

# Особенности поведения молодежи на рынке кондитерских изделий в Республике Беларусь



# ПОЛНЫЙ ОТЧЕТ

## Показатели:

- Пирамиды здоровья брендов
- Поведение покупателей
- Частота покупки
- Объемы покупки
- Индекс лояльности
- Место покупки
- Ситуация покупки
- Портреты покупателей

## Категории:

- Шоколад
- Конфеты (карамель, леденцы)
- Шоколадные конфеты
- Печенье
- Вафли
- Зефир
- Мармелад



# Методология

## Метод

CAWI (онлайн-интервью) по потребительской панели

Длительность интервью – около 15 минут.

Скрининг (условия отбора респондентов) – регулярное потребление кондитерских изделий, не реже 1 раза в 3 недели.

## Выборка

Мужчины и женщины в возрасте 10-40 лет.(представители поколений альфа, зумеров и миллениалов)

Выборка репрезентативна городскому населению Республики Беларусь по полу, возрасту и городу проживания.

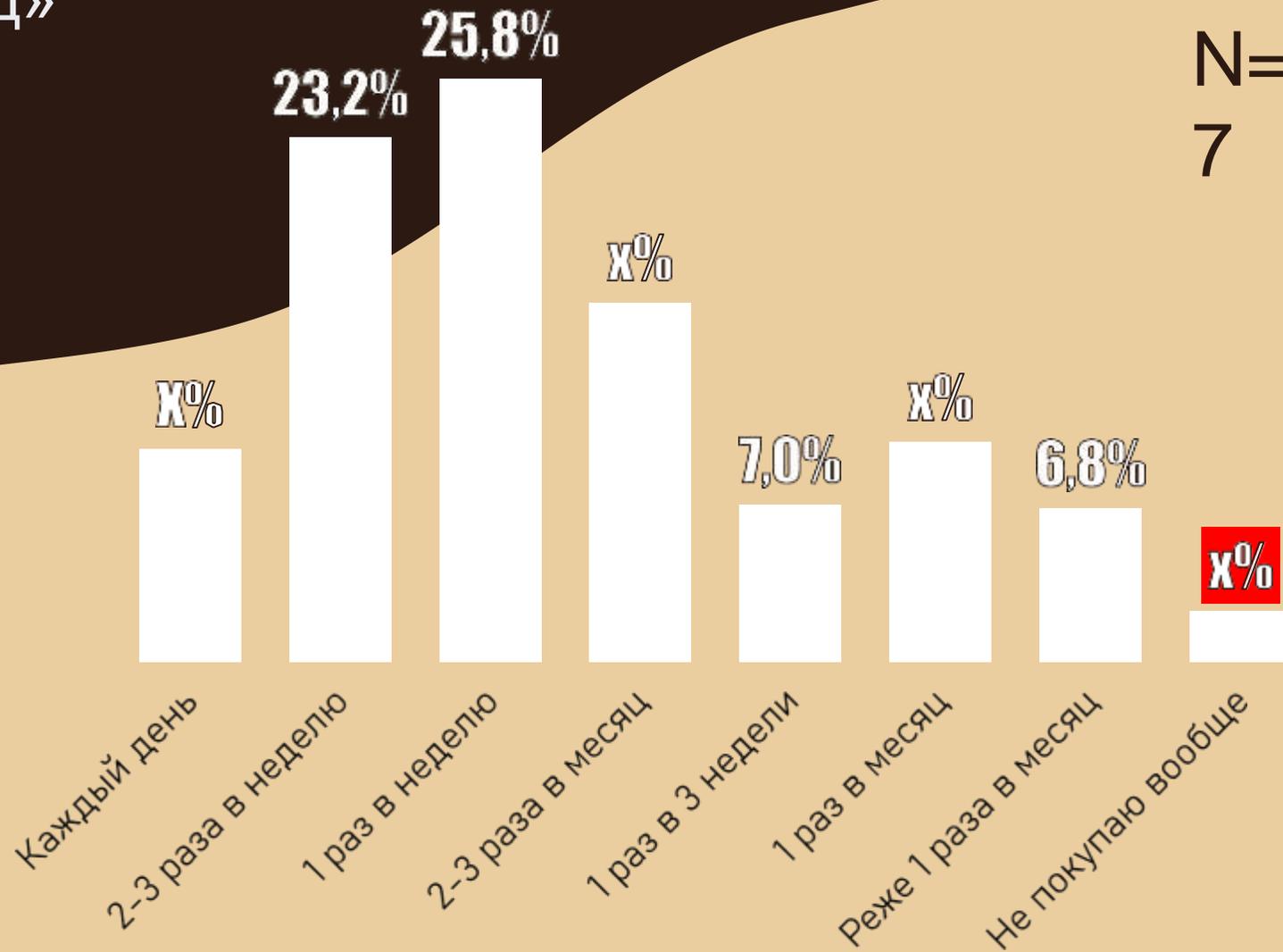
Количество респондентов – 500 человек.

## География

Минск, Гомель, Могилев, Витебск, Брест, Гродно, Барановичи, Бобруйск, Борисов, Пинск, Орша, Мозырь, Новополоцк, Солигорск, Лида.

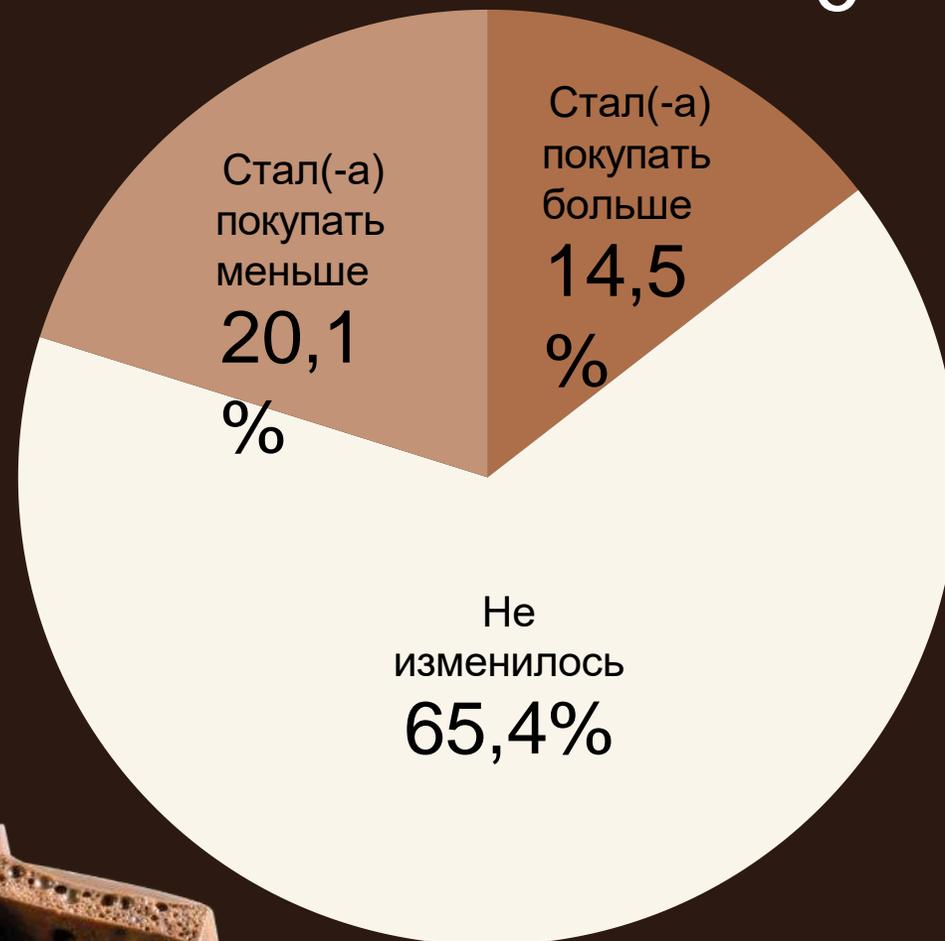
# Частота покупки

категория «Шоколад»



N=61  
7

# Как изменилось поведение покупателей шоколада за год?



# Профиль типичного покупателя шоколада:

## Демографический профиль



Пол: xxx

Возраст:

xxx

Семейное положение:

xxx Дети: 1 ребенок до

16 лет Образование: xxx

Профессия: xxx

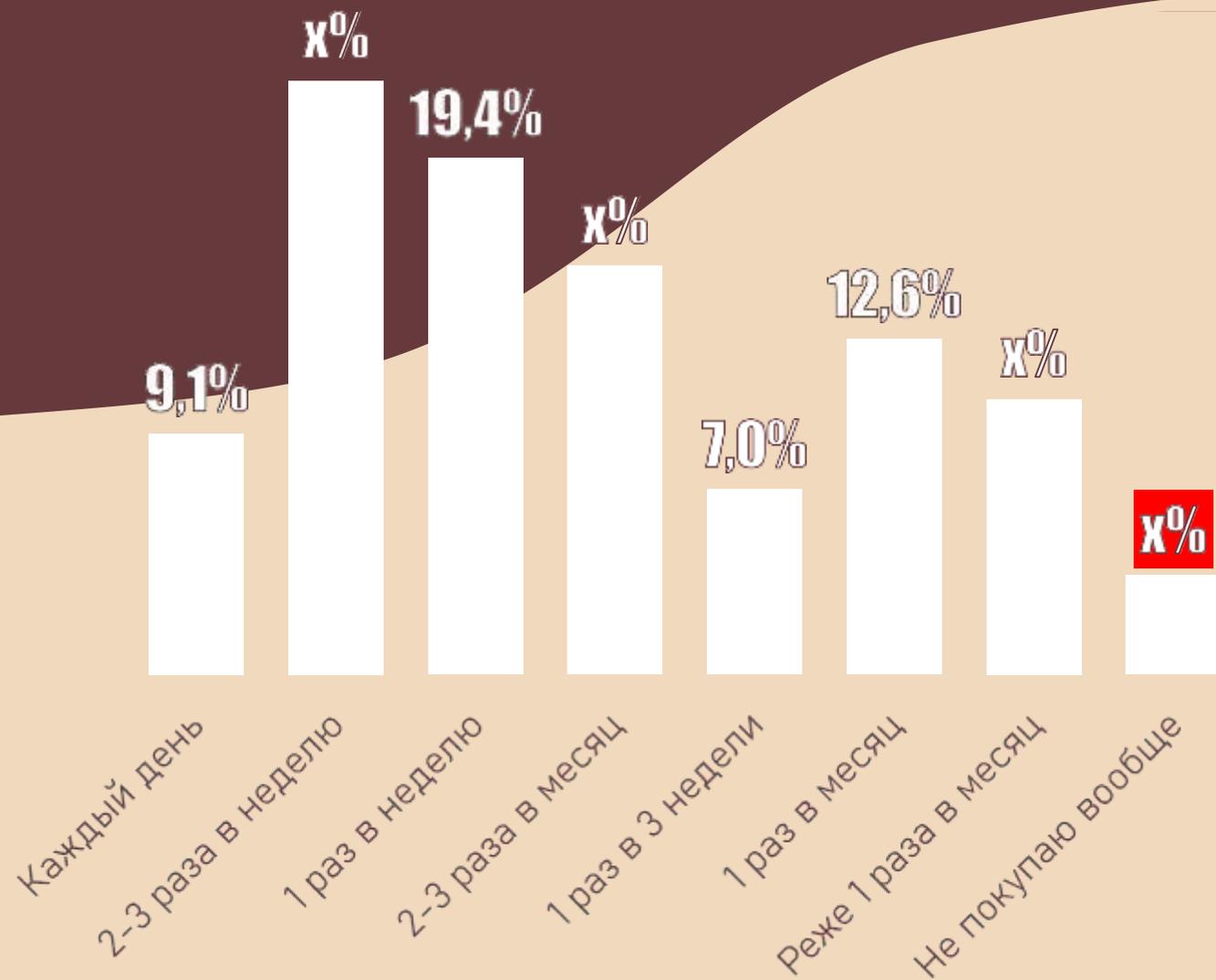
## Психографический профиль

- Любит смотреть сериалы и проводить время в интернете
- Любимая соц.сеть – xxx
- Самостоятельно находит новинки на полках или благодаря акциям в торговых сетях
- С наибольшей вероятностью купить шоколад, когда ей просто хочется сладкого или нужно что-то к чаю

# Частота покупки

категория «Шоколадные конфеты»

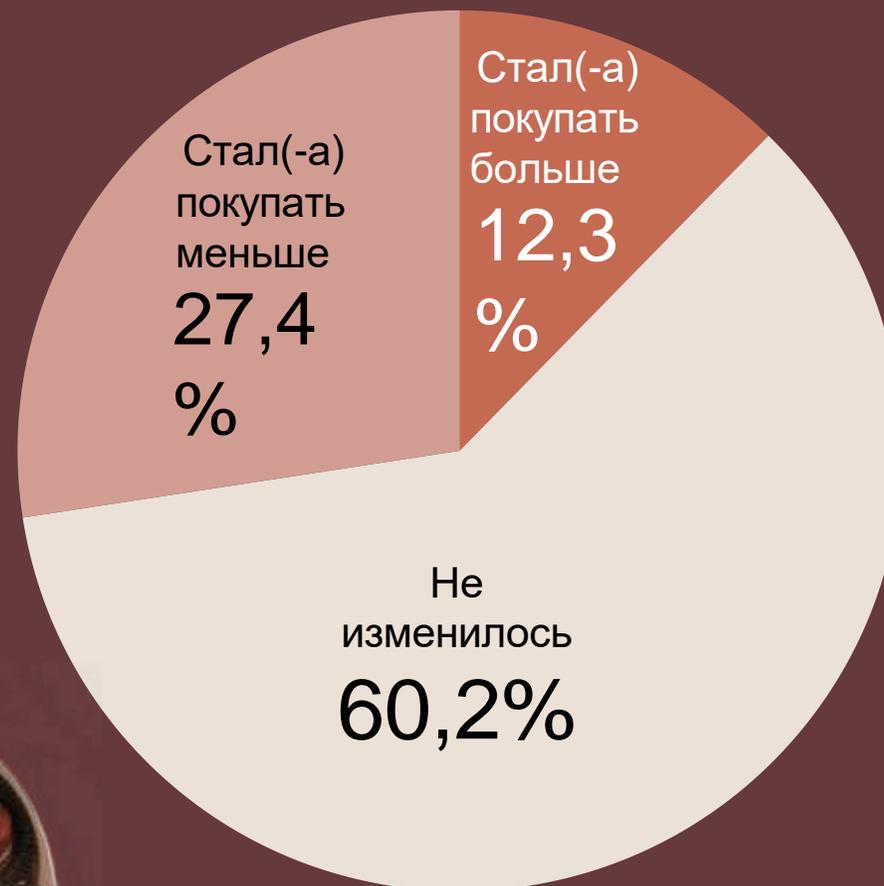
N=61  
7



N=54

3

# Как изменилось поведение покупателей шоколадных конфет за год?



# Профиль типичного покупателя шоколадных конфет:

## Демографический профиль



Пол: xxx

Возраст: xxx

Семейное положение: xxx

Дети: 1-2 ребенка до 16

лет Образование: высшее

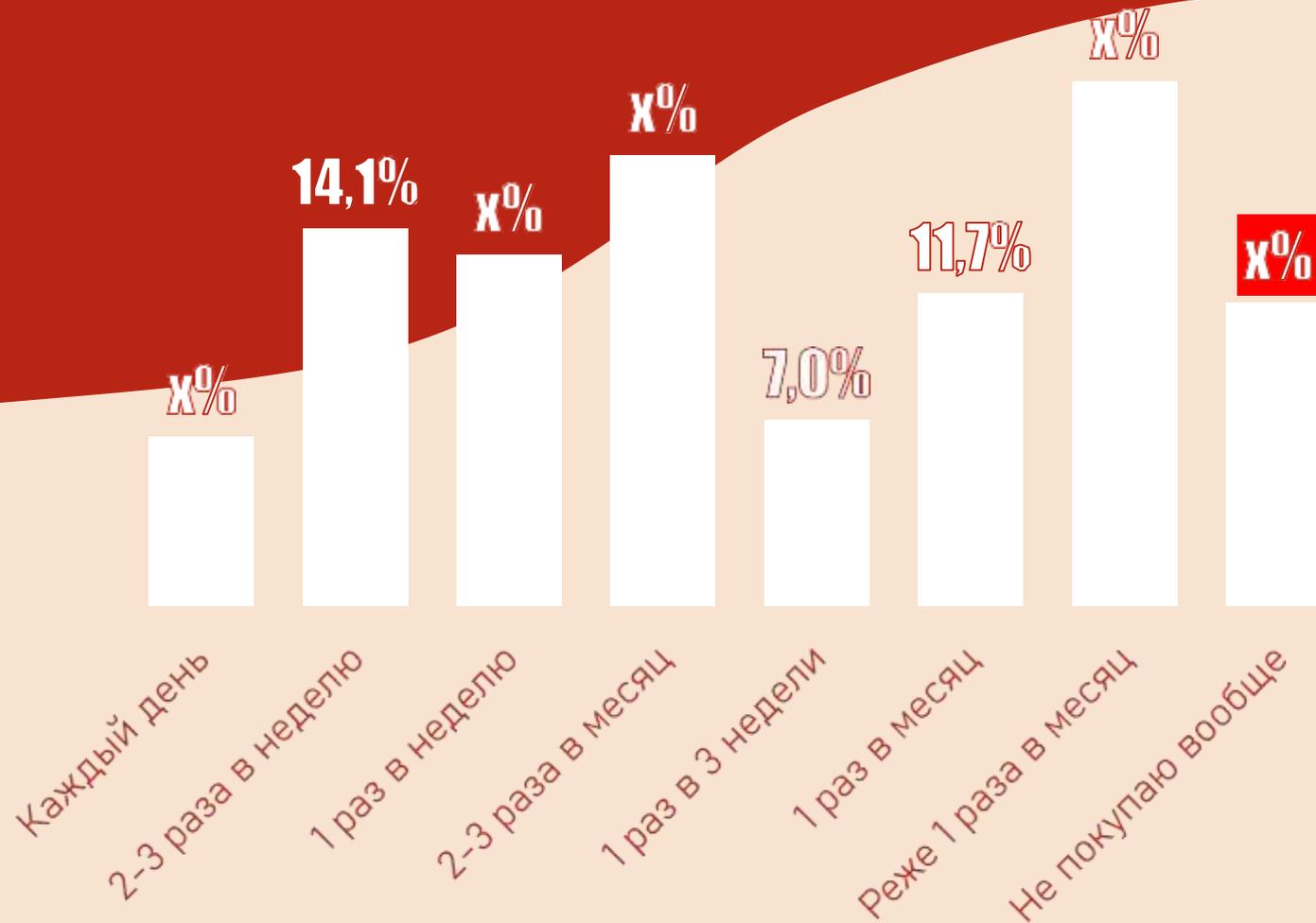
Профессия: xxx

## Психографический профиль

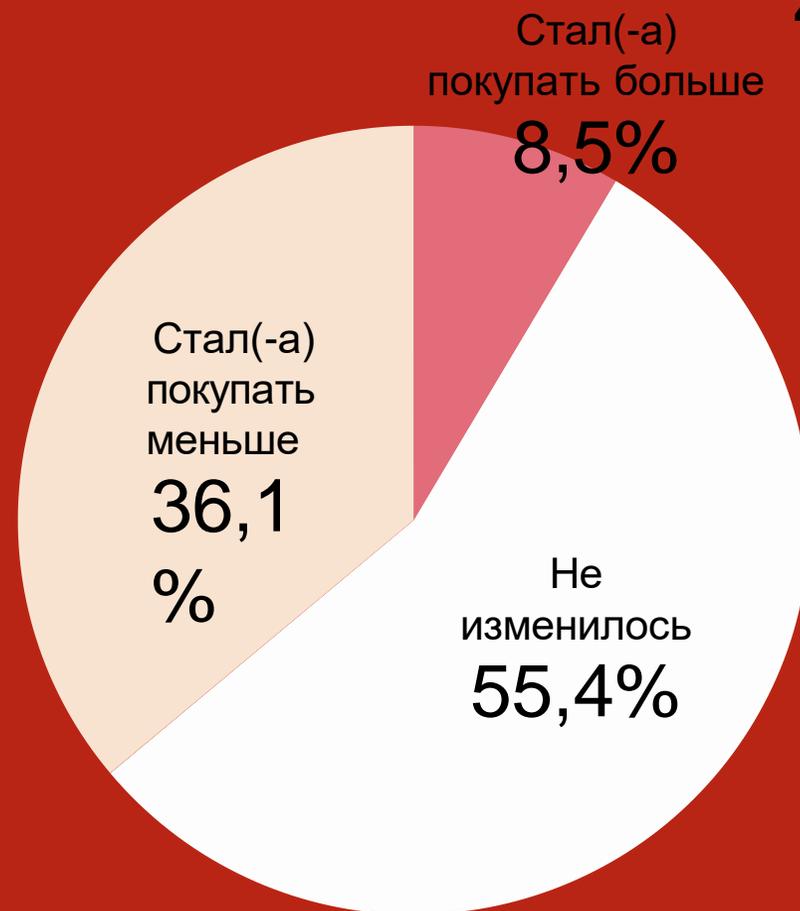
- Любит смотреть сериалы, проводить время в интернете и читать книги
- Любимая соц.сеть – xxx
- Самостоятельно находит новинки на полках, немного реже прислушивается к рекомендациям друзей и родственников
- С наибольшей вероятностью купить шоколадные конфеты, когда ей просто хочется сладкого или нужно

# Частота покупки

категория «Конфеты (кроме шоколадных), карамель, леденцы»



# Как изменилось поведение покупателей карамели и леденцов за год?



# Профиль типичного покупателя леденцов и карамелек:

## Демографический профиль



Пол: xxx

Возраст: xxx

Семейное положение: xxx

Дети: нет детей или 1  
ребенок младше 16 лет

Образование: высшее

Профессия: xxx

## Психографический профиль

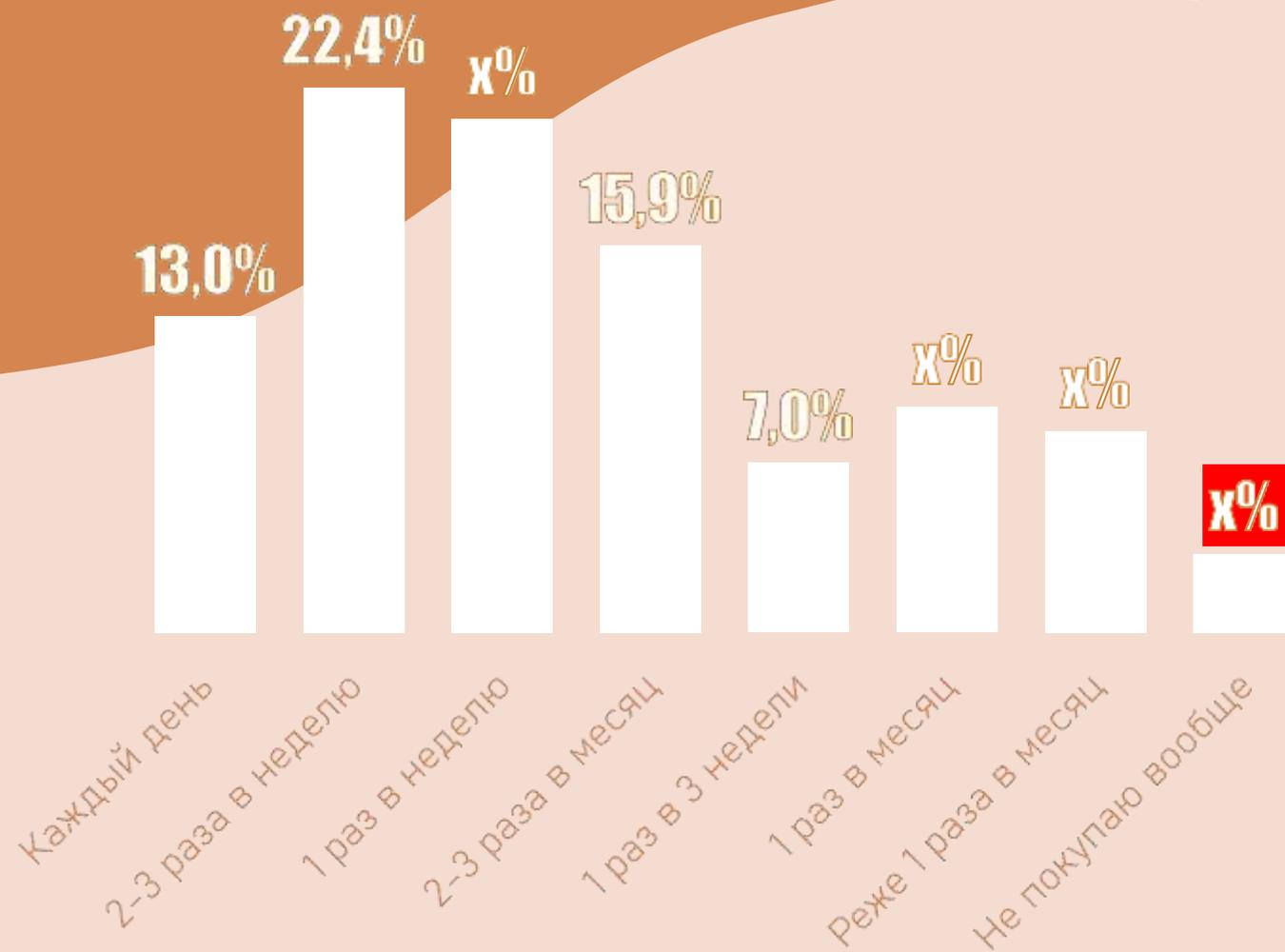
- Любит смотреть сериалы, проводить время в интернете
- Любимая соц.сеть – xxx
- Самостоятельно находит новинки на полках, а также иногда узнает о них благодаря акциям в торговых сетях или попробовав в гостях

# Частота покупки

категория «Печенье»

N=61

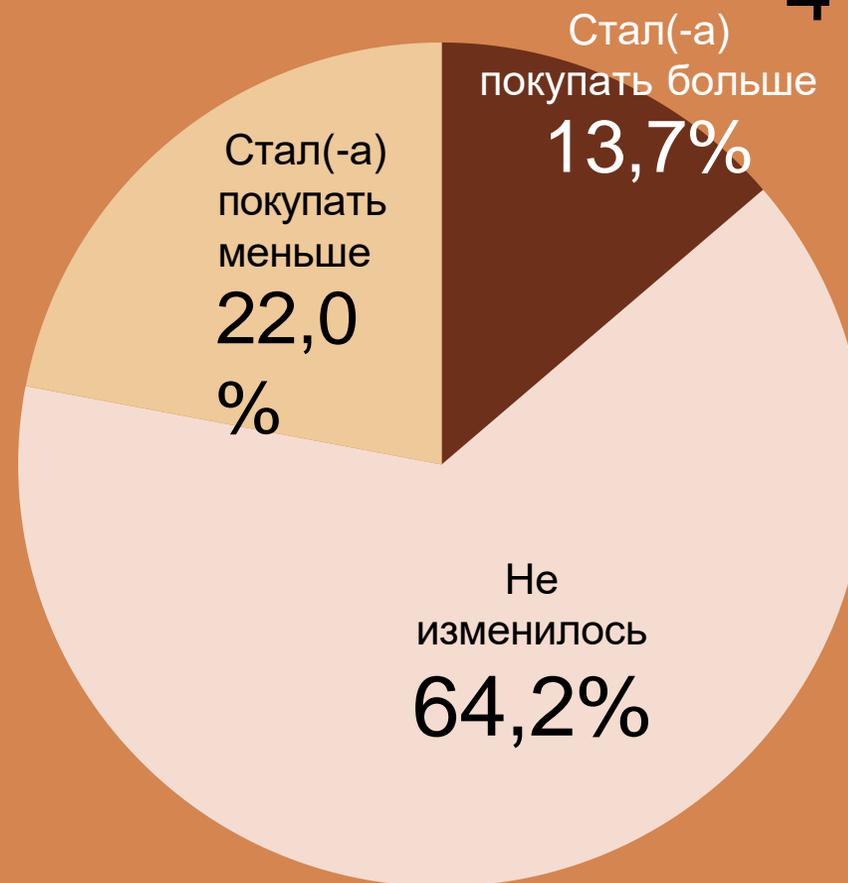
7



N=50

4

# Как изменилось поведение покупателей печенья за год?



## Профиль типичного покупателя печенья:

### Демографический профиль



Пол: xxx

Возраст: xxx

Семейное положение:

Дети: 1-2 ребенка младше 16

лет Образование: среднее  
специальное

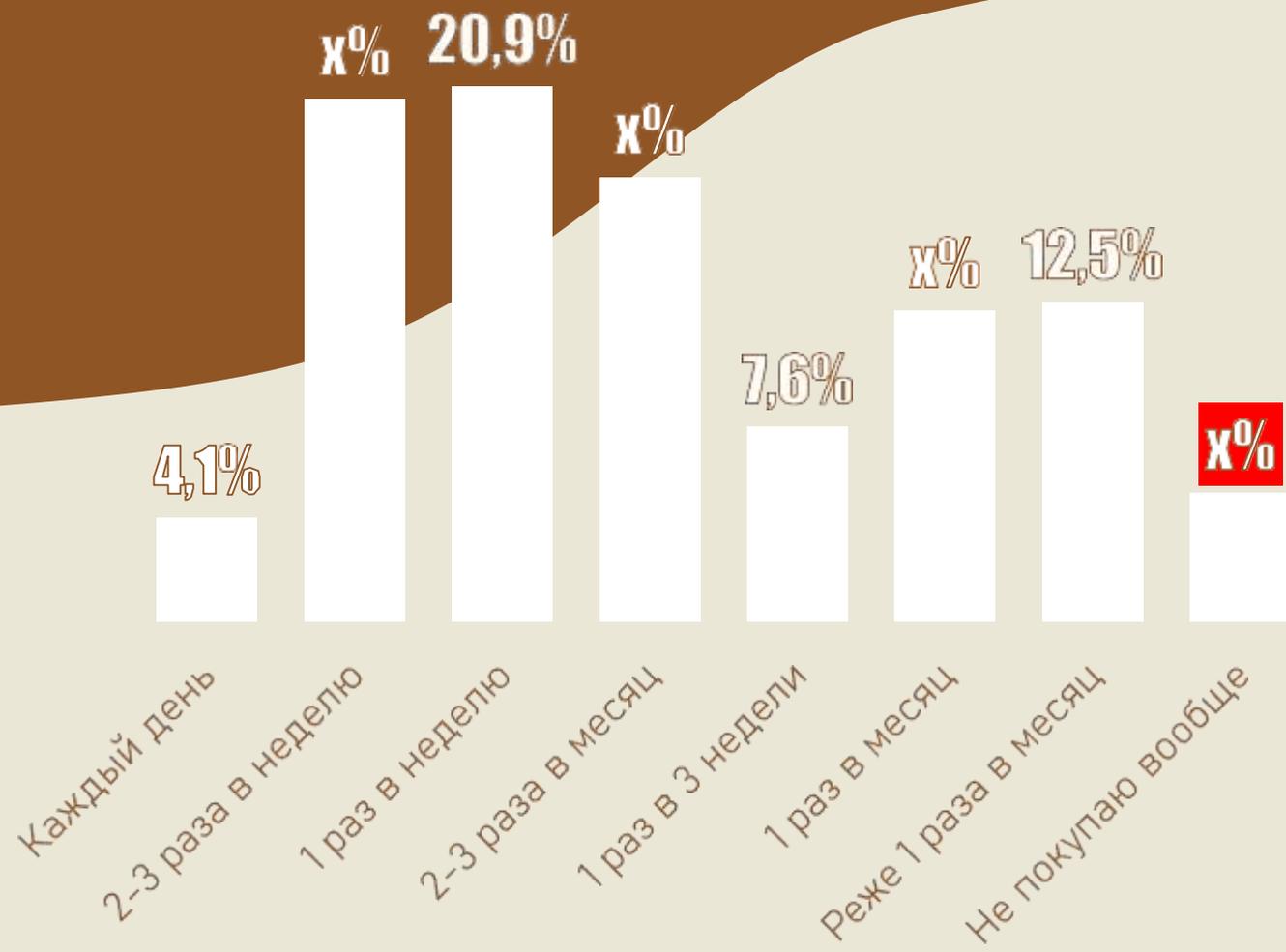
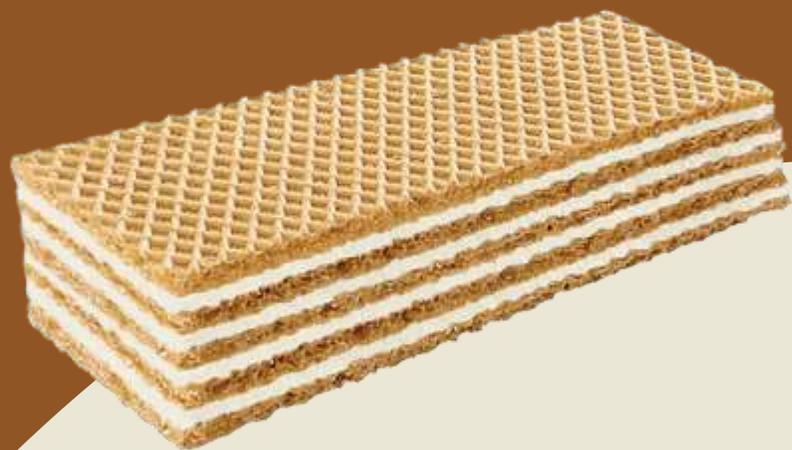
Профессия: xxx

### Психографический профиль

- Любит смотреть сериалы
- Любимая соц.сеть – xxx
- Чаще всего самостоятельно находит новинки на полках

# Частота покупки

категория «Вафли, вафельные батончики»



N=53

2

# Как изменилось поведение покупателей вафель за год?



# Профиль типичного покупателя вафель:

## Демографический профиль



Пол: xxx

Возраст: xxx

Семейное положение: xxx

Дети: нет детей или 1  
ребенок младше 16 лет

Образование: высшее

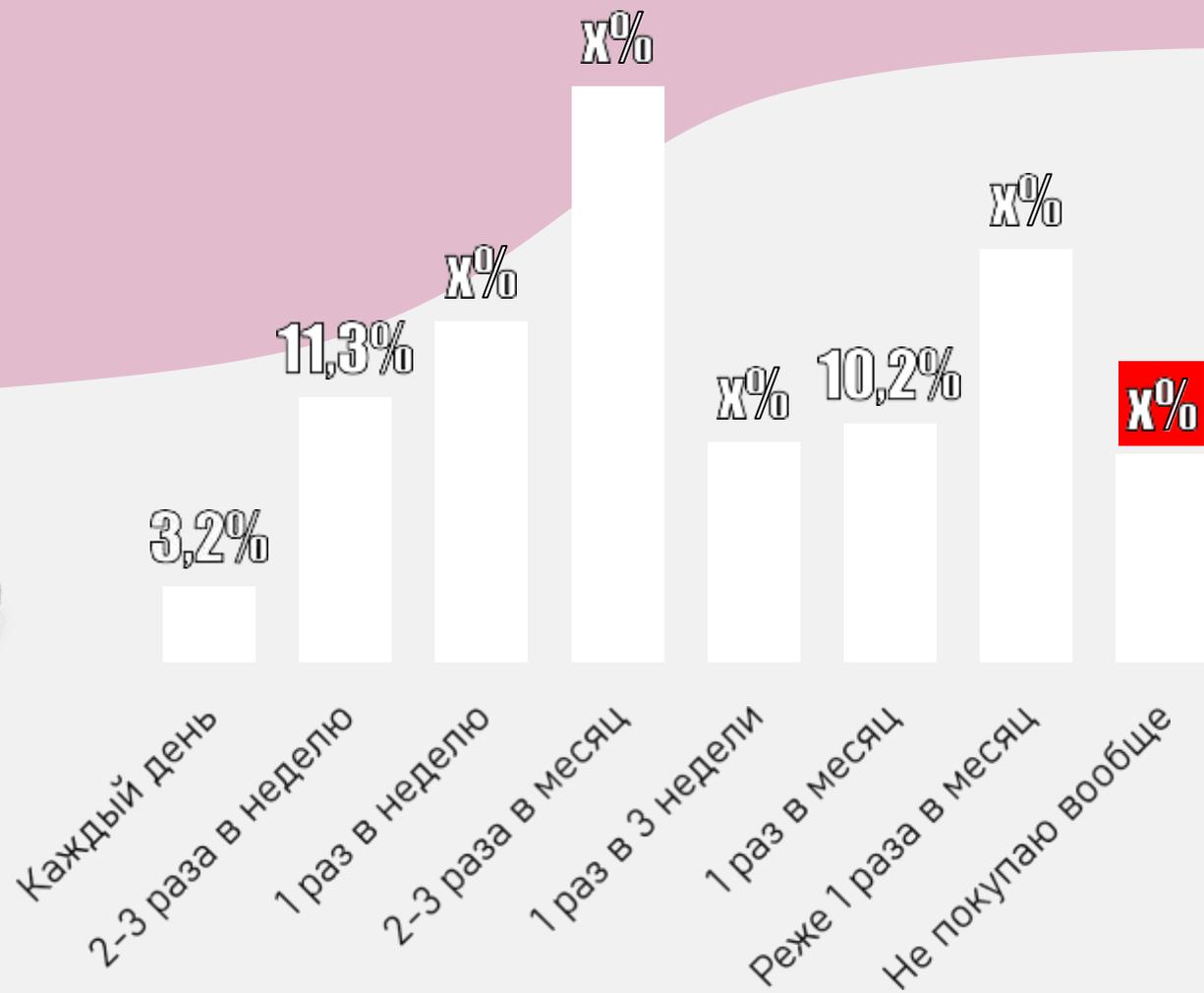
Профессия: xxx

## Психографический профиль

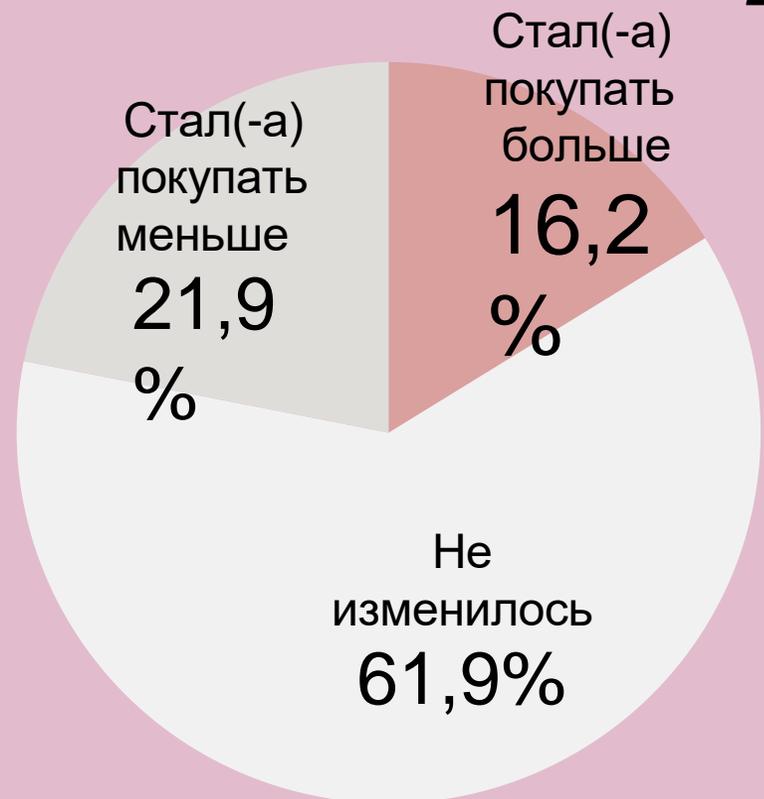
- Любит смотреть сериалы
- Любимая соц.сеть – xxx
- Чаще всего самостоятельно находит новинки на полках

# Частота покупки

категория «Зефир»



# Как изменилось поведение покупателей зефира за год?



## Профиль типичного покупателя вафель:

### Демографический профиль



Пол: xxx

Возраст:

xxx

Семейное положение: xxx

Дети: 1 ребенок младше 16

лет Образование: xxx

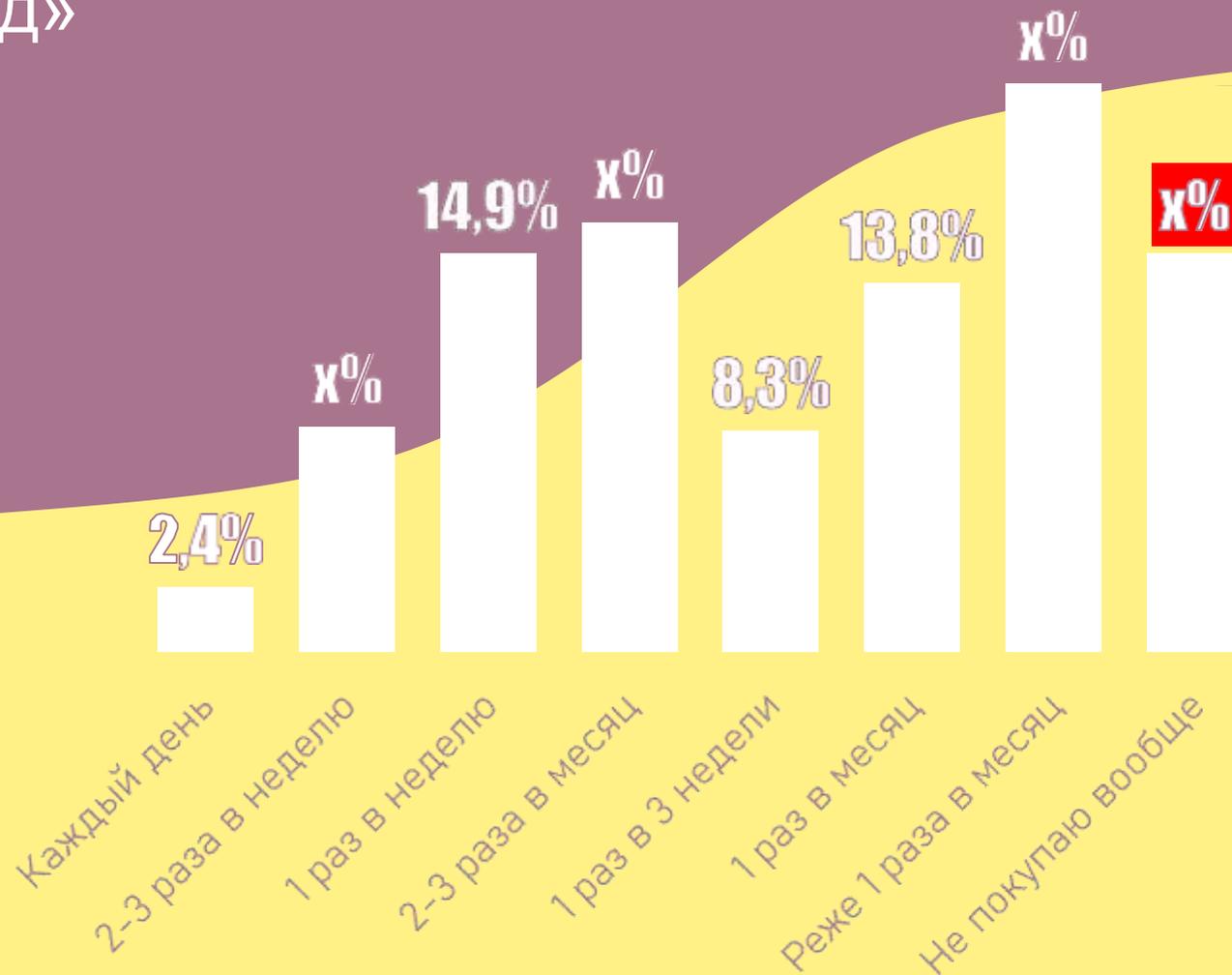
Профессия: специалист

### Психографический профиль

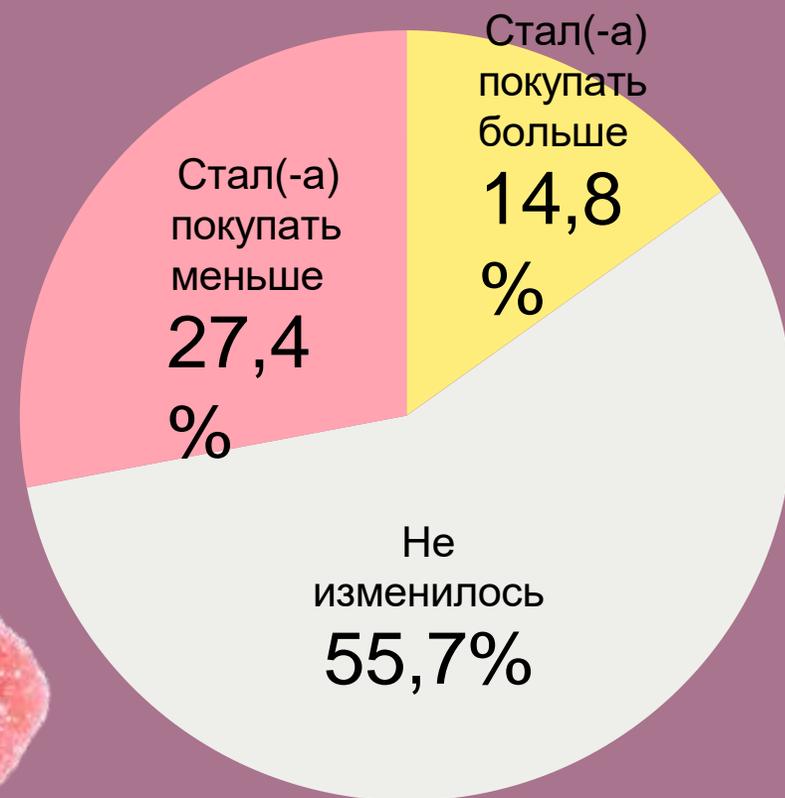
- Любит читать книги и смотреть сериалы
- Любимая соц.сеть – xxx
- Узнает о новинках благодаря акциям в торговых сетях

# Частота покупки

категория «Мармелад»



# Как изменилось поведение покупателей мармелада за год?



## Профиль типичного покупателя вафель:

### Демографический профиль



Пол: xxx

Возраст: xxx

Семейное положение:

Дети: нет детей или 1  
ребенок младше 16 лет

Образование: xxx

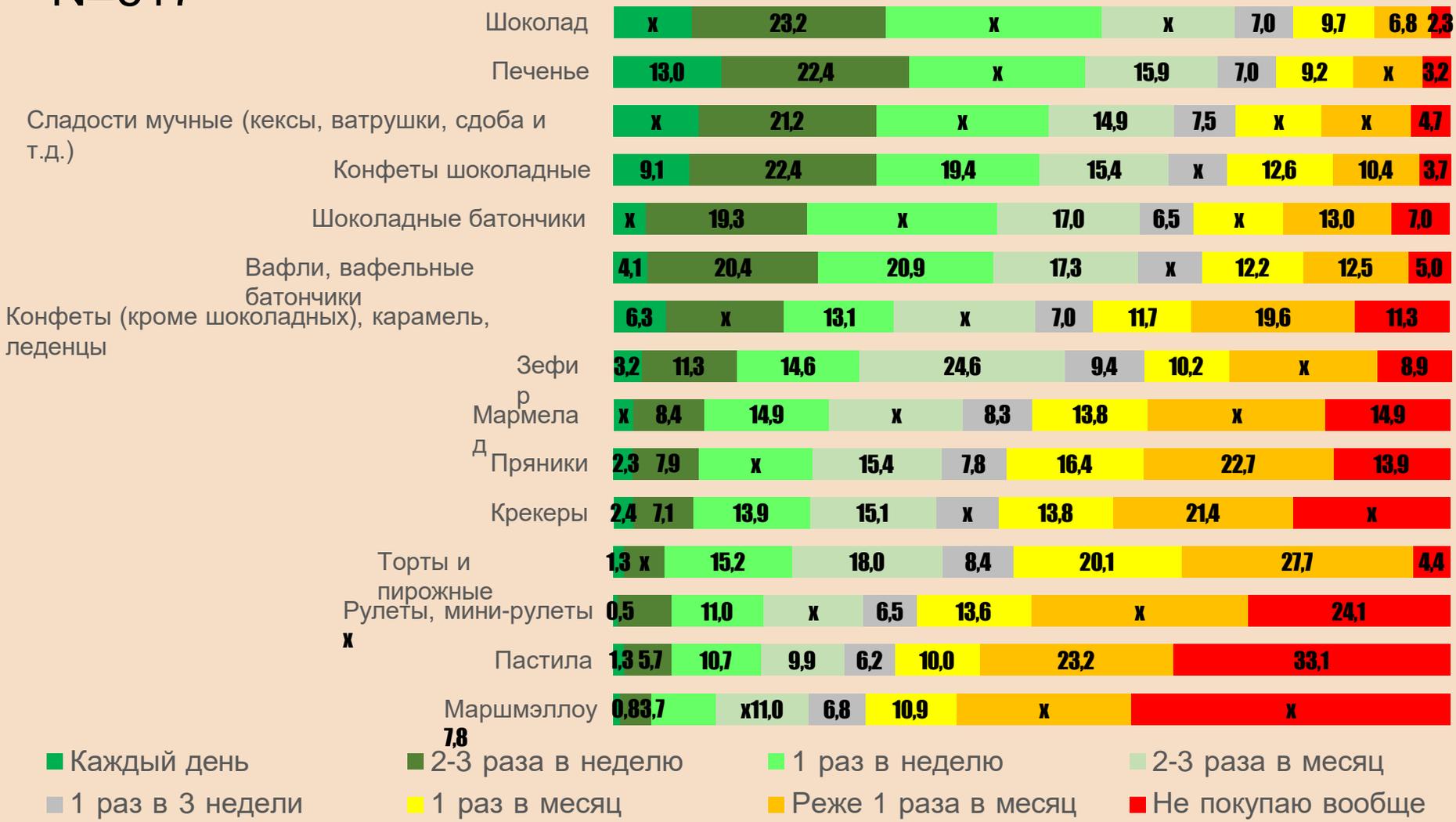
Профессия: xxx

### Психографический профиль

- Любит смотреть сериалы
- Любимая соц.сеть – xxx
- Чаще всего самостоятельно находит новинки на полках

# Частота покупки, %

обобщенные данные по всем категориям,  
N=617



Самые популярные продукты среди потребителей



Шоколад



Печенье



Сладости мучные



Самые непопулярные продукты среди потребителей



Маршмэллоу



Пастила



Рулеты, мини-рулеты

# ПОЛНЫЙ ОТЧЕТ

## Описание проекта:

Раскрываем ключевые тенденции и предпочтения белорусской молодежи в возрасте от 10 до 40 лет на рынке кондитерских изделий: кто они – потребители кондитерских изделий, каковы их покупательские привычки, какие бренды завоевали доверие этой аудитории

**Страниц:** 100

**Дата выпуска:** апрель 2025 г.

**Язык:** русский

**Формат:** pdf

## Показатели:

- Пирамиды здоровья брендов
- Поведение покупателей
- Частота покупки
- Объемы покупки
- Индекс лояльности
- Место покупки
- Ситуация покупки
- Портреты покупателей

## Категории:

- Шоколад
- Конфеты (карамель, леденцы)
- Шоколадные конфеты
- Печенье
- Вафли
- Зефир
- Мармелад

**4.990 BYN**



# Наша компания

ООО «Бизнес проектирование» уже 15 лет помогает компаниям, бизнесменам и инвесторам рационально строить и развивать бизнес, разумно инвестировать, используя ассортимент маркетинговых, финансовых и технологических инструментов.



 **БИЗНЕС**  
ПРОЕКТИРОВАНИЕ

## Основные направления деятельности



МАРКЕТИНГОВЫЕ  
ИССЛЕДОВАНИЯ



СТРАТЕГИЧЕСКИЙ  
КОНСАЛТИНГ



ПРЕДПРОЕКТНЫЙ  
КОНСАЛТИНГ

### КОНТАКТЫ



+375 25 536 12 12  
+375 17 388 77 44



info@partnery.by



partnery.by

