкурентных импортозамещающих производств. В рамках данной работы был изучен ассортимент соковой продукции в торговых объектах г. Минска, таких как «Евроопт» и ТЦ «Корона», имеющих высокий поток покупателей.

Соки в рационе человека занимают особое место и пользуются высоким спросом с точки зрения потребителей. На торговых прилавках сегодня большое количество соков на любой вкус, которые разделены на группы по разным критериям. Наиболее широко представлен ассортимент соков украинского, российского и белорусского производства.

Были проведены исследования потребительских предпочтений в сегменте соков на белорусском рынке путем опроса покупателей вышеуказанных торговых объектов. В качестве объектов исследования были отобраны три представителя соков яблочных осветленных восстановленных разных производителей: ABC (ОДО «Фирма ABC», Беларусь), Rich (АО «Мултон», Россия) и Sandora (ООО «Сандора», Украина). Полученные результаты показали, что большинство покупателей предпочитают сок Rich и обосновывают это качеством и привлекательностью упаковки продукта. Благодаря сильному бренду у данного сока сложился имидж дорогого и качественного продукта и ожидания покупателей относительно него, с нашей точки зрения, значительно завышены.

Органолептический анализ показал, что все соки по качеству находятся на одном уровне. В том числе сок белорусского производителя не уступает по качеству, но более демократичен в цене. Отсюда можно сделать вывод, что белорусские аналоги соковой продукции по всем критериям могут составить достойную конкуренцию импортным.

Чтобы исправить ситуацию, сложившуюся на рынке, необходимо заинтересовать покупателя и расположить его к товарам отечественного производства, показать, что они не только не хуже, а иногда и лучше импортных. Следует постоянно расширять ассортиментные перечни новыми позициями товаров, чтобы завоевать признание потребителя.

Литература

1. Ассортимент белорусских магазинов с начала года пополнили 55 наименований импортозамещающих товаров [Электронный ресурс] // БелТА. — Режим доступа: <http://www.belta.by/economics/view/assortiment-belorusskih-magazinov-s-nachala-goda-popolnili-55-naimenovanij-importozameschajuschih-tovaro-51794-2014>. — Дата доступа: 28.02.2016.

В.Д. Матюш
Е.Н. Чернигина
БГЭУ (Минск)

ФОРМИРОВАНИЕ И ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ЯИЦ КУРИНЫХ ПИЩЕВЫХ

К одному из самых ценных продуктов питания на рынке республики Беларусь относят яйца куриные пищевые. Диетологи называют яйца природными витаминными таблетками — «коктейлем» из минеральных веществ. Они содержат все необходимые для жизни питательные и биологически активные вещества, которые находятся в легкоусвояемой форме и оптимальном соотношении. Яйцо усваивается организмом человека на 96–98 % и является высокоценным диетическим продуктом питания. Одно яйцо по своей питательности эквивалентно примерно 40 г мяса и 120–150 г молока, обеспечивает на 4–5 % суточную потребность взрослого человека в белках, жирах и минеральных веществах, на 10–30 % — в основных витаминах. Белки яиц, принятые за эталон по биологической ценности, содержат в своем составе все незаменимые аминокислоты в наиболее благоприятном соотношении [2].

На данный момент на рынке отмечается рост производства и потребления яиц, увеличение количества производителей, торговых марок, выпускаемого ассортимента. Особый интерес вызывает вопрос использования яиц куриных пищевых в качестве функционального продукта. В экономически развитых странах идут по пути соединения глубокого изучения яйца с современными высокими технологиями его переработки. Например, Бельгийская национальная программа продвигает яйца, для производства которых разработан специальный вегетарианский рацион кормления кур, который позволяет получать