

**<sup>1</sup>З.В. Ловкис, заслуженный деятель науки Республики Беларусь,  
член-корр. НАН Беларуси, д.т.н., профессор, генеральный директор;**

**<sup>1</sup>Е.М. Моргунова, к.т.н., доцент; <sup>2</sup>А.Н. Моргунов**

*<sup>1</sup>РУП «Научно-практический центр Национальной академии наук  
Беларуси по продовольствию», г. Минск, Республика Беларусь*

*<sup>2</sup>Учреждение образования «Могилевский государственный университет продовольствия»,  
г. Могилев, Республика Беларусь*

## **КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА И ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА ДЕТСКОГО ПИТАНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

**Аннотация.** Комплексная оценка устойчивости отечественного рынка продуктов детского питания по основным критериям, позволяет определить конкурентные преимущества и факторы дальнейшего развития рынка детского питания Республики Беларусь как субъекта ЕАЭС.

**Ключевые слова:** детское питание, ассортимент, сырьевая база, продовольственная безопасность, качество, рынок детского питания, органические детские продукты, SWOT-анализ

**<sup>1</sup>Z.V. Lovkis, Honored Science Worker of the Republic of Belarus, corresponding member of the National Academy of Science of Belarus, Doctor of Engineering sciences, Professor, General Director; <sup>1</sup>H.M. Morgunova, Candidate of Technical Sciences; <sup>2</sup>A.N. Morgunov**

*<sup>1</sup>RUE “Scientific and Practical Center for Foodstuffs of the National  
Academy of Sciences of Belarus”, Minsk, Republic of Belarus*

*<sup>2</sup>Educational institution “Mogilev state University of food”, Mogilev, Republic of Belarus*

## **COMPETITIVE ADVANTAGES AND POTENTIAL FACTORS OF CHILD FOOD MARKET DEVELOPMENT IN THE REPUBLIC OF BELARUS**

**Abstract.** A comprehensive assessment of the stability of the domestic market of baby food products according to the main criteria allows us to determine the competitive advantages and factors of further development of the baby food market of the Republic of Belarus as a member of the EAEU.

**Keywords:** baby food, assortment, raw material base, food safety, quality, baby food market, organic baby products, SWOT analysis

В Республике Беларусь проблеме эффективного производства продуктов детского питания уделяется существенное внимание со стороны государства, реализован

ряд научных и практических мероприятий в рамках Государственной программы возрождения и развития села на 2005–2010 годы, Государственной программы устойчивого развития села на 2011–2015 годы, Республиканской программы «Детское питание» и др. [1].

Среди особенностей развития рынка детского питания можно выделить неравномерность динамики различных сегментов. Весомая доля рынка принадлежит пюре (45%), сухие молочные смеси составляют 21, соки и каша – 15 и 14% соответственно [2]. Продажи печенья (3%), чая и детской воды (по 1%) растут до 35% в год (рис.1) [3].

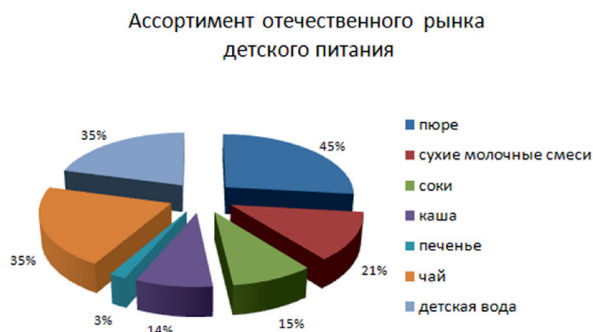


Рис. 1. Ассортимент отечественного рынка детского питания

Рынок развивается неодинаковыми темпами в столице и регионах, а также в городах и сельской местности. Причиной этому является недостаточная экономическая доступность продуктов детского питания в регионах и местности с более низким уровнем среднедушевых доходов.

Возраст потребителей, которых кормят специальным детским питанием, растет. Количество потребителей в возрасте от года до трех лет – 49%, до года – 44%. Также четко прослеживается увеличение потребности в детском питании до 6 лет – около 7% [2].

Главной причиной таких изменений является стремление родителей гарантировать качество и пользу питания на фоне ухудшающейся экологической обстановки. Вторая немаловажная причина – родители стали внимательнее относиться к вопросу сбалансированности питания и больше прислушиваться к мнениям специалистов. Любое детское питание промышленного производства, приготовленное по государственным стандартам, априори качественно и безопасно [2–8].

Отечественные производители непрерывно развивают и совершенствуют линейки продуктов, чтобы завоевать целевую аудиторию разных возрастных групп. Развивается новый сегмент продуктов для беременных и кормящих женщин. Появляется все больше узкоспециализированных продуктов, направленных на решение проблем со здоровьем и обогащенных витаминами, микроэлементами [4–8].

В ходе мониторинга рынка детского питания выявлены следующие тенденции:

1. *Отечественное производство продуктов детского питания растет под стимулирующим и координирующим воздействием государства.*

Ряд программ реализован на протяжении последних лет (подпрограмма «Детское питание» президентской программы «Дети Беларуси» на 2006–2010 годы; Республиканская программа «Детское питание» на 2011–2015 годы; отраслевая научно-техническая программа «Детское питание. Качество и безопасность» на 2016–2020 годы).

Эти программы способствовали не только созданию мощного технического потенциала производства детского питания, но и формированию специализированных зон выращивания растительного и животного сырья, отвечающего высоким критериям качества и безопасности, которые предъявляются к продуктам детского питания.

*2. Ценовой диапазон на продукты детского питания на внутреннем рынке достаточно широк и в значительной мере зависит от стоимости сырьевых ингредиентов.*

Причем импортное детское питание представляет более высокий ценовой сегмент, чем отечественное.

*3. Основные отечественные производители продуктов детского питания выпускают достаточный для потребности внутреннего рынка ассортимент товаров и представлены следующими субъектами.*

ОАО «Беллакт» (г. Волковыск) является единственным производителем сухих молочных продуктов для детского питания в Республике Беларусь и крупнейшим производителем детского питания в СНГ. Доля сухих детских смесей, изготавливаемого предприятием, на внутреннем рынке Беларуси составляет 75 %.

ОАО «Малоритский консервно-овощесушильный комбинат» вырабатывает более 85 наименований консервов для детского питания. Вместе с выпуском новых продуктов комбинат провел рестайлинг упаковки торговой марки «Топтышка», что позволило максимально насытить рынок детского плодоовощного питания продукцией отечественного производства и в полной мере удовлетворить заявки торговых организаций. Качество продукции, конкурентоспособные цены и широкий ассортимент обеспечивают предприятию выгодное соотношение цена/качество.

Одно из старейших предприятий отечественной индустрии детского питания ОАО «Гамма вкуса» (г. Клецк) имеет 45-летнюю историю производства плодоовощных детских консервов. Наиболее известны потребителям две торговые марки «Непоседа» и «Гамма». Линейка «Непоседа» включает в себя более 50 наименований пюре и нектаров. В линейку продуктов «Гамма» входят овощные и фруктовые пюре, фруктовые соки, не содержащие сахара и загустителей, произведенные из отборного сырья наивысшего качества.

ООО «Белфуд Продакшн» (пос. Новка, Витебский район) сравнительно молодое предприятие, однако освоило выпуск более 60 наименований детского питания, это соки и нектары овощные и фруктовые, пюре фруктовые, пюре овощные, растительно-мясные, растительно-рыбные мясные и рыбные консервы. За короткий срок предприятием налажен выпуск продукции как в стеклянной упаковке, так и комбинированной упаковке типа тетра-пак и пауч. Широко известны такие торговые марки предприятия, как «Маленькое счастье», «Фрути». На производственной базе предприятия размещают свои заказы многие фирмы, занимающиеся реализацией продукции для детей, это — ООО «Беллакт-Столица», ООО «Оазис Групп», ООО «ПрофитЗерноМаркет». Появившиеся сравнительно недавно, но уже хорошо себя зарекомендовавшие продукты под торговыми марками «Беллакт»,

«Vambolina», «Ложка в ладошке», изготовленные по заказу этих предприятий, значительно расширили ассортимент отечественного детского питания.

Имеет свои производственные мощности по выпуску соковой продукции СООО «Оазис групп» (г. Бобруйск). Консервы под торговыми марками «Сочный» хорошо известны как в республике, так и за ее пределами.

Торговая марка «Абибок» — существует на рынке детского питания в Республике Беларусь около 8 лет. Бренд принадлежит компании «Славфуд». Высокотехнологичное производство детского питания данной марки осуществляется в Клецке на заводе «Гамма вкуса». Ассортимент составляют такие товарные позиции: овощное пюре, фруктовое пюре, морсы, компоты, фруктовые нектары, соки.

ОАО «Оршанский мясоконсервный комбинат» имеет солидную более 30 лет историю выпуска мясных и рыбных консервов в жестяной баночке. С недавнего времени это предприятие освоило выпуск аналогичных консервов и в стеклянных баночках. Хорошо известно пюре под торговыми марками «ОМКК», детское питание «Baby hit» производства ОАО «Оршанского мясоконсервного комбината».

Набирает обороты в своем развитии и рынок молочных продуктов для детей. Продукция пользуется все большей популярностью у младшего поколения. Так как производство продуктов детского питания является ответственной задачей, то справиться с ней могут только те предприятия, которые имеют специализированные цеха.

Кроме ОАО «Рогачевский МКК», это цеха на предприятиях холдинга «Могилевская молочная компания «Бабушкина крынка», Минский молочный завод № 1, ОАО «Молочные продукты» (г. Гомель), ЧУП «Мозырские молочные продукты» и участок детского питания РУП «Институт мясо-молочной промышленности», где производится «Бифидобакт детский» (кисломолочный продукт на основе адаптированной смеси) для детей с трех недель до пяти месяцев и старше. Также «Савушкин продукт» выпустил линейку «СуперКид», в которую входит йогурт питьевой, йогурт густой, творожная паста. Производство продукции для детского питания в Могилевской области осуществляет ОАО «Бабушкина крынка» в широком ассортименте.

4. Значительной остается доля импортной пищевой продукции для малышей на белорусском рынке, которая составляет около 20 % (в 2011 г. — 50 %). Необходимо отметить, что данные таможенной статистики не позволяют отследить значительный сегмент рынка соковой продукции детского питания по причине невозможности ее выделения по отдельному коду товарной номенклатуры.

На рынке детского питания Республики Беларусь широко представлена продукция известных европейских производителей: Hipp (Венгрия), Sempreg (Швеция), Name (Чехия), Gerber (США/Польша), Heinz (США), Бабушкино лукошко (Россия), Спеленок (Россия), Фрутоняня (Россия) и др.

География импорта детского питания также претерпела некоторые изменения. Так, на первые позиции среди импортеров детского питания в республику вышла Российская Федерация, прекратились поставки продукции из Польши, Словении, Швеции, Швейцарии.

5. Растет география экспорта отечественных продуктов детского питания. Это преимущественно Российская Федерация, Украина, Грузия, Казахстан, Пакистан, Молдова, Китай.

Диагностика и анализ рынка детского питания Республики Беларусь с использованием инструментов стратегического менеджмента (SWOT-анализ) позволил

выявить конкурентные преимущества и потенциальные факторы дальнейшего развития данного сегмента (табл. 1).

**Таблица 1. Конкурентные преимущества и потенциальные факторы развития рынка детского питания в Республике Беларусь**

<b>SWOT-анализ</b>	
<b>Внутренние сильные стороны (S)</b>	<b>Внутренние слабые стороны (W)</b>
<p>1. Значимая государственная поддержка отечественного производства продуктов детского питания, ряд комплексных программ реализован с 2005 г.</p> <p>2. Развитая сырьевая база отрасли при постоянном совершенствовании качества и ассортимента продукции, функциональной линейки.</p> <p>3. Высокий технический потенциал отечественной индустрии детского питания на уровне мировых стандартов.</p> <p>4. Наличие научно-технологического и инновационного потенциала для производства всего ассортимента продуктов.</p> <p>5. Относительная доступность отечественных продуктов по цене, предоставление наименее обеспеченным категориям семей по внутренней продовольственной помощи.</p>	<p>1. Значительный уровень импорта заменителей грудного молока (90 %) обусловлен отсутствием отечественных производителей и зависимостью от импортных составляющих.</p> <p>2. Доля импортных продуктов детского питания на внутреннем рынке составляет порядка 20 %.</p> <p>3. Более высокая стоимость продуктов с маркировкой «для детского питания» по сравнению со средней ценой на продукты массового производства, в частности, при удельном весе продуктов детского питания в рационе ребенка 1–3 лет 30 %, стоимость рациона увеличивается на 60 %.</p> <p>4. Недостаточная информационная поддержка формирования высокой культуры питания в семьях с детьми и детских образовательных учреждениях.</p> <p>5. Высокая конкуренция со стороны международных корпораций в индустрии детского питания.</p>
<b>Внешние возможности (O)</b>	<b>Внешние угрозы (T)</b>
<p>1. Возможность развития новых рынков сбыта продукции детского питания.</p> <p>2. Развитие межгосударственной кооперации и интеграции индустрии детского питания в рамках ЕАЭС.</p> <p>3. Совершенствование законодательства в сфере производства детского питания.</p> <p>4. Дальнейшее развитие и модернизация предприятий детского питания.</p>	<p>1. Ежегодный прирост мирового рынка детского питания, который составляет 8,95 %, емкость к 2020 года достигнет 97,7 трлн. долл. США.</p> <p>2. Наличие четкой стратегии развития лидеров мирового экспорта и брендов (Nestle, NAN, Nestogen; Danone, Nutricia — Nutrilon и др.).</p> <p>3. Развитие сегмента органических детских продуктов питания (Earth's Best Organic, Plum Organics и др). Увеличение удельного веса органического детского питания в общем объеме его производства составляет 15 %.</p> <p>4. Усиление конкуренции в индустрии детского питания со стороны ведущих мировых корпораций</p>

Примечание\*. SWOT-анализ составлен на основании собственных исследований авторов.

Таким образом, выполненная комплексная оценка устойчивости отечественного рынка продуктов детского питания по основным критериям позволяет выделить основные направления дальнейшего его развития в Республике Беларусь как субъекта Евразийского экономического союза и потенциального участника ВТО.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Программа «Дети Беларуси» на 2006–2010 годы // Национальный правовой Интернет-портал Респ. Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [http://www.pravo.by/pdf/2006-86/2006-86\(008-051\).pdf](http://www.pravo.by/pdf/2006-86/2006-86(008-051).pdf). — Дата доступа: 15.01.2019.
2. О некоторых особенностях развития рынка детского питания / З.В. Ловкис [и др.] // Пищевая промышленность: наука и технологии. — 2011. — № 3. — С. 3–9.
3. Продовольственная безопасность Республики Беларусь в условиях функционирования Евразийского экономического союза. Мониторинг-2015. В 2 ч. Ч.1-2 / В. Г. Гусаков [и др.]. — Минск : Ин-т систем. исслед. в АПК НАН Беларуси, 2016. — 141 с.
4. Тенденции обеспеченности продуктами детского питания в Республике Беларусь / А.П. Шпак [и др.] // Белорусский экономический журнал. — 2018. — № 2. — С. 66–81.
5. Концепция государственной политики в области здорового питания населения Республики Беларусь на период до 2020 года [Электронный ресурс] / РУП «Научно-практический центр Национальной академии наук Беларуси по продовольствию». — Минск, 2015. — Режим доступа: <http://www.new.belproduct.com/assets/files/conception.pdf>. — Дата доступа: 05.04.2019.
6. О безопасности пищевой продукции: Технический Регламент Таможенного Союза ТР ТС 021/2011. — Введ. 01.07.2013. — Минск : БелГИСС, 2012. — 196 с.
7. Требования для организаций, осуществляющих производство пищевой продукции для детского питания: санитарные нормы и правила / утв. Постановлением Министерства здравоохранения Республики Беларусь от 03.06.2013 г. № 42 (с изменениями и дополнениями от 07.09.2015 г. № 96). — 40 с.
8. Показатели безопасности и безвредности для человека продовольственного сырья и пищевых продуктов: Гигиенический норматив, утв. постановлением Министерства здравоохранения Республики Беларусь от 21.06.2013 г. № 52. — 371 с.