

Секция 3

МАРКЕТИНГ-ПУЛЬС

А. А. Акулова,
студентка II курса Института бизнеса БГУ
Научный руководитель:
кандидат экономических наук, доцент
Н. В. Черченко

МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ КОНДИТЕРСКОЙ ФАБРИКИ «СПАРТАК»

В последние годы усиливается значимость оперативной, четкой и проверенной маркетинговой информации – одной из составляющих успеха любой компании. Популярным способом сбора информации является опрос, проведенный посредством анкетирования. Анкетирование позволяет определить весь комплекс побудительных факторов, которыми руководствуются потребители при выборе товаров [1, с. 250].

Шоколад – популярное кондитерское изделие. Это не только лакомство, но и настоящее произведение искусства. Благодаря уникальным формам и вкусам он может стать прекрасным подарком и ярким дополнением к любому праздничному столу [2].

Диетологи отмечают пользу шоколада, особенно с высоким процентным содержанием какао-бобов. При рациональном употреблении продукция из какао усиливает умственную активность, тонизирует, повышает настроение, укрепляет иммунитет, нервную систему, улучшает сосуды, приводит в норму давление. Можно сказать, что шоколад – один из основных видов «полезных» сладостей. Тренд на здоровый образ жизни способствовал росту спроса на шоколад [3].

Кондитерская фабрика «Спартак» с вековой историей сегодня выпускает больше 350 видов сладостей [4]. «Спартак» занимает устойчивые позиции на рынке кондитерских изделий Республики Беларусь и пользуется успехом за рубежом [5].

Компания выпускает широкий ассортимент плиточного шоколада. Он продается в стильной упаковке, имеет натуральный состав с высоким содержанием какао. Здесь и элитный горький шоколад, и сладкий молочный с разнообразными начинками: фундуком, изюмом, вишней, черносливом, мятой, апельсином, лимоном и имбирем, малиной и другими натуральными добавками от цукатов до дробленого ореха [6].

Осваиваются инвестпроекты, в том числе по импортозамещению. Фабрика «Спартак» разрабатывает новые виды продукции. Например, в апреле 2023 г. реализовали крупный инвестиционный проект, открыв линию по производству плиточного шоколада. Реализация этого проекта позволяет выпускать изысканную продукцию – тонкий шоколад высочайшего качества. Шоколадная плитка тоньше на 5 мм, однако, объем тот же 100 г. В таком виде начинка лучше и вкус ощущается по-другому, можно почувствовать текстуру шоколада. На фабрике «Спартак» налажено производство белорусского горького шоколада с апельсиновыми цукатами, с имбирем и лимоном, с малиной и дробленым фундуком. Кроме того, компания уже выпустила импортозамещающие сладости: молочный шоколад с соленой карамелью, попкорном, взрывной микс с мармеладом, взрывной карамелью со вкусом колы.

Компания постоянно экспериментирует с формами, текстурами и вкусами плиточного шоколада, чтобы порадовать и удивить своих покупателей новыми и необычными вкусовыми сочетаниями. Так, компания создала плиточный шоколад с соленой карамелью и морской солью. Взаимодействие сладости шоколада и соленой карамели, а также кристаллов морской

соли порождает контраст, который подчеркивает и усиливает вкус каждого ингредиента. Соленая карамель и морская соль – контрастные вкусы, которые удивляют своей гармонией [2]. В планах фабрики «Спартак» предложить партнерам альтернативу швейцарскому бренду Lindt [8].

Современный приоритет маркетинговой деятельности компании – импортозамещение и наполнение внутреннего рынка высококачественными продуктами. Экспорт – один из важнейших показателей успешной работы. Темп его роста за 2022 г. составил 118 %. География поставок включает более 20 стран. Наибольший удельный вес в экспорте занимает Российская Федерация, на долю которой приходится 70 % объема экспорта. На втором месте – КНР [9]. Плиточный шоколад «Спартак» покоряет Поднебесную. Это наиболее перспективный рынок сбыта. Широко представлен шоколад также на рынках Казахстана, Узбекистана и Монголии. Компания постоянно работает над привлечением новых покупателей, таких как Египет, Алжир, Ливия. Увеличивает клиентскую базу Монголии, подписан новый контракт с Вьетнамом [10].

Если сегодня нет трюфелей французских, зато есть трюфели «Молочные» от фабрики «Спартак».

Бренд «Спартак» ориентирован практически на все категории населения Беларуси, в том числе на перспективную молодежную аудиторию: на позитивных, динамичных, молодых людей. Шоколадная продукция является общеупотребляемой. Сложно описать типичного ее потребителя: это и мужчины, и женщины, и дети. Молодые и пожилые. Люди с различными доходами. Человек, не употребляющий шоколадную продукцию, это, скорее всего, женщина, соблюдающая строгую диету и не знающая о полезных свойствах шоколада. Шоколад дарит потребителю праздник, наслаждение вкусом, положительные эмоции и приятные воспоминания.

Конкурентная среда требует от бизнеса проведения глубокого анализа протекающих на рынке процессов в целях обеспечения более эффективного использования имеющихся ресурсов, а также более полного и качественного удовлетворения потребностей населения. Для принятия наилучшего управленческого и/или маркетингового решения предприятию необходимо располагать большим объемом достоверной информации [8].

Проведенное автором маркетинговое исследование направлено на выявление потребительских предпочтений при выборе плиточного шоколада «Спартак».

Для проведения исследования была разработана анкета, включающая 22 вопроса. Опрос проводился со 2 по 4 апреля 2024 г., анкеты размещались в мессенджере. Число респондентов – 60 человек в возрасте от 16 до 65 лет. В результате была получена информация, позволившая разработать некоторые рекомендации для совершенствования маркетинговой деятельности компании «Спартак».

На основе проведенного исследования установлено следующее.

У потребителей сформировано положительное восприятие шоколадной продукции. Образ шоколадной продукции в их сознании связан с такими приятными ассоциациями как праздник, поездка в гости, приход гостей, приятные встречи, это и подарок, и угощение. Шоколад ассоциируется с отдыхом, летом, новым годом. С шоколадной продукцией также связаны воспоминания о детстве.

В настоящее время наибольший интерес для потребителей представляет шоколад с добавлением экзотических вкусовых добавок (зеленого чая, лаванды, мяты, лепестков цветков), компонентов, обладающих тонизирующим эффектом и повышающих пищевую ценность изделий.

Преобладающая часть респондентов чаще приобретает отечественный шоколад, что свидетельствует о достаточно прочных позициях белорусских кондитерских фабрик на рын-

ке. В частности, прогноз развития рынка плиточного шоколада фабрики «Спартак» является весьма благоприятным.

Первостепенными факторами, обуславливающими выбор шоколада из представленного ассортимента, являются: вкус, качество, натуральный состав, а также дизайн упаковки и погоня за новыми впечатлениями. В связи с этим, отечественным производителям, в том числе и фабрике «Спартак», целесообразно уделять больше внимания не только реальному, но и воспринимаемому качеству продукта, яркой и заметной упаковке, которая была бы ориентирована на предпочтения различных покупательских сегментов. Кроме того, представляется необходимым активизировать рекламу отечественных брендов в СМИ в цифровом формате, с элементами интерактива и геймификации, чтобы не только увеличить число точек контакта потребителей с брендом, но и вовлекать их во взаимодействие, партнерские отношения с брендом.

Отмеченные мероприятия позволят обеспечить укрепление бренда «Спартак» как на отечественном, так и на зарубежном рынках.

Список использованных источников

1. Томашевич, С. Е. Изучение потребительских предпочтений шоколада путем анкетирования резидентов Республики Беларусь. Пищевая промышленность: наука и технологии / С. Е. Томашевич, И. И. Кондратова, Н. Д. Бахар // Докл. БГЭУ. – 2016. – № 2. – С. 250–251.
2. Необычные формы и вкусы шоколада: удивительный мир сладостей [Электронный ресурс] // Chocosite.ru. – Режим доступа: <https://chocosite.ru/neobichnye-vkusy-i-formy-shokolada/>. – Дата доступа: 05.04.2024.
3. В 2020 г продажи шоколада и какао-продуктов в России снизились на 13,3 % до 0,91 млн т. [Электронный ресурс] // Маркетинговые исследования. – Режим доступа: <https://marketing.rbc.ru/articles/12536/>. – Дата доступа: 05.04.2024.
4. Белорусские сладости, ТОП-7 брендов: «Коммунарка», «Спартак» и другие [Электронный ресурс] // Trip.Advice.Ru. – Режим доступа: <https://trip-advice.ru/good-to-know/belarus-sweets.html>. – Дата доступа: 05.04.2024.5.
5. Оценка факторов маркетинговой среды и организации маркетинговой деятельности предприятия ОАО «Спартак» [Электронный ресурс] // Учебные материалы для студентов. – Режим доступа: <https://vunivere.ru/work31242>. – Дата доступа: 05.04.2024.
6. Качество, проверенное временем: описание, фото и отзывы о шоколаде белорусской кондитерской фабрики «Спартак» [Электронный ресурс] // Shokolad.Today. – Режим доступа: <https://shokolad.today/raznovidnosti/spartak>. – Дата доступа: 05.04.2024.
7. На кондитерской фабрике «Спартак» начали выпускать тонкий шоколад [Электронный ресурс] // Новости Беларуси: Комсомольская правда. – Режим доступа: <https://www.belarus.kp.ru/online/news/5339475/>. – Дата доступа: 05.04.2024.
8. Фабрика «Спартак» может предложить качественную альтернативу многим импортным лакомствам [Электронный ресурс] // Официальный сайт компании «Спартак». – Режим доступа: <https://spartak.by/news/fabrika-spartak-mozhet-predlozhit-kachestvennuyu-alternativu-mnogim-importnym-lakomstvam/>. – Дата доступа: 05.04.2024.
9. Кондитерское искусство [Электронный ресурс] // Новости Беларуси: БелТА. – Режим доступа: <https://img.belta.by/uploads/files/29.06.2023/Spartak.pdf>. – Дата доступа: 05.04.2024.
10. «Спартак» планирует расширять линейку молочного шоколада с добавками [Электронный ресурс] // Новости Беларуси: БелТА. – Режим доступа: <https://www.belta.by/society/view/spartak-planiruet-rasshirjat-linejku-molochnogo-shokolada-s-dobavkami-570652-2023/?ysclid=lv5bwhby3k698419617>. – Дата доступа: 05.04.2024.