

АНАЛИЗ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В СЕГМЕНТЕ МУЧНЫХ КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЙ

Митькова А.А., Сорока Ю.М.

**Научный руководитель – Василевская М.Н., к.т.н., доцент
Могилевский государственный университет продовольствия
г. Могилев, Республика Беларусь**

В настоящее время кондитерские изделия являются составной частью продуктовой корзины среднестатистического белоруса. При этом стоит отметить, данная продукция не является товаром первой необходимости. Согласно опросу, каждый четвертый житель стран СНГ не готов отказаться от покупки кондитерских изделий даже несмотря на сложную финансовую ситуацию в его семье. Это объясняется тем, что в современных условиях кондитерские изделия рассматриваются не только как продукт питания, но и как действенное средство для улучшения психоэмоционального состояния человека. Согласно статистическим данным прирост продаж мучных кондитерских изделий увеличился с 117538,0 т в 2019 г до 118229,0 т в 2020 г, при этом доля продукции отечественного производства составила 67,5 %, что в натуральном выражении составляет 79784,7 т. Эти данные свидетельствуют о росте рынка Республики Беларусь в сегменте мучных кондитерских изделий. Подобная тенденция характерна и для других стран, входящих в состав СНГ, а также европейских государств. Все это указывает на дальнейшие перспективы развития этого сегмента рынка пищевой продукции.

Целевой аудиторией потребления мучных кондитерских изделий является практически все население страны: дети, подростки, студенты, работающее население, люди среднего и старшего возраста независимо от гендерных признаков и места проживания. При этом стоит отметить, что на выбор конкретного вида мучных кондитерских изделий оказывает влияние возрастной критерий, гендерный признак, направление и прочность сформированных приоритетов (экспериментаторы, консерваторы, гурманы, люди, практикующие ЗОЖ, и т.д.), платежеспособность, степень разрекламированности продукта и прочие факторы. К основным тенденциям развития рынка мучных кондитерских изделий мировые эксперты относят: производство легких и низкокалорийных изделий, копирование классики, т.е. производство традиционных изделий обладающих при этом большей технологичностью и разнообразием, производство специализированной продукции, которая способна удовлетворить спрос разнообразных целевых групп.