

## **ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЙ И ФАКТОРЫ, ИХ ОБУСЛОВЛИВАЮЩИЕ**

В условиях экономических санкций для обеспечения безопасности национальной экономики и ее субъектов необходимо сохранять те объемы производства и продажи товаров народного потребления, которые достигнуты ранее при стабильных условиях развития экономики.

В 2023 г. удалось в основном преодолеть отрицательные последствия санкционного давления недружественных стран на национальную экономику и обеспечить в целом сбалансированность основных экономических показателей ее развития. В истекшем периоде по сравнению с предыдущим объем ВВП в сопоставимых ценах увеличился на 3,9 %; промышленного производства — на 7,7 %; реальных денежных доходов населения — на 6,3 %; оптового товарооборота — на 13,3 %; розничного — на 8,5 % [2]. Наличие необходимых товарных ресурсов, рост покупательных фондов населения и снижение инфляции до 5,8 % способствовали увеличению однодневного среднедушевого товарооборота на 12,38 % (с 20,1 до 23,5 руб.). Однако не по всем группам ассортиментной структуры розничного товарооборота удалось обеспечить положительные тенденции потребления. По группе товаров — «кондитерские изделия» (объект исследования) допущено снижение продаж, притом что отечественное производство в стране развито в достаточных объемах и для внутреннего потребления, и для экспорта. По информации главы концерна «Белпищепром», наибольший пик их продаж пришелся на 2020 г., а с 2021 г. наблюдается падение. Вместе с тем в 2023 г. по сахаристым кондитерским изделиям обеспечен рост продаж на 3,8 % в текущих ценах. Белорусы ежегодно потребляют около 23,5 кг такой продукции, объем потребления в странах СНГ в отчетный период вырос на 2,3 %. Основой дальнейшего роста реализации этой продукции является диверсификация ассортимента на основе глубокого знания трендов изменения поведения потребителей.

Для изучения причин данной тенденции нами был проведен социологический опрос, выборка которого была репрезентативной. Согласно результатам, подавляющее большинство приобретает кондитерские изделия (96,4 %). 68,3 % из них предпочитают продукцию отечественных производителей, 21,2 % — европейских, 10,5 % — российских, китайских и др. 43 % опрошенных в последние 2–3 года стали потреблять меньше кондитерских изделий. Причинами этого респонденты называют: заботу о здоровье (39 %), уход с рынка некоторых производителей (13,3 %), увеличение покупательной способности (13 %), увеличение цен на кондитерские изделия (9,1 %), увеличение расходов на другие потребности (3,9 %), переключение на товары-заменители, изменился психоэмоциональ-

ный фон. Причинами повышения потребления выделяют: увеличение доходов, повышение уровня стресса, появление любимого человека (для него стал приобретать), еще больше полюбил сладкое.

В целом потребительское поведение на белорусском рынке кондитерских изделий подвержено воздействию мировых трендов: активное всестороннее продвижение здорового образа жизни; изменения в демографическом плане; желание потребителей постоянно пробовать что-то новое; развитие конкуренции с производителями товаров-заменителей.

Таким образом, для повышения потребления кондитерских изделий производителям необходимо осуществлять следующую деятельность: расширение ассортимента, снижение себестоимости продукции, проведение рекламных акций, улучшение качества продукции, продвижение бренда, регулярное получение обратной связи от потребителей.

### **Источники**

1. Официальная статистика [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. — Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/index.php>. — Дата доступа: 24.03.2024.

2. В Минэкономике прокомментировали основные показатели развития белорусской экономики в 2023 году [Электронный ресурс] // ibMedia. — Режим доступа: <https://ibmedia.by/news/v-minekonomiki-prokommentirovali-osnovnye-pokazateli-razvitiya-belorussoj-ekonomiki-v-2023-godu/>. — Дата доступа: 11.03.2024.

**Д. К. Бондаренко, А. С. Рябая**

*Научный руководитель — кандидат экономических наук Р. П. Валевиц  
БГЭУ (Минск)*

## **ИННОВАЦИИ В ТОРГОВЛЕ: РОБОТИЗАЦИЯ**

Розничная торговля как ведущий сектор национальной экономики, дальнейшее развитие которой базируется на глубоком внедрении инновационных процессов, что реализует концепцию цифровизации. Инновации в торговле — это дополнительный импульс к обеспечению удовлетворенности покупателей. Современный покупатель — цифровой, информация приходит к нему извне по различным каналам. Он ценит временной ресурс и предпочитает тратить наименьшее количество времени на приобретение желаемого товара, а торговые организации заинтересованы в привлечении клиентов путем внедрения инновационных технологий, оптимизируя при этом свои затраты, и в получении большей прибыли [1].

Процесс внедрения инноваций в розничную торговлю позволяет решить ряд проблем хозяйствующих субъектов: улучшение эффективности торговых опера-