



Пользователи, зарегистрировавшиеся в социальных сетях в Республике Беларусь, %

Источник: собственная разработка.

Главными инструментами в продвижении общественного питания в социальных сетях на сегодняшний день являются модели SMM и SMO.

Исходя из описанного выше, можно сделать вывод, что продвижение в социальных сетях является более эффективным, нежели традиционные методы маркетинга.

С. А. Памбук

ОНАПТ (Одесса)

Научный руководитель — М. Р. Мардар, д-р техн. наук, профессор

ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА ХЛЕБОБУЛОЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ

Аналитические компании, изучающие тенденции хлебного рынка в Украине, единогласно отмечают стабильное сокращение объема рынка. Главной причиной сокращения называют не недостаток муки или производственных мощностей, а уменьшение спроса.

Среди основных факторов уменьшения спроса на хлебобулочные изделия можно выделить следующие: снижение количества потребителей из-за длительной депопуляции Украины; рост популярности систем здорового питания, предписывающих отказ от употребления традиционных хлебобулочных изделий; рост цен на социальные сорта хлеба после отмены их государственного регулирования (с 01.07.2017 г.).

Рынок хлебобулочных изделий в Украине имеет устойчивую тенденцию к удорожанию его продукции, которое происходит из-за увеличения цен на ингредиенты: муку, масло, яйца, а также стоимости энергоносителей, горючего для транспорта, коммунальных услуг, заработной платы и других составляющих рентабельности производства хлеба [1].

Практика показывает, что собственное производство хлебобулочных изделий — очень перспективное направление в деятельности торговых сетей. Использование в торговых центрах замороженных полуфабрикатов не нуждается в дополнительных работниках по производству теста, уменьшается влияние человеческого фактора на качество конечной продукции. При использовании замороженных полуфабрикатов отсутствует нереализованная продукция, так как выпечка ее новых партий происходит по мере реализации предыдущих. При этом наличие замороженных полуфабрикатов является гарантированным запасом при непредсказуемом повышенном спросе. Также к преимуществам замороженных полуфабрикатов можно отнести возможность транспортировать на большие расстояния и хранить в замороженном виде достаточно продолжительное время. К крупнейшим отечественным операторам замороженной хлебопродукции можно отнести: ПАО «Концерн “Хлебпром”», ООО «Форнети Украина», Компания «Колос ЛТД», ООО «Украинско-немецкое промышленно-коммерческое объединение “Чудо-печь”», ООО «Мушкетер», Компания «Левада», ПАО «Геркулес» [1].

Таким образом, можно прийти к выводам, что украинский рынок замороженного хлеба только формируется, но интерес к нему подтверждает его перспективность. В Украине специалисты прогнозируют ежегодный прирост рынка замороженного хлеба вдвое. Зарубежный опыт показывает, что компании, которые смогут эффективно инвестировать в производство замороженных полуфабрикатов, получат контроль над рынком в будущем.

Источник

1. Кондіус, І. С. Тенденції розвитку хлібопекарської галузі в Україні / І. С. Кондіус // Економічний форум. — 2019. — № 2. — С. 47–56.