

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ МАРГАРИНОВОЙ ПРОДУКЦИИ

Маргарин — это высококачественный жир, приготовляемый на основе растительных масел и животных жиров в натуральном и гидрогенизированном виде с добавлением сливочного масла, молока, соли, сахара и других компонентов.

Маркетинг — вид человеческой деятельности, направленной на удовлетворение нужд и потребностей путем обмена.

Современный этап маркетинговой деятельности имеет ярко выраженную социальную ориентацию и характеризуется стремлением не только наилучшим образом удовлетворить разнообразные потребности людей, но и сохранить благополучие, не навредить обществу.

Маркетинговое исследование должно обеспечить:

надежную, достоверную информацию о рынке, структуре и динамике спроса, вкусах и желаниях покупателей;

создание такого товара и товарного ассортимента, который соответствовал бы требованиям рынка больше, чем товары конкурентов, и полностью удовлетворял бы спрос.

При этом целью исследования является выявление предпочтения покупателей при покупке маргарина, определение факторов, влияющих на выбор, а также формулировка на основе исследования стратегии повышения конкурентоспособности маргарина отечественных производителей.

Методом исследования был выбран письменный опрос с использованием анкеты, преимущество которого состоит в том, что в нем одновременно может участвовать группа лиц. Полученные в ходе анкетирования данные могут быть статистически обработаны. Анкета гарантирует анонимность, и поэтому опрашиваемые могут давать более откровенные и достоверные ответы.

По результатам проведенного исследования с использованием различных методов сбора информации и ее последующего анализа были сделаны выводы о том, что предпочтение покупателей при покупке отдается отечественному производителю (если это твердый маргарин), в основном мотивируется ценовым фактором (ниже, чем на зарубежную продукцию), но следует отметить, что намечается тенденция увеличения спроса на импортный маргарин (представлены в основном импортными бутербродными) из-за удобства в применении, более разнообразного ассортимента, практичной и

красочной упаковки (пластиковые баночки). Можно отметить, что побуждения к покупке весьма разнообразны.

Частота покупки варьируется от двух до пяти раз в месяц (за один раз покупатель покупает чаще всего одну пачку). Большим спросом пользуются маргарины бутербродные и сливочные, обращается внимание на содержание жира и холестерина. Касательно упаковки предпочтение отдается пластиковым баночкам (65 %), фольге (30 %), форма упаковки не имеет значения — для 5 %. Большинство покупателей довольно представленным ассортиментом маргариновой продукции.

Таким образом, для повышения конкурентоспособности маргарина отечественных производителей необходимо расширить ассортимент наливных маргаринов со сниженным количеством жира и холестерина. Следует разнообразить формы упаковки, а также ее оформление, так как во многом наши маргарины выглядят непривлекательно, что в свою очередь, способствует формированию мнения о соответствующем качестве содержимого. Необходимо ввести в производство витаминизированные виды маргаринов, так как на них есть спрос, который удовлетворяют только импортные производители. При должном соблюдении данных рекомендаций маргарины отечественного производства могут создать достойную конкуренцию импортным.

*Е.Н. Гуринович
БГЭУ (Минск)*

СВОБОДНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ЗОНЫ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ: СОСТОЯНИЕ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ

С целью оживления экономики Республики Беларусь, развития производства, создания новых производств, основанных на высоких технологиях, увеличения экспортных поставок продукции, снижения уровня безработицы и особенно интеграции экономики в мировое хозяйство во внешнеэкономической политике Республики Беларусь установлен курс на привлечение инвестиций. Одним из видов своеобразных “магнитов” для инвестиций в мировой экономике являются свободные экономические зоны.

Согласно закону Республики Беларусь № 213-З “О свободных экономических зонах” от 7 декабря 1998 г. под свободной экономической зоной понимают часть территории Республики Беларусь с точно определенными границами и специальным правовым режимом, устанавливающим более благоприятные, чем обычные, усло-