

А. С. Макоед

Научный руководитель

Е. В. Рощина

*Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь*

ИННОВАЦИОННЫЙ АССОРТИМЕНТ КОНДИТЕРСКОЙ ПРОДУКЦИИ: ТЕНДЕНЦИИ, НОВЫЕ РАЗРАБОТКИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Кондитерская отрасль Беларуси в последние годы активно обновляет ассортимент. Ключевыми факторами этого процесса являются глобальный тренд на здоровое питание и смена стратегической задачи: от политики импортозамещения отрасль переходит к политике импорт-опережения [1]. Это означает отказ от простого копирования зарубежных образцов в пользу создания уникальных отечественных продуктов, способных успешно конкурировать на внешних рынках. Производители стремятся предлагать потребителю не просто сладости, а полезные и функциональные продукты, следуя мировым тенденциям в области нутрициологии и качества питания [2].

Формирование комплексного представления об инновационном потенциале кондитерской отрасли является актуальным направлением исследований и представляет интерес для потребителей и специалистов торговли.

Цель исследований: систематизировать ключевые направления новых разработок и провести анализ современных тенденций формирования инновационного ассортимента кондитерской продукции.

Белорусские кондитерские фабрики демонстрируют высокую инновационную активность, осваивая новые технологии и нестандартные вкусы:

– СОАО «Коммунарка» (Минск) реализовала проект, открыв новое производство «Коммунарка-Лиозно». Главная инновация – технология производства прессованных конфет на основе сухого молока (около 40% состава) без использования традиционных кондитерских жиров. Уникальность продукта в его двойном назначении: его можно есть как снэк или растворять в горячей воде, получая напиток со вкусом молока. Еще одна значимая разработка – молочный шоколад «Любимая Аленка Baby». Вместо копирования импортного аналога, технологи организации добавили в начинку сливки, что обеспечило продукту более мягкую текстуру и яркий молочный вкус.

– ОАО «Спартак» (Гомель) делает ставку на функциональные продукты. Совместно с учеными Национальной академии наук Беларуси создано витаминизированное печенье для детей «Печеняшки». Для взрослых выпущено печенье без сахара с семенами льна и подсолнечника. «Спартак» также представил уникальную для белорусского рынка новинку – шоколад с коллагеном. Продукт позиционируется как функциональный, сочетающий пользу для суставов и кожи с привычным десертом.

– ОАО «Слодыч» модернизирует производство, делая упор на импортозамещение. В Ивентце запущена линия по производству мягкой карамели – аналога популярных жевательных конфет с разнообразными вкусами и формами (батончики, пластинки с двойными вкусами). Молодечненский филиал освоил выпуск вафельных трубочек, а в Минске разработано печенье с добавлением сыра моцарелла.

– ОАО «Красный пищевик» (Бобруйск) расширяет линейку классических продуктов за счет эксклюзивных вкусов. В ассортименте появились зефир со вкусом «клубника с шампанским» и «латте-карамель», жевательный мармелад с лимонадными вкусами, а также халва с мятой, карамелью и даже перцем. В 2025 г. здесь готовятся к запуску новой автоматизированной линии по производству драже.

– В ОАО «Красный Мозырянин» благодаря инвестпроекту была запущена новая линия, увеличившая производительность ириса более чем вдвое. Ассортимент пополнился ирисом с морской солью и какао, а также мармеладом с нестандартными сочетаниями (черника и творожный крем, манго и кокос).

– Завод по переработке сушеных фруктов и овощей (Витебская обл.) разработал линейку белковых батончиков на основе исключительно местного сырья: орехов, семян, зерновых и сушеных яблок. Из 70 разработанных рецептов для производства отобраны 10 наиболее перспективных вариантов без сахара, с использованием сахарозаменителей и сухофруктов.

Дальнейшее развитие отрасли будет осуществляться по нескольким направлениям [2]:

– Функциональные продукты. В обычные продукты начнут массово добавлять полезные ингредиенты, например йогурт с пробиотиками для кишечника, сок с витаминами, конфеты с коллагеном для улучшения кожи. Производители хотят, чтобы потребители получали пользу от их продуктов.

– Персонализация. Появятся четкие линейки под конкретные запросы. Например, специальное питание для спортсменов, безопасные сладости для людей с диабетом, полезные перекусы для детей или йогурты для пожилых людей.

– Региональная идентичность. Вместо того чтобы везти заморские ягоды и добавки, заводы будут делать ставку на сырье из своего региона. Снеки из местных яблок, пастила из русских ягод, каши с семенами льна – это не только вкусно, но и поддерживает местных фермеров.

Таким образом, кондитерская отрасль Беларуси активно развивается, переходя от обновления ассортимента к разработке новых продуктовых направлений. Успех стратегии импортоперемещения, подтвержденный такими новинками, как шоколад с коллагеном от «Спартак» и растворимые прессованные конфеты от «Коммунарки», демонстрирует ее эффективность. Инвестиции в эксклюзивные производственные решения позволяют белорусским кондитерам не только обеспечивать потребности внутреннего рынка, но и укреплять репутацию страны как экспортера качественной и инновационной продукции.

Список использованной литературы

1. Шедко, Т. Инновации в кондитерской отрасли: тренды и перспективы / Т. Шедко // Пищевая промышленность: наука и технологии. – 2024. – № 3. – С. 12–16.

2. Жидков, О. Новые горизонты кондитерской отрасли / О. Жидков // Экономика Беларуси. – 2025. – № 2. – С. 34–39.