

## **СЕГМЕНТ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ ПРОДУКТОВ В СТРУКТУРЕ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО РЫНКА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

Качество и структура питания населения Республики Беларусь относятся к числу важнейших стратегических задач социально-экономического развития государства. В настоящее время для продовольственного рынка Республики Беларусь характерно формирование и стремительное развитие сегмента специализированных пищевых продуктов, что объясняется изменением образа жизни, состоянием здоровья и базовых потребностей населения страны. Базовая потребность человека в еде как источнике пищевых веществ и энергии сегодня под влиянием экологических факторов, социально-культурных тенденций развития общества трансформируется в потребность в пищевых продуктах с наличием «эффекта оздоровления». С учетом данного факта, а также направлений развития мирового рынка продовольствия сегмент специализированных продуктов питания в Республике Беларусь является одним из основных направлений конкурентоспособного развития пищевой отрасли.

Основываясь на результатах исследования специализированных продуктов питания как объекта рыночной среды следует отметить, что для данной группы характерен ряд существенных преимуществ в сравнении с традиционными продуктами питания: высокая пищевая ценность с минимальной калорийностью, выраженный физиологический эффект, высокая биологическая ценность за счет увеличения содержания нутриентов. Основным назначением специализированных пищевых продуктов является поддержание сбалансированного соотношения нутриентов в организме человека, носящих укрепляющий и тонизирующий характер. Таким образом, основу концепции специализированных продуктов составляет принцип, сочетающий традиционный подход к питанию с возможностью улучшения функционирования систем организма. В связи с этим позиционирование продуктов нового поколения возможно путем создания ассоциации в сознании потребителей: «польза для здоровья в повседневных продуктах нового поколения». При этом реклама специализированного продукта должна включать в себя как социальную, так и коммерческую информацию, преследуя две цели: дать максимум информации о пользе продукта, найти потенциального покупателя и заинтересовать его в покупке. Изучение данного вопроса, проведенные маркетинговые исследования и наблюдения позволяют охарактеризовать модель покупательского поведения и отношения белорусского потребителя к данной группе товаров. Так, процесс принятия решения о покупке специализированного продукта у белорусского потребителя в настоящее время основывается на ди-

лемме между «вкусно и полезно», следовательно, о целенаправленной покупке потребитель пока не задумывается. Процесс выбора и покупки осуществляется не столько на осознании наличия и значимости для здоровья содержащегося функционального ингредиента, а в первую очередь с учетом потребительского фактора — узнаваемость.

Сообразно с изложенным выше на продовольственном рынке Республики Беларусь можно выделить ряд причин, «препятствующих» развитию сегмента специализированных пищевых продуктов:

- отсутствие механизма регулирования направлений товарной политики в данном сегменте рынка, включающего доведение специализированного продукта до потребителя, его информативность и элементы стимулирования сбыта;
- отсутствие методологических подходов к системному мониторингу состояния спроса и потребностей населения на данные продукты;
- отсутствие методологических подходов к формированию сбалансированного предложения специализированных продуктов, что влечет за собой очевидную узость ассортимента данной группы в розничной торговой сети, недостаточная информативность населения республики о данных продуктах питания, отсутствие должной рекламы и целенаправленной политики продвижения продукта со стороны как производителя, так и торговли.

*О. Ю. Остальцева, аспирантка  
БГЭУ (Минск)*

## **РЫНОК ИННОВАЦИОННЫХ ПИЩЕВЫХ ПРОДУКТОВ: ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ**

В соответствии с современными общемировыми тенденциями формирования продовольственного рынка все большую нишу в нем занимают инновационные пищевые продукты. Данный сегмент рынка динамично развивается во многих странах, динамика развития в первую очередь связана с расширением ассортимента реализуемых инновационных пищевых продуктов, что обусловлено возрастающим спросом со стороны потребителей. В настоящее время в мире активное развитие получили четыре группы инновационных пищевых продуктов — это безалкогольные напитки, продукты на зерновой, молочной и жировой основе. В качестве подсегментов группы инновационных пищевых продуктов на европейском рынке и рынке США выделены специализированные пищевые продукты, функциональные пищевые продукты, органические пищевые продукты, экопродукты, биопродукты, категория «зеленые продукты».

Следует отметить что западная тенденция развития рынка инновационных пищевых продуктов берет свое начало с середины прошло-