

УКД 338.439.6

АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ НА РЫНКЕ МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ ОРЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

*Репичева И. В., Дутова Е. А., студентки 3 курса
экономического факультета*

*Научный руководитель – Репичев А. И., кандидат
экономических наук, доцент*

ФГБОУ ВПО «Орловский Государственный Аграрный Университет»

Ключевые слова: *исследование; анализ, потребители, динамика, потребительское поведение, молочная продукция.*

Молоко является базовой частью рынка сельскохозяйственной продукции. За последние двадцать лет данная отрасль АПК пережила сложные времена, связанные с сокращением поголовья молочного и племенного скота, как в регионе, так и стране в целом. Это привело к стагнации отрасли и зависимости России от импорта иностранной продукции [1].

Данная работа посвящена изучению потребительского поведения на рынке молочной продукции. При проведении исследования было выявлено, что рациональная потребление молока на 1-го человека в год составляет 405 кг, а реальное потребление отклоняется на - 45% от нормы [2].

Главной целью исследования является; определение факторов влияющих на потребительское поведение, для этого проведем сравнение рациональных норм потребления молочной продукции, выявим влияние заработной платы на объем реализации молочной продукции и изменение темпа роста продаж продукции.

По данным рекомендации ВОЗ норма потребления молока и молочной продукции в год на одного человека составляет 405 кг.

Рассмотрим таблицу 1 и проанализируем на сколько процентов происходит отклонение от нормы потребления.

Исходя, из данной таблицы можно сделать вывод, что потребление молока и молочной продукции существенно отклоняется от нормы потребления в среднем на 45%.

Для наглядности представим, в таблице 2 насколько сильно заработная плата влияет на потребление молока и молочных продуктов.

Таблица 1 - Расчет отклонения среднедушевого потребления молока от нормы

Годы	Среднедушевое потребление молока и молочной продукции в год	Процентное отклонение от нормы, %
2000	221	-45,4
2001	214	-47,1
2002	230	-43,2
2003	232	-42,7
2004	234	-42,2
2005	220	-45,6
2006	205	-49,3
2007	210	-48,1
2008	214	-47,1
2009	222	-45,1
2010	235	-41,9
2011	234	-42,2
2012	239	-40,9
Рационная норма потребления	405	

Таблица 2 - Влияние заработной платы на потребление молока и молочной продукции

Годы	ЗП, руб.	Среднедушевое потребление (кг)	Темп роста ЗП %	Темп роста потребления %
2005	4857	220	х	х
2006	5972	205	122,9	93
2007	7325	210	122,6	102,4
2008	10027	214	136,8	101,9
2009	10927	222	108,9	103,7
2010	13115	235	120	105,8
2011	14824	234	113	99,5
2012	16844	239	113,6	102,1

Темп роста среднедушевых доходов и темп роста среднедушевого потребления молока и молочной продукции не взаимосвязаны, с увели-

чением среднедушевых доходов потребители не приобретают больше молочной продукции.

Оценим потребление молока и молочной продукции в домашних хозяйствах и выясним на сколько сильно влияет численность домохозяйств на потребление данной продукции.

Таблица 3 - Потребление молока и молочных продуктов питания [3]

Вид продукции	Все домохозяйства	Домохозяйства, состоящие из:				
		1 человек	2 человека	3 человека	4 человека	5 и более человек
Молоко и молочная продукция	234,1	295,8	274,2	220,6	206	190,9

Потребление молока и молочной продукции в домашних хозяйствах зависит от состава и уровня среднедушевых располагаемых ресурсов. Чем больше домохозяйство, тем меньше уровень потребления продукции.

Библиографический список:

1. Карандаева О.А., Чупахина Е.Ю. Народнохозяйственное значение и перспектива развития молочной отрасли в РФ // В сборнике: В мире научных открытий материалы II Всероссийской студенческой научной конференции. редакционная коллегия: В.А. Исайчев, О.Н. Марьяна. 2013. С. 157-160.
2. Статистический ежегодник. Статистический сборник / Территориальный орган федеральной службы государственной статистики. - Орел, 2012.
3. Потребление продуктов питания в домашних хозяйствах орловской области // статистический бюллетень № 0531 Орел 2013.

ANALYSIS OF CONSUMER RESEARCH OF DAIRY PRODUCTS ON THE MARKET

Dutova E.A, Repicheva I.V., Repichev A. I.

Key words: *research, consumers, dynamics, consumer behavior, dairy products. Work is devoted to the definition of consumer behavior in the dairy market. When conducting the study were identified.*