

Л и т е р а т у р а

1. Лабазова, А. В. Маркетинговое исследование спроса на спортивную одежду / А. В. Лабазова, А. Е. Булганина, О. В. Голубева // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. – 2019. – № 2 (36). – С. 283–288.
2. Исследование критериев выбора и требований к пошиву спортивной одежды молодежью / Ж. В. Смирнова, Н. Е. Житникова, А. Е. Булганина [и др.] // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. – 2021. – № 5 (55). – С. 269–275.

УДК 339.13.017

**АНАЛИЗ ТЕНДЕНЦИЙ РАЗВИТИЯ РЫНКА
КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЙ БЕЛАРУСИ**

В. А. Василевская

*Учреждение образования «Гомельский государственный технический
университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь*

Научный руководитель Л. Л. Соловьева

Описано состояние белорусской кондитерской отрасли, являющейся одной из наиболее динамично развивающихся отраслей пищевой промышленности страны. Проанализированы основные группы потребителей кондитерских изделий и подчеркнута необходимость учета их предпочтений для успешного продвижения продукции. Проведено анкетирование свыше 100 респондентов (в основном 18–21 год), позволяющее глубже изучить потребительские характеристики.

Ключевые слова: кондитерские изделия, потребительское поведение, продовольственная безопасность, потребители, рынок, анкетирование, предпочтения, ассортимент.

**ANALYSIS OF TRENDS IN THE DEVELOPMENT
OF THE CONFECTIONERY MARKET IN BELARUS**

V. A. Vasilevskaya

Sukhoi State Technical University of Gomel, Republic of Belarus

Scientific supervisor L. L. Solovyova

This text describes the state of the Belarusian confectionery industry, which is one of the most dynamically developing branches of the country's food industry. The main consumer groups of confectionery products are analyzed and the need to take into account their preferences for successful product promotion is emphasized. The survey of over 100 respondents (mostly 18–21 years old) allows for a deeper study of consumer characteristics.

Keywords: confectionery, consumer behavior, food safety, consumers, market, survey, preferences, assortment.

Кондитерская отрасль Республики Беларусь – одна из наиболее динамично развивающихся отраслей пищевой промышленности. Она является одной из важнейших отраслей экономики страны и призвана обеспечить устойчивое снабжение населения качественными продуктами питания в объемах и ассортименте, необходимых для формирования правильного рациона питания.

На современном этапе белорусская кондитерская промышленность представлена предприятиями, входящими в государственный концерн «Белгоспищепром»: СОАО «Коммунарка», СП ОАО «Спартак», ОАО «Красный пищевик», ОАО «Крас-

ный Мозырянин», ОАО «Кондитерская фабрика «Сладыч», ОАО «Конфа», ПТУП «Красный пищевик-Славгород», а также частными и иностранными собственниками. На долю предприятий концерна «Белгоспищепром» приходится около 70 % общего объема производства кондитерских изделий. Производители кондитерской отрасли концерна «Белгоспищепром» могут предложить самый широкий ассортимент шоколадных и глазированных конфет со сложной начинкой в вертикальной завертке, не уступающий импортным аналогам в разнообразии и включающий много новых комбинированных вкусов и начинок.

Устойчивое конкурентное развитие кондитерской отрасли пищевой промышленности Республики Беларусь – это одно из приоритетов обеспечения национальной продовольственной безопасности, поскольку, с одной стороны, характеризуется высоким экспортным и инновационным потенциалом, а с другой, влияет на формирование системы здорового питания населения.

У белорусских покупателей кондитерские товары пользуются стабильным спросом из-за значительного расширения ассортимента, который представляет покупателю широкий выбор вкусов.

Основными покупателями кондитерских изделий могут быть:

1) розничные сети и магазины, которые продвигают кондитерские изделия на рынке. Они могут иметь различные форматы, от крупного супермаркета до небольших лавок;

2) оптовые покупатели, которые закупают продукцию на большие суммы для дальнейшей перепродажи или использования в своих производственных целях;

3) организации и компании. Кондитерские изделия также могут быть приобретены организациями для различных мероприятий, корпоративных подарков и прочих целей;

4) кафе, рестораны и пекарни. Эти учреждения являются крупными покупателями кондитерских изделий для использования в своем бизнесе или для продажи напрямую потребителям.

Основные характеристика потребителей и покупателей кондитерских изделий могут включать такие факторы, как предпочтения, качество, цены, лояльность к бренду и другие факторы. Важно учитывать потребности и интересы каждой группы потребителей и покупателей, чтобы успешно продвигать продукцию на рынке.

Для более детального анализа характеристик конечных потребителей, их предпочтений и вкусов была разработана анкета. В опросе участвовало свыше 100 респондентов. Возраст большей части отвечающих составил от 18 до 21 года.

1. Как часто Вы покупаете кондитерские изделия?

Согласно ответам, большинство респондентов (61,4 %) покупают кондитерские изделия каждый день. Это указывает на высокую популярность и регулярное потребление этих продуктов. Остальные ответы распределились следующим образом: 18,4 % респондентов покупают кондитерские изделия раз в неделю; 12,3 % – раз в месяц; 7,9 % – раз в несколько месяцев. Таким образом, можно сделать вывод, что кондитерские изделия являются популярным продуктом, который потребляется большинством людей ежедневно.

2. Какие кондитерские изделия Вы больше всего предпочитаете?

Наиболее популярными оказались: печенье (90 голосов; 78,9 %); мармелад (53 голоса; 46,5 %); шоколад (43 голоса; 37,7 %). Менее популярными оказались: конфеты (21 голос; 18,4 %); пастила (23 голоса; 20,2 %) и другие изделия, такие как

глазированные сырки, булочки, получившие по одному голосу. Можно сделать вывод, что печенье, мармелад и шоколад являются наиболее предпочтаемыми кондитерскими изделиями среди опрошенных.

3. Расставьте по степени важности для вас следующие критерии при выборе изделий (внешний вид, цена, дизайн упаковки, состав и вкусовые предпочтения).

Наиболее важными критериями оказались вкусовые предпочтения (59 человек проголосовало за данный вариант) и дизайн упаковки (40).

4. Когда Вы чаще покупаете кондитерские изделия?

Наиболее частой причиной покупки кондитерских изделий является желание (103 ответа; 90,4 %). Менее частыми причинами являются праздники (35 ответов; 30,7 %) и подарки (31 ответ; 27,2 %).

В целом можно сделать вывод, что желание является основным мотиватором для покупки кондитерских изделий, а праздники и подарки также играют важную роль.

5. Из каких источников Вы обычно узнаете о новинках?

Наиболее популярным источником информации о новинках являются друзья и знакомые (51,8 %). Это указывает на то, что люди часто полагаются на рекомендации и советы своих близких и друзей при выборе новых продуктов. Менее популярными источниками являются социальные сети (23,7 %) и реклама (21,1 %). Это может свидетельствовать о том, что люди также обращают внимание на информацию, которую они видят в социальных сетях и рекламных материалах, но в меньшей степени, чем на рекомендации друзей. Наименее популярными источниками являются витрины/полки магазина (1,8 %). Это может указывать на то, что люди реже обращают внимание на информацию, представленную в магазинах.

Анализ результатов опроса о потребительском поведении в отношении кондитерских изделий показал следующее: опрос выявил несколько ключевых аспектов потребительского поведения, касающихся кондитерских изделий:

1. Высокая частота потребления: Подавляющее большинство респондентов (61,4 %) покупают кондитерские изделия ежедневно, что свидетельствует о высокой популярности и привычке к их употреблению. Это указывает на большой и стабильный спрос на рынке.

2. Предпочтения в ассортименте: печенье, мармелад и шоколад являются наиболее популярными видами кондитерских изделий. Производители должны учитывать эти предпочтения при разработке новых продуктов и маркетинговых стратегиях. Небольшая популярность конфет и пасты может указывать на необходимость улучшения их качества или позиционирования.

3. Факторы выбора: вкусовые качества и дизайн упаковки являются наиболее важными критериями выбора для потребителей. Цена и состав, хотя и важны, уступают по приоритету. Производителям следует уделять особое внимание разработке привлекательной упаковки и улучшению вкусовых характеристик своей продукции. Внешний вид играет менее значительную роль.

4. Мотивация покупки: основной причиной покупки является желание (90,4 %), что подчеркивает импульсивный характер приобретения кондитерских изделий. Праздники и подарки также играют роль, но в меньшей степени. Маркетинговые стратегии могут быть направлены на усиление желания купить продукт, например, за счет привлекательной рекламы или акционных предложений.

5. Источники информации о новинках: друзья и знакомые являются самым надежным источником информации о новых продуктах (51,8 %). Это подчеркивает важность «сарафанного радио» и работы с лидерами мнений. Социальные сети и реклама играют второстепенную роль, что требует переосмыслиния маркетинговой стратегии в digital-среде. Магазинные витрины практически не влияют на потребительские решения.

Рекомендации по укреплению рыночной позиции:

1. Фокус на вкусе и дизайне упаковки: разработка новых продуктов с улучшенными вкусовыми качествами и привлекательной упаковкой является приоритетной задачей.

2. Усиление «сарафанного радио»: взаимодействие с лидерами мнений, проведение дегустаций и конкурсов с целью получения положительных отзывов.

3. Улучшение digital-маркетинга: анализ эффективности текущих рекламных кампаний в социальных сетях и разработка более эффективных стратегий, которые учитывают специфику аудитории. Возможно, стоит рассмотреть работу с блогерами и инфлюенсерами.

4. Анализ низкой популярности конфет и пастилы: исследование причин низкого спроса на эти продукты и разработка стратегии для улучшения их позиционирования.

5. Изучение импульсивных покупок: разработка стратегий, которые стимулируют импульсивные покупки, например, выгодные предложения, размещение товаров в местах с высокой проходимостью.

В целом исследование показывает, что рынок кондитерских изделий характеризуется высоким спросом и зависимостью от вкусовых предпочтений и дизайна. Таким образом, успешные компании должны сосредоточиться на качественном продукте, привлекательном дизайне и эффективной коммуникации с потребителями, используя как традиционные, так и digital-каналы.

Л и т е р а т у р а

1. Анкета. – URL: <https://forms.gle/XFN5awmqtKvVKz7ZA>.
2. Социальное положение и уровень жизни населения Республики Беларусь, 2014 : стат. сб. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. – Минск, 2014. – 327 с.
3. Промышленность Республики Беларусь, 2014 : стат. сб. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. — Минск, 2014. – 273 с.

УДК 338.001.36

ВИДЕОИГРОВАЯ ИНДУСТРИЯ В КОНТЕКСТЕ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СРЕДЫ

Д. А. Гаврилова

Учреждение образования «Гомельский государственный технический университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь

Научный руководитель А. О. Шкабарина

Рассмотрена роль видеоигровой индустрии в контексте экономической среды. Проведен анализ основных тенденций глобального мирового рынка, перспектив развития белорусской индустрии видеоигр.

Ключевые слова: видеоигровая индустрия, глобальный рынок, кадровый аспект.