

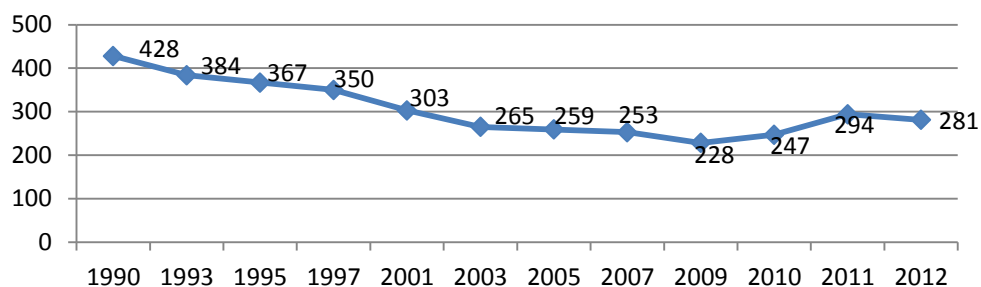
УДК 339.137:637.1/3

**ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ПОТРЕБЛЕНИЕ  
МОЛОЧНЫХ ПРОДУКТОВ В МОЛОДЕЖНОЙ СРЕДЕ  
В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

*В.С. Сухоцкая, 4 курс*

*Научный руководитель – Е.М. Карпенко, д.э.н., профессор  
Белорусский государственный аграрный технический университет*

Республика Беларусь относится к странам с относительно высоким уровнем потребления молочных продуктов. Однако спрос на молочную продукцию удовлетворяется не полностью, потребление большинства видов молокопродуктов ниже рекомендуемых норм рационального питания. Так, в 2012 потребление молока и молочных продуктов на душу населения составило 281 кг при рациональной норме 353 кг (рисунок 1).

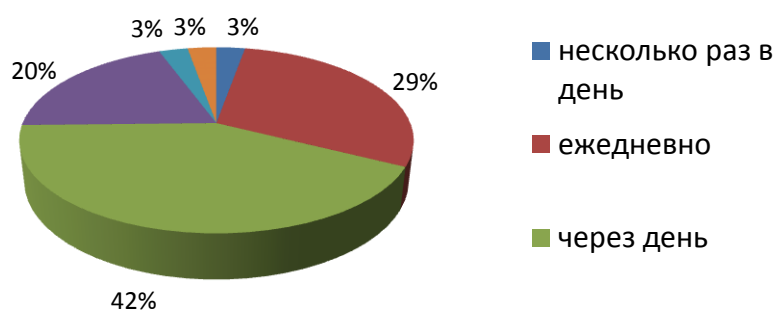


**Рисунок 1 – Потребление молока и молочных продуктов на душу населения в Республике Беларусь**

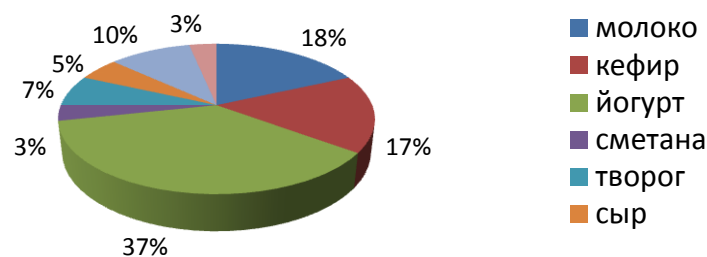
Производство молока на душу населения составляет 698 кг, однако потребление не соответствует рекомендуемым нормам и находилось в 2012 г. на уровне 281 кг в год [1]. Следует отметить, что в период вхождения Беларуси в состав СССР в расчете на душу населения производилось 727 кг молока и по этому показателю республика превосходила ряд экономически развитых стран Европы и Америки. Потребление молока и молочных продуктов на душу населения в 1990 г. составляло 428 кг, что на 20,4% превосходило рекомендуемую медицинскую норму.

Молочные продукты имеют большое значение для обеспечения здоровья граждан. Однако, ежедневное потребление молочных продуктов сегодня падает, особенно среди молодежи и взрослого населения. Уже с подросткового возраста многие молодые люди резко сокращают в своем рационе долю молочных продуктов. Хотя молоко и молочные продукты традиционно занимают одно из ведущих мест в пищевом рационе граждан нашей страны, в силу как привычек потребления, так и относительно низкой стоимости данной категории продуктов питания.

Исходя из этого, в ходе научной работы были проведены маркетинговые исследования в социальных сетях. Целевой аудиторией оказалась преимущественно студенты, как наиболее активные пользователи сети Интернет. Целью было определение частоты приобретения молочных продуктов питания и выявление наиболее востребованных из них. Таким образом, студенты, в основном, потребляют молочную продукцию ежедневно или хотя бы через день, что полностью соответствует рекомендуемым нормам (рисунок 2). К наиболее потребляемому студентами виду молочной продукции относятся йогурты, возможно это связано с необходимостью частых перекусов студентов (рисунок 3).



**Рисунок 2 – Частота потребления студентами молочной продукции**



**Рисунок 3 – Предпочтения студентов в выборе молочной продукции**

В результате проведенного регрессионного анализа была построена модель взаимосвязи объемов продаж банок йогурта (Y) от следующих факторов: удельный вес девушек в общем объеме студентов ( $x_1$ ); удельный вес проживающих в общежитии в общем объеме студентов ( $x_2$ ); доход на одного человека в семье ( $x_3$ ). В полученной модели влияние факторов «удельный вес девушек в общем объеме студентов» и «доход на одного человека в семье» практически в два раза больше фактора «удельный вес проживающих в общежитии в общем объеме студентов». Общий вид модели:  $y = -18587,9 + 18,2x_1 - 11,3x_2 + 23,1x_3$ . Построенная модель на основе F-критерия Фишера в целом адекватна и все коэффициенты регрессии значимы, следовательно, такая модель может быть использована для принятия решений и осуществления прогнозов.

На рынке продуктов питания давно назрела необходимость сделать молоко и молочные продукты привлекательными для молодежи. Ведь сегодня молоко, увы, воспринимается молодежью как слишком традиционный и даже скучный продукт. Разбавить эту скуку и заинтересовать молодежь можно или необычным вкусом или необычной упаковкой, которая будет нести помимо своих стандартных функций еще и развлекательную, игровую и стимулирующую. Есть мнение, что молодежь покупает молочные продукты не для насыщения, а для удовольствия. Особенно популярны у молодого поколения кисломолочные продукты: кефир, йогурты, а также биопродукты с вкусовыми добавками.

Согласно исследованиям более 85% студентов считают, что потребление молочных продуктов не только вкусно, но и полезно. Однако остальные не проявляют свой интерес к этим продуктам питания. Для того, чтобы заинтересовать еще больше потенциальных потребителей в приобретении молочных продуктов, производителям необходимо акцентировать внимание на незаменимости и важности таких продуктов в ежедневном рационе человека.

Для формирования правильного воспоминания о продукте собственные чувства важнее всех слов и разъяснений. Именно поэтому важным этапом в формировании в голове потребителей идеи о необходимости приобретения молочных продуктов являются промо-акции, дегустации, а также развлекательные мероприятия, которые позволяют делать продвижение продукции.

Результаты исследования после проведения таких мероприятий по популяризации здорового питания и молочной продукции как одного из его элементов, показали, что студенты более активно начали приобретать молочную продукцию, теперь уже не только йогурты, но и кефир, и молоко. Таким образом, реализация таких мероприятий производителями молочной продукции даст большую возможность покупателям узнать о продукции, повысить к ней интерес, выявить чувство предпочтения, а затем и чувство необходимости покупки и, следовательно, обеспечить эффективность продвижения своей продукции на рынок.

#### **Список использованных источников**

1. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа: <http://belstat.gov.by/>. – Дата доступа: 13.03.2014.