

А. В. Домород

anastasia_olga@mail.ru

Гомельский государственный технический университет имени П. О. Сухого, Беларусь

АНАЛИЗ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТОРГОВЫХ МАРОК НА БЕЛОРУССКОМ РЫНКЕ КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЙ

В данной статье охарактеризованы белорусские торговые марки кондитерских изделий. Рассмотрены показатели доли ума, доли сердца и лояльности к маркам. Выделены точки паритета и дифференциации, на основании которых дается характеристика проводимой политики позиционирования в отношении той или иной торговой марки кондитерского изделия.

Кондитерские товары подразделяют на две группы: сахаристые — ягодные изделия, карамель, драже, шоколад, какао-порошок, конфеты, ирис, халва и восточные сладости типа карамели и конфет, и мучные — печенье, пряники, вафли, кексы, ромовые бабы, рулеты, мучные восточные сладости, торты, пирожные.

Согласно данным инвестиционной компании ЮНИТЕР кондитерская промышленность Беларуси представлена 20 предприятиями: 8 предприятиями, входящими в государственный концерн «Белгоспищепром», а также предприятиями и цехами коммунальной собственности и частными и иностранными собственниками. На долю предприятий концерна «Белгоспищепром» приходится около 70% общего объема производства кондитерских изделий. Большая часть кондитерских предприятий – частной формы собственности, однако их деятельность регулируется госконцерном «Белгоспищепром». Основными игроками на рынке кондитерских изделий Беларуси являются ОАО «Коммунарка» и СП ОАО «Спартак»[1].

Производство мучных кондитерских изделий осуществляют такие кондитерские фабрики как Витьба, Спартак, Слодыч и Конфа. Кондитерская фабрика «Витьба» в своем логотипе пытается отразить заботу о потребителях. Акцент на натуральность продуктов делается в кондитерской фабрике «Слодыч». Среди этих предприятий многомарочный подход для реализации товаров на потребительском рынке используют кондитерская фабрика «Витьба» (13 брендов), «Слодыч» (4 бренда), «Спартак» (2 бренда на рынке мучных кондитерских изделий). Торговая марка «Витьба» известна среди потребителей в отрасли готовых сухих завтраков, а «Слодыч» в отрасли печенья. ОАО «Конфа» имеет 3 торговые марки (Конфа, Таки-так, Святочны настрой), остальные логотипы не являются отдельными торговыми марками, так как на упаковке также нанесена торговая марка «Конфа», поэтому

данные логотипы можно отнести к суббрендам организации. Таким образом, все белорусские компании на рынке производства мучных кондитерских изделий из рассмотренных используют многомарочный подход.

Производство сахаристых кондитерских изделий на рынке Республике Беларусь можно разделить на конфеты и шоколад и на зефир и мармелад. Наиболее известными на рынке конфет и шоколада являются СП ОАО «Спартак», СОАО «Коммунарка», СП ОАО «Ивкон», СООО «Первая шоколадная компания», на рынке зефира и мармелада – ОАО «Красный пищевик» и ОАО «Красный Мозырянин». Практически все предприятия используют многомарочный подход в товарной стратегии, за исключением СООО «Первая шоколадная компания», товары которой представлены на рынке под брендом «Идеал».

Характеристику капитала марок кондитерских изделий представим в таблице 1. Перечень брендов приведем в порядке убывания доли ума, а также доля ума которых превысила 50%.

Таблица 1 – Сводные показатели доли ума, доли сердца и лояльности к маркам кондитерским изделий

Торговая марка	Доля ума, %	Доля сердца, %	Средняя оценка качества по 10-балльной шкале	Ассоциации с брендом
Коммунарка	92	48	8	настоящие, столичные
Спартак	89	24	6	сладости, радость
Витьба, Витоша	87	17	9	вкусная, хрустящая
Красный пищевик	86	35	9	воздушный, традиционный
Красный Мозырянин	78	34	9	воздушный
Слодыч	76	19	9	печенье
Витьба Fitness	74	6	9	полезный завтрак
Коровка	72	4	9	конфеты
Вивайли	67	1	7	трубочки, нежные
Impresso	63	1	9	изысканный, вкусный
Идеал	51	1	9	шоколадный

Наиболее знакомым опрошенным является бренд «Коммунарка» СОАО «Коммунарка». Данное предприятие представлено 14 брендами, однако всего одна торговая марка хорошо знакома потребителю, также эта торговая марка обладают известностью-припоминания и ее больше предпочитают потребителю. Большая часть торговых марок СОАО «Коммунарка» знакома 10-20% потребителей. Менее чем одному проценту опрошенных известны такие бренды предприятия как «Президент» (что можно объяснить недавним выпуском данной торговой марки) и десертные плитки «SweetDesserts».

На втором месте по-известности находится бренд «Спартак», качество которого оценено хуже всего из известных потребителю брендов. Однако следует отметить, что данный бренд также обладает известностью-припоминания. СП ОАО «Спартак» представлено 3 брендами, все из которых знакомы потребителю. Бренд «Impresso» знаком 63% опрошенным и оценен довольно высоко. Бренд «ЭкаминиО» также является знакомым для 32% потребителей, однако средняя оценка качества по 10-балльной шкале находится на уровне 3 баллов, что является достаточно низким качеством.

Большая часть потребителей объединяют бренды кондитерской фабрики «Витьба» «Витьба» и «Витоша» в одну торговую марку, поэтому данные бренды занесены в одну строку. Следует отметить, что все 12 брендов кондитерской фабрики являются в той или

иной степени знакомы потребителю, также средняя оценка качества по всем брендам по 10-балльной шкале превышает 8 баллов.

Также довольно известными являются торговые марки зефира и мармелада «Красный пищевик» и «Красный Мозырянин», и марка печенья «Слодыч».

Несмотря на то, что практически все предприятия используют многомарочный подход, большая часть их брендов является мало знакомой или не знакомой вовсе. Так ОАО «Красный пищевик» представлен 15 брендами, хорошо знакомым из которых является только «Красный пищевик», 11 из которых в среднем знакомы 7-8% потребителям, такие бренды как «VotЭtti:», «Zefir.by» и «Festini» являются вообще не знакомыми потребителю. Незвестность бренда «Festini» можно объяснить недавним появлением в фирменной сети магазинов. ОАО «Красный Мозырянин» представлен 7 брендами, хорошо знакомым из которых также является всего один - «Красный Мозырянин», 33% опрошенным знакома торговая марка «Щедрая коровушка», остальные брендов знакомы менее чем 1% потребителей. ОАО «Кондитерская фабрика «Слодыч» представлена 4 брендами, из которых торговая марка аналогичная названию фабрики является хорошо знакомой, торговая марка «Chitoria» знакома 12% потребителям и менее чем 1% опрошенным знакомы такие бренды предприятия как «Friday» и «BeZoom».

ОАО «Конфа» представлена 12 торговыми марками и суббрендами, однако все они являются либо незнакомыми, либо знакомыми менее чем 5% опрошенных в среднем. СП ОАО «Ивкон» представлена 10 брендами, хорошо знакомым из которых является лишь «Коровка», а более половины торговых марок вовсе не знакомы потребителю.

Основные ассоциации, возникающие у опрошенных с словами «кондитерские изделия»:

- сладости;
- удовольствие;
- наслаждение;
- вкуснятина.

Ассоциации, характеризующие точки паритета:

- вкусный;
- воздушный – зефир.

Остальные ассоциации, приведенные в таблице 1, характеризуют точки дифференциации, например:

- настоящий и столичный – марка «Коммунарка» (исходя из слогана: Остаемся настоящими! и месторасположения предприятия: г.Минск);
- сладости и радость – «Спартак» (исходя из слогана: «Спартак – Сладости для радости!»).

Остальные ассоциации в большей степени связаны с продукцией, представленной под торговой маркой. Например, «Коровка» - конфеты, «Вивайли» - трубочки, «Слодыч» - печенье (также исходя и из слогана бренда: Слодыч – страна печенья), «Идеал» - шоколад, «Витьба Fitness» - хлопья для завтрака.

Литература

1. Кондитерская отрасль [Электронный ресурс]. - ЗАО «Инвестиционная компания «ЮНИТЕР». – Минск, 2016. – Режим доступа: <http://uniter.by/upload/overviews/Кондитерская%20отрасль.pdf>. – Дата доступа: 07.09.2018