

## **СЕКЦИЯ 11 «ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИХ ОТРАСЛЕЙ АПК»**

УДК 338.439

### **РЫНОК ПИЩЕВЫХ ТОВАРОВ**

**Белоусов М.Н.**

**Научный руководитель – Канашевич А.И., к.э.н., доцент  
Могилевский государственный университет продовольствия  
г. Могилев, Республика Беларусь**

В отличие от продукции промышленно-производственного назначения пищевые товары относятся в основном к категории товаров личного пользования, покупка которых зависит в основном от поведения потребителей, его привычек в потреблении. Это товары, которые потребитель приобретает часто не задумываясь и с минимальными усилиями на сравнение. Это потребительские товары повседневного спроса, среди которых особое место занимают товары импульсивной покупки (обычно приобретаемые часто без всякого предварительного планирования в поисках сравнения).

Производство и продажа пищевых товаров находится в сфере АПК, поэтому маркетинг пищевых товаров в основном распространяется на отрасли АПК, связанные с производством, переработкой и реализацией пищевых продуктов. Пищевые товары производятся в основном в отраслях пищевой промышленности на перерабатывающих сельскохозяйственное сырье предприятиях, и распространяется через специализированные торговые точки. При этом необходимо тщательно рассчитать возможную продолжительность жизненного цикла товара (ЖЦТ), так как пищевые товары имеют особенность непродолжительного срока хранения и соответственно сроков реализации. Продажа осуществляется в основном в специализированных предприятиях специалистами владеющими в равной степени двумя сторонами дела: товарно-технологической и коммерческой.

Закупки перерабатывающих сельскохозяйственное сырье предприятий должны определяться спросом на конечную продукцию, так как прежде чем выпустить изделие на рынок оно должно быть переработано в соответствии с требованиями потребителей. Производитель пищевых товаров должен чутко контролировать конечный рынок и своего потребителя, так как ЖЦТ не велик. Спрос по цене на пищевые товары неэластичен в связи с тем, что пищевые товары жизненно необходимы для человека. Спрос на рынке пищевых товаров имеет разнообразный характер. Это связано с рядом факторов:

1. Среди пищевых товаров некоторые имеют наибольшую биологическую ценность и жизненно необходимы, цены на такие товары доступны и в основном находятся на дотации государства.
2. Конкуренция производителей и торговцев пищевыми товарами.
3. Цена связана с качеством продукта и затратами на его производство и переработку.
4. Маркетинговая активность и возможности предприятий-производителей и торговли.

Проведенные исследования показали, что потребители пищевых товаров хорошо информированы о потребительских свойствах продукта на рынке. Разнообразие пищевых товаров на рынках предопределяет характер конкурентной борьбы, инвестиционную активность и гибкий маркетинг по всему спектру теоретических знаний и практического опыта в области организации маркетинговой деятельности в организациях (фирмах).