

## **АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ И СОВРЕМЕННЫЙ АССОРТИМЕНТ ТОРТОВ**

Современный рынок тортов и пирожных характеризуется появлением продукции, которая может храниться достаточно долго. Подавляющее большинство компаний стремится к динамическому развитию, а именно к выходу на федеральный уровень. В связи с этим изготавливаются самые разнообразные пироги, коврижки и кексы, которым не страшны длительные перевозки.

Как показало исследование, наибольшее значение при выборе тортов имеет фактор свежести. Также актуальными факторами являются «легкость», низкокалорийность тортов и оригинальность, разнообразие ассортимента. При сегментации потребителей по основному мотиву выбора получается, что более чем для 45 % потребителей тортов решающим мотивом выбора является свежесть торта. Второй по численности является группа потребителей-«экспериментаторов», стремящихся к поиску оригинальных, необычных тортов с новыми добавками и оригинальными сочетаниями вкусов.

Спрос и предложение на рынке кондитерских изделий не идентичны друг другу. Потребители, в частности, хотели бы чаще покупать более натуральные торты, в то время как таких продуктов крайне мало представлено на рынке. Почти 70 % потребителей отмечают, что в розничной торговле представлено мало тортов без консервантов, красителей, из полностью натуральных ингредиентов, также значительная часть потребителей хотела бы покупать более легкие, менее жирные и менее сладкие торты.

С каждым годом ассортимент рынка расширяется, а покупатели видят разнообразные новинки от мелких региональных и крупных отечественных производителей. Все больше компаний вырабатывают собственную стратегию действий на рынке путем полного отказа от использования традиционных рецептов. Выпуск уникальной в своем роде продукции полностью оправдывает себя, поскольку все оригинальное пользуется спросом.

Классификация тортов происходит по различным критериям — способ приготовления, тип коржей, конструкция, начинка и форма. Сложность конструкции определяется одно-, двух- и трехъярусными тортами. Также распространена произвольная форма в виде мячей, сердца, машины и т.д.

Для того чтобы по-прежнему оставаться в сегменте рынка тортов, кондитерам пришлось искать замену импортным марципанам и всякого рода сахарным пастам. Появились так называемые «голые торты». Их бока остаются открытыми, и в этом есть своя прелесть — вся

красота в простоте. И потребители в полной мере оценили преимущества новинки. Заказ торта без мастики — на сегодняшний день одна из наиболее востребованных услуг. Такие изделия относят к стилю рустик и кантри-шик, они олицетворяют любовь ко всему натуральному, органическому.

Регулярно видим также широкий ассортимент сложных и простых сладостей: штрудели, чизкейки, брауни, маффины, капкейки, макаронс (воздушные пирожные — готовятся из миндальной пудры, яичных белков, молочных продуктов и различных добавок, определяющих каждый отдельный вкус).

Как видно, рынок кондитерских изделий развивается не только в направлении внедрения новых технологий и расширения ассортимента, также увеличения пекарен и кондитерских, которые производят уникальную продукцию и имеют различные форматы, к примеру, в виде кофейни с собственным кондитерским производством.

Вне всяких сомнений, торты будут иметь успех в случае выполнения ряда условий: должный уровень качества, отменные вкусовые характеристики, интересный дизайн коробки и отделки изделия, узнаваемая торговая марка, а также приемлемая цена. Такая перспективная продукция имеет все шансы стать брендовой.

**М.О. Щерба**  
БГЭУ (Минск)

*Научный руководитель — кандидат экономических наук С.О. Белова*

## **ОПТИМИЗАЦИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ ПО РАЗВИТИЮ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА**

В условиях экономической нестабильности ресторанный бизнес подвержен дополнительной степени риска. К числу факторов, влияющих на развитие ресторанного бизнеса, можно отнести высокий уровень инфляции, культурно-бытовые, социальные и прочие факторы. Однако основным следствием неблагоприятной экономической ситуации в стране, влияющим на развитие ресторанного бизнеса, является снижение реальных располагаемых денежных доходов населения. Их снижение ведет к отказу от продукции и услуг общественного питания, так как они не являются обязательными для потребителей, а соответственно сопровождаются низкой ценовой чувствительностью. В таких условиях наиболее востребованными являются объекты питания с демократичными ценами, что заставляет рестораторов оптимизировать ценовую и ассортиментную политику, менять концепцию, формат объектов питания. Так, структура сети объектов питания в Республике Беларусь отличается от структуры сети объектов в Республике