УДК 338.12.017
JEL: L52, C54

ВАК 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика

ГЕОМАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ КОНЪЮНКТУРЫ КОНДИТЕРСКИХ РЫНКОВ В КОНТЕКСТЕ ДИАГНОСТИКИ ФОКУС-ГРУПП

Андрей Анатольевич Семёнов[1]
Светлана Сергеевна Кузьменко[2]

[1]Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», 283050, Донецкая Народная Республика, Российская Федерация, г. Донецк, улица Щорса, дом 31, e-mail: hodakovsky6@yandex.ru

[2]Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», 283050, Донецкая Народная Республика, Российская Федерация, г. Донецк, улица Щорса, дом 31, e-mail: svetlanakuzmenko@mail.ru

Аннотация. В условиях геополитической турбулентности кондитерская отрасль Российской Федерации и Донецкой Народной Республики рассматривается как значимый сегмент продовольственного рынка, требующий системной государственной поддержки и применения инновационных методов стратегического управления. В статье обоснована актуальность использования геомаркетинга (компонента «place» в маркетинг-миксе 5P) для диагностики конъюнктуры кондитерских рынков, выделения фокус-групп потребителей и оптимизации деятельности хозяйствующих субъектов. Представлены результаты типизации продукции на основе международных классификаторов, анализа внешнеторговых потоков и диагностики ключевых геосегментов. На основе статистических, графических и аналитических методов проведено прогнозирование основных показателей развития отрасли на 2024-2026 гг. Выявлены разнонаправленные тенденции функционирования российских и региональных предприятий, включая предприятия Донецкой Народной Республики, подтверждающие необходимость комплексных мер регулирования. Разработан организационный механизм совершенствования функционирования кондитерского рынка ДНР и определены стратегические направления его развития в условиях усиливающейся конкуренции и инновационных сдвигов. Сформулированы практические рекомендации для органов государственного управления и предприятий, направленные на укрепление конкурентоспособности, расширение экспортного потенциала и обеспечение национальной продовольственной безопасности.

Ключевые слова: кондитерский рынок, геомаркетинг, маркетинг-микс, государственное управление, геосегментация, фокус-группы, экспорт, импорт, конкуренция, продовольственная безопасность, стратегия, прогнозирование, эффективность, потребительский спрос, Донецкая Народная Республика.

Информация о финансировании: данное исследование выполнено без внешнего финансирования.

Для цитирования: Семёнов А.А., Кузьменко С.С. Геомаркетинговые исследования конъюнктуры кондитерских рынков в контексте диагностики фокус-групп. Государственное управление и право. 2025. № 2(06). С. 85-103.

UDC 338.12.017
JEL: L52, C54

HAC 5.2.3. Regional and sectoral economics

GEOMARKETING RESEARCHES OF CONFECTIONERY MARKET CONJUNCTURE IN THE CONTEXT OF FOCUS GROUP DIAGNOSTICS

Andrey Anatolyevich Semenov[1]
Svetlana Sergeevna Kuzmenko[2]

[1]Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education «Donetsk National University of Economics and Trade named after Mikhail Tugan-Baranovsky», Shchorsa str. 31, Donetsk, 283050, Donetsk People's Republic, Russian Federation, e-mail: hodakovsky6@yandex.ru

[2]Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education «Donetsk National University of Economics and Trade named after Mikhail Tugan-Baranovsky», Shchorsa str. 31, Donetsk, 283050, Donetsk People's Republic, Russian Federation, e-mail: svetlanakuzmenko@mail.ru

Abstract. In the context of growing geopolitical turbulence, the confectionery industry of the Russian Federation and the Donetsk People's Republic is analyzed as a strategically important segment of the food market that requires systemic state support and innovative methods of strategic regulation. The study substantiates the relevance of geomarketing (the "place" component within the 5P marketing mix) as a tool for diagnosing market conditions, identifying consumer focus groups, and optimizing the activities of business entities. The article presents the results of product typification based on international classifications, an analysis of foreign trade flows, and the identification of key geosegments of the confectionery market. Statistical, graphical, and analytical methods were applied to forecast the main indicators of market development for 2024–2026. The research revealed heterogeneous trends in the performance of both Russian and regional enterprises, including confectionery companies of the Donetsk People's Republic. These findings highlight the urgent need for comprehensive measures of state regulation to enhance competitiveness and ensure sectoral stability. An organizational mechanism for improving the functioning of the confectionery market of the Donetsk People's Republic has been developed, together with strategic directions for its modernization. These include product quality enhancement, diversification of the product range, transition to non-price competition based on innovations, and broader application of geomarketing instruments. The results of the study provide practical recommendations for public authorities and enterprises aimed at strengthening competitiveness, expanding export potential, diversifying foreign markets, and ensuring national food security under conditions of geopolitical uncertainty.

Keywords: confectionery market, geomarketing, marketing mix, public administration, geosegmentation, focus groups, export, import, competition, food security, strategy, forecasting, efficiency, consumer demand, Donetsk People's Republic.

Financing information: this research received no external funding.

For citation: Semenov, A.A., Kuzmenko, S.S. (2025). Geomarketing researches of confectionery market conjuncture in the context of focus group diagnostics. Public administration and law, 2(06), 85-103.

ВВЕДЕНИЕ

В современных условиях нарастающей геополитической нестабильности и трансформации глобальных экономических процессов кондитерская отрасль демонстрирует высокую зависимость от факторов конъюнктурного характера. Наличие значительного количества хозяйствующих субъектов, предлагающих однородный ассортимент продукции, а также высокий уровень конкурентной напряжённости предопределяют необходимость

выработки системных мер государственного управления, направленных на поддержание устойчивости отрасли. В данных условиях особое значение приобретает стратегическое планирование, включающее научно обоснованный выбор территориальных сегментов реализации продукции, развитие инфраструктуры сбыта и формирование институциональных механизмов регулирования. Это, в свою очередь, подтверждает актуальность рассматриваемой проблематики в контексте формирования эффективных управленческих решений.

Теоретико-методологические основы геомаркетинга (элемент «place» в маркетинг-миксе 5P) как инновационного инструмента стратегического регулирования нашли отражение в работах Герасименко О.А., Тхорикова Б.А., Наплековой Ю.А. [1, с. 625; 2, с. 92], Карповой М.К., Куреневой А.А., Жуковской Ю.А., Кнотько-Мороз О.И., Антипенко Н.А. [3, с. 54], Скитёвой Е.И., Ярмишко А.С. [4, с. 89] и др.

Функционирование кондитерских рынков как объекта государственного регулирования подробно изучалось отечественными учёными. Так, Шиманский О.В. рассматривает ключевые составляющие развития высококонкурентного рынка [5, с. 236], Антинескул Е.А. и Ремнева М.А. анализируют специфику товарного предложения [6, с. 48], Николаев А.А. акцентирует внимание на особенностях продвижения продукции [7, с. 227], Илларионова В.В., Вербицкая Е.А., Попкова П.О. исследуют структуру потребительского рынка мучных кондитерских изделий [8, с. 415]. Иващенко Т.Ю. уделяет внимание механизмам регулирования потребительского выбора [9, с. 256], а Малявина А., Алексеенкова Е., Бегиева А.Ш., Хосроева Н.И. анализируют маркетинговые инструменты кондитерской отрасли [10, с. 15; 11, с. 23; 12, с. 65].

Вместе с тем остаются недостаточно проработанными отдельные теоретико-методологические положения, касающиеся определения геосегментов рынка как важнейшего условия повышения результативности хозяйственной деятельности. Системное исследование данных аспектов необходимо не только для бизнес-структур, но и для органов государственного управления. Пространственная организация сбыта, идентификация конъюнктурообразующих факторов и определение ключевых фокус-групп потребителей создают предпосылки для повышения эффективности государственного регулирования и обеспечения устойчивости социально-экономических систем в условиях геополитической турбулентности.

ЦЕЛЬ ИССЛЕДОВАНИЯ

Цель настоящего исследования заключается в проведении комплексного геомаркетингового анализа конъюнктуры кондитерских рынков с акцентом на диагностику ключевых фокус-групп потребителей. Реализация указанной цели требует решения следующих задач:

осуществить геосегментацию кондитерских рынков в рамках маркетинговых исследований на основе анализа внешнеторговых потоков, включая идентификацию стран-лидеров отрасли;

исследовать специфику геосегментации российского кондитерского рынка в условиях интенсификации международной торговли, уделив особое внимание основным направлениям экспорта кондитерских изделий;

обосновать необходимость применения инструментов геомаркетинга (компонента «place» в модели маркетинг-микса 5P) в целях оптимизации деятельности хозяйству-

ющих субъектов с учётом показателей функционирования ведущих транснациональных корпораций кондитерской отрасли, предприятий Российской Федерации, а также субъектов кондитерского рынка Донецкой Народной Республики;

провести диагностику основных фокус-групп потребителей как важнейшего условия выработки эффективных мер государственного управления и обеспечения устойчивости функционирования отрасли в условиях геополитической турбулентности.

МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Поставленные цели и задачи предопределили выбор соответствующего методического инструментария. В процессе исследования применялся комплекс методов, обеспечивающих научную обоснованность полученных результатов и их практическую значимость для системы государственного регулирования. Так, статистические и графические методы использовались для диагностики динамики показателей развития кондитерских рынков в условиях геополитической нестабильности. Методы систематизации информации позволили выявить и структурировать основные конъюнктурообразующие геосегменты отрасли. Для разработки управленческих рекомендаций по геосегментации кондитерских рынков и прогнозированию ключевых показателей в контексте применения инструментов геомаркетинга («place» в маркетинг-миксе 5P) применялись методы теоретического обобщения, сравнения, анализа и синтеза. Использование данных подходов также обеспечило проведение углублённой диагностики фокус-групп потребителей, что является необходимым условием для выработки эффективных стратегий государственного управления развитием кондитерской отрасли в условиях усиливающейся геополитической турбулентности.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ

На следующем этапе исследования, опираясь на представленный методический инструментарий, была осуществлена систематизация исходной информации, что позволило перейти к формированию эмпирической базы анализа. Типизация кондитерской продукции проведена в соответствии с международными и общероссийскими классификаторами, а также товарной номенклатурой внешнеэкономической деятельности ЕАЭС, что представлено в таблице 1.

Таблица 1. Типизация продукции кондитерских рынков в соответствии с международными классификациями [составлено авторами]
Table 1. Typification of confectionery market products in accordance with international classifications [compiled by the authors]

Типизация	Продукция	Источник
Группа 1-34	Перечень товаров	Международный классификатор товаров и услуг
Класс 30	Кофе, чай, какао и заменители кофе; рис; тапиока (маниока); мука и зерновые продукты; хлебобулочные изделия; кондитерские изделия; мороженое; сахар; мед, сироп из патоки; дрожжи, пекарные порошки; соль; горчица; уксус, приправы; пряности; лёд для охлаждения	

Продолжение табл. 1
Continuation of table 1

Типизация	Продукция	Источник
Раздел С	Продукция обрабатывающих производств	Общероссийский классификатор продукции по видам экономической деятельности
Класс 10	Продукты пищевые	
10.8	Продукты пищевые прочие	
10.82	Какао, шоколад и изделия кондитерские сахаристые	
Раздел 4	Готовые пищевые продукты; алкогольные, безалкогольные напитки и уксус; табак и его заменители	Товарная номенклатура внешнеэкономичес кой деятельности ЕАЭС
Группа 17	Сахар и кондитерские изделия из сахара	
Группа 18	Какао и продукты из него	

С учётом номенклатурных позиций ГС ВТамО [13] динамика ключевых показателей функционирования кондитерских рынков, отражённая в маркетинговых исследованиях [14-16], демонстрирует устойчивый рост объёмов мирового экспорта и товарооборота продукции отрасли. Данные тенденции, фиксируемые даже в условиях геополитической турбулентности, позволяют говорить о положительной динамике развития мирового кондитерского рынка, что формирует благоприятные предпосылки для дальнейшего укрепления позиций национальных производителей. Для органов государственного управления такие результаты представляют важную информационную основу при формировании стратегий поддержки экспортоориентированных предприятий и адаптации отраслевой политики к изменяющимся условиям внешнеэкономической среды.

Классификация продукции служит базой для стандартизации учёта и мониторинга внешнеэкономической деятельности. Для государственного управления это открывает возможности корректировки мер таможенно-тарифной и нетарифной политики, направленных на укрепление конкурентных позиций российских производителей.

Несмотря на сохранение положительного сальдо торгового баланса, его динамика в последние годы характеризуется снижением, что указывает на необходимость усиления государственной поддержки экспортоориентированных предприятий. В целях уточнения пространственной структуры сбыта и выявления ключевых направлений внешнеэкономической активности были проведены геомаркетинговые исследования конъюнктуры кондитерских рынков в разрезе основных геосегментов. Их результаты представлены в таблице 2, где отражены товарные позиции в соответствии с классификацией внешнеэкономической деятельности, а также основные объёмные показатели развития рынка.

Таблица 2. Результаты геомаркетинговых исследований конъюнктуры кондитерских рынков в контексте диагностики основных фокус-групп [составлено авторами]
Table 2. The results of geomarketing studies of confectionery market conditions in the context of diagnostics of the main focus groups [compiled by the authors]

Сегменты / Показатели	Экспорт	Импорт	Кондитерский товарооборот
Шоколадный сегмент	Германия, Нидерланды, Бельгия, Польша, Италия, Канада, США, Гана, Малайзия, Швейцария и др.	США, Германия, Нидерланды, Великобритания, Бельгия, Канада, Польша, Малайзия, Италия, Испания и др.	Германия, Нидерланды, Бельгия, Польша, Италия, Канада, Малайзия, США, Гана, Швейцария, Великобритания, Испания и др.
Сахаристый сегмент	Бразилия, Германия, Китай, США, Нидерланды, Мексика, Польша, Бельгия, Канада, Турция и др.	США, Китай, Германия, Великобритания, Италия, Испания, Канада, Нидерланды, Мексика, Малайзия и др.	Германия, Китай, США, Нидерланды, Мексика, Канада, Бразилия, Польша, Бельгия, Турция, Великобритания, Италия, Испания, Малайзия и др.
Мучнистый сегмент	Германия, Италия, Нидерланды, Канада, США, Польша, Бельгия, Мексика, Испания, Великобритания и др.	США, Германия, Великобритания, Китай, Канада, Нидерланды, Бельгия, Италия, Испания, Польша и др.	Германия, Канада, США, Бельгия, Испания, Великобритания, Италия, Нидерланды, Польша, Мексика, Китай и др.
Кондитерские рынки	Германия, Нидерланды, Бельгия, Польша, Канада, США, Италия, Мексика, Гана, Малайзия, Швейцария, Бразилия, Китай, Турция, Испания, Великобритания и др.	США, Германия, Нидерланды, Великобритания, Канада, Италия, Испания, Бельгия, Польша, Малайзия, Китай, Мексика и др.	Германия, Нидерланды, Бельгия, Польша, Италия, Канада, США, Великобритания, Испания, Малайзия, Китай, Мексика, Гана, Швейцария, Бразилия, Турция и др.

Данные, приведённые в таблице, позволяют выделить фокус-группы потребителей по странам и регионам, определить динамику внешнеторговых потоков и сформировать информационную основу для корректировки инструментов государственной политики. В практическом плане это даёт возможность органам государственного управления более эффективно распределять меры поддержки экспортоориентированных предприятий, учитывать специфику спроса в различных геосегментах и выстраивать долгосрочные стратегии укрепления позиций России на мировом кондитерском рынке.

Выявленные геосегменты и ключевые показатели товарооборота формируют основу для приоритизации внешнеэкономической политики. Государственным органам необходимо ориентироваться на страны и регионы с наибольшим экспортным потенциалом, сочетая стимулирование экспорта с диверсификацией рынков сбыта для снижения зависимости от отдельных направлений.

На завершающем этапе исследования был проведён прогноз динамики развития кондитерских рынков. Результаты прогнозирования основных показателей функционирования отрасли на 2024-2026 гг. представлены на рисунке 1, а прогнозные оценки эффективности торговой деятельности хозяйствующих субъектов – на рисунке 2.

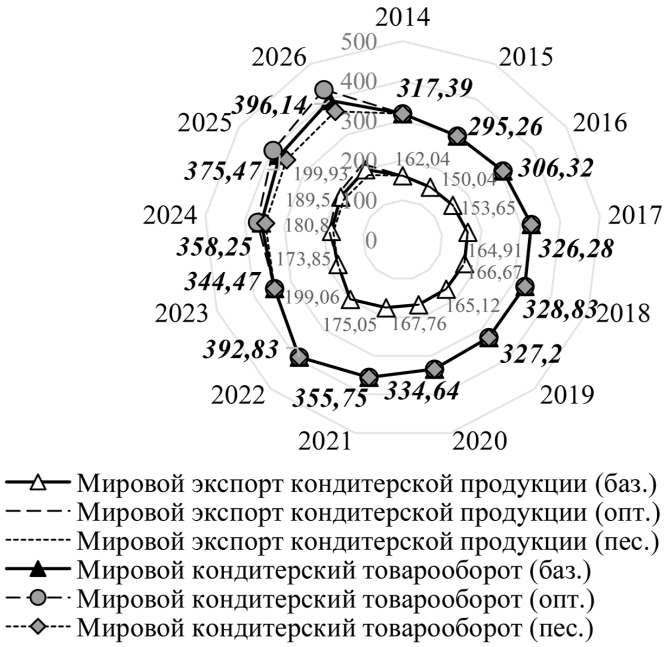

Рисунок 1. Результаты прогнозирования основных показателей функционирования кондитерских рынков в 2024-2026 гг., млрд долл. [составлено авторами]
Figure 1. The results of forecasting the main indicators of the functioning of confectionery markets in 2024-2026, billion dollars. [compiled by the authors]

Прогноз демонстрирует сохранение позитивной динамики ключевых показателей отрасли. Для органов государственного управления это служит сигналом о необходимости закрепления положительных тенденций через поддержку производственного потенциала и развитие экспортной инфраструктуры.

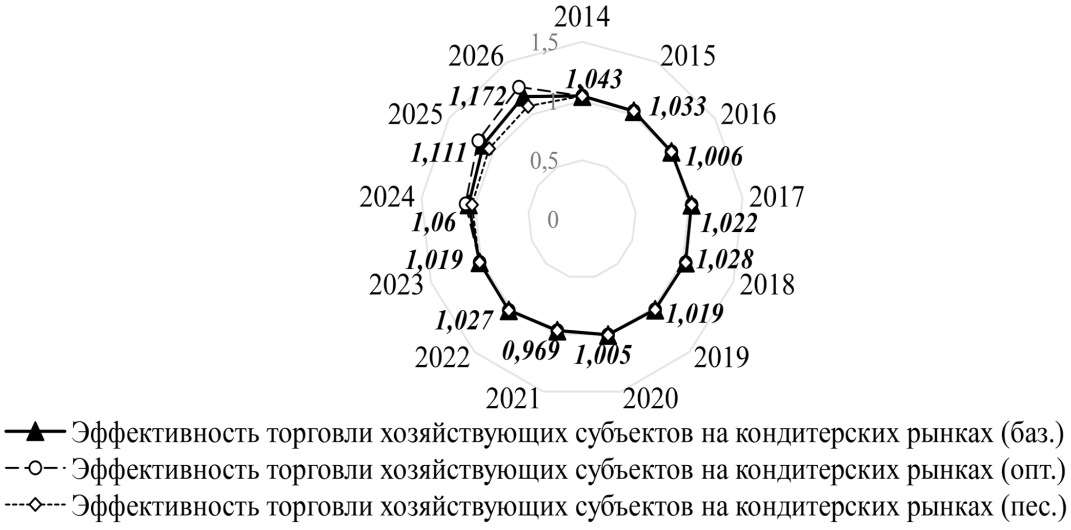

Рисунок 2. Результаты прогнозирования эффективности торговли хозяйствующих субъектов кондитерских рынков в 2024-2026 гг. [составлено авторами]
Figure 2. The results of forecasting the trade efficiency of business entities of confectionery markets in 2024-2026. [compiled by the authors]

Прогноз эффективности торговой деятельности указывает на целесообразность совершенствования механизмов государственной поддержки, включая инструменты стимулирования экспорта и меры по расширению доступа отечественных производителей на международные рынки. Это позволит минимизировать риски, связанные с внешнеэкономической нестабильностью, и обеспечить устойчивый рост отрасли.

С теоретической точки зрения конъюнктура определяется как совокупность эластических условий и факторов, объективно отражающих ситуацию, сложившуюся на рынке в определённый период времени и имеющую тенденцию к изменению [17, с. 7; 18, с. 53]. Применение данного подхода позволило оценить вероятные сценарии развития отрасли и выявить ключевые параметры, определяющие устойчивость её функционирования.

На основе номенклатурных товарных позиций ГС ВТамО динамика основных показателей внешней торговли кондитерской продукцией Российской Федерации на мировых рынках в 2015-2021 гг. [19] демонстрирует значительный рост объёмов экспорта и общего внешнеторгового оборота. Эти тенденции проявляются даже в условиях геополитической турбулентности, что в целом подтверждает позитивную динамику отрасли и её способность адаптироваться к изменениям внешнеэкономической среды. В то же время сохраняется отрицательное сальдо внешнеторгового баланса, что требует усиления мер государственной поддержки национальных производителей и активизации политики импортозамещения.

С целью выявления особенностей внутренней конъюнктуры и уточнения характеристик ключевых сегментов потребителей были проведены геомаркетинговые исследования российского кондитерского рынка. Их результаты представлены в таблице 3, где отражены основные геосегменты и показатели, определяющие структуру спроса и специфику функционирования отрасли.

Таблица 3. Результаты геомаркетинговых исследований конъюнктуры кондитерского рынка Российской Федерации в контексте диагностики основных фокус-групп [составлено авторами]
Table 3. Results of geomarketing studies of the conjuncture of the confectionery market of the Russian Federation in the context of diagnostics of the main focus groups [compiled by the authors]

Сегменты / Показатели	Экспорт	Импорт	Внешнеторговый оборот
Мучнистый сегмент	Казахстан, Беларусь, Узбекистан, Киргизия, Азербайджан, Китай, Монголия, Грузия, Таджикистан	Польша, Германия, Швейцария, Италия, Нидерланды, Беларусь, Казахстан, Ирландия, Китай	Казахстан, Беларусь, Узбекистан, Киргизия, Азербайджан, Китай, Монголия, Грузия, Таджикистан, Польша, Германия, Швейцария, Италия, Нидерланды, Ирландия
Шоколадный сегмент	Казахстан, Китай, Беларусь, Узбекистан, Азербайджан, Киргизия, Монголия, Армения, Саудовская Аравия	Кот-д'Ивуар, Германия, Индонезия, Малайзия, Гана, Польша, Беларусь, Италия, Бельгия	Казахстан, Китай, Беларусь, Узбекистан, Азербайджан, Киргизия, Монголия, Армения, Саудовская Аравия, Кот-д'Ивуар, Германия, Индонезия, Малайзия, Гана, Польша, Италия, Бельгия

Продолжение табл. 2
Continuation of table 2

Сегменты / Показатели	Экспорт	Импорт	Внешнеторговый оборот
Сахаристый сегмент	Казахстан, Беларусь, Киргизия, Турция, Армения, Азербайджан, Таджикистан, Монголия, Испания	Беларусь, Германия, Китай, Турция, Казахстан, Франция, Бельгия, Италия, Нидерланды	Казахстан, Беларусь, Киргизия, Турция, Армения, Азербайджан, Таджикистан, Монголия, Испания, Германия, Китай, Франция, Бельгия, Италия, Нидерланды
Кондитерский рынок Российской Федерации	Казахстан, Беларусь, Узбекистан, Киргизия, Азербайджан, Китай, Монголия, Грузия, Таджикистан, Армения, Саудовская Аравия, Турция, Испания	Польша, Германия, Швейцария, Италия, Нидерланды, Беларусь, Казахстан, Ирландия, Китай, Кот-д'Ивуар, Индонезия, Малайзия, Гана, Бельгия, Турция, Франция	Казахстан, Беларусь, Узбекистан, Киргизия, Азербайджан, Китай, Монголия, Грузия, Таджикистан, Армения, Саудовская Аравия, Турция, Испания, Польша, Германия, Швейцария, Италия, Нидерланды, Ирландия, Кот-д'Ивуар, Индонезия, Малайзия, Гана, Бельгия, Франция

Выявленные особенности внутренней конъюнктуры указывают на необходимость дифференцированного подхода к регулированию отрасли. Для органов государственного управления ключевыми задачами становятся стимулирование экспорта, развитие внутреннего потребительского спроса и обеспечение конкурентоспособности отечественной продукции на фоне сохраняющегося отрицательного сальдо внешней торговли.

Анализ управленческих решений в части оптимального местоположения предприятий подтверждает значимость геомаркетинга как ключевого элемента концепции «5P». Применение данного подхода позволяет систематизировать конъюнктурообразующие факторы и использовать их в качестве базовых компонентов при исследовании конъюнктуры российского кондитерского рынка. В управленческом аспекте это открывает возможности для оптимизации экспортной структуры и прогнозирования объёмов внешнеторговых операций [20, с. 8776]. В более широком контексте маркетинг-микс рассматривается как совокупность инструментов, обеспечивающих донесение информации о ценности продукта до целевой аудитории [21, с. 136; 22, с. 259-268; 23, с. 121-128].

Динамика деятельности ведущих международных корпораций демонстрирует устойчивый рост выручки и чистой прибыли компаний Mondelez International, Hershey Company, Chocoladefabriken Lindt & Sprungli AG, а также выручки Nestle SA, при этом у последней фиксируется отрицательная динамика чистой прибыли (–8,34 % в 2023 г. по сравнению с 2020 г.) [24]. Российские предприятия кондитерской отрасли (ООО «КДВ ГРУПП», ООО «Мон'дэлис Русь», ЗАО БКК «Коломенский», ОАО «Хлебпром», АО «Акконд») характеризуются положительной динамикой выручки, чистой прибыли и рентабельности активов (ROA), что подтверждает устойчивость их развития в долгосрочном периоде [25].

Особое внимание в рамках исследования уделено кондитерским предприятиям Донецкой Народной Республики. В 2023 г. численность работников предприятий варьировалась от 15 до 538 человек (рисунок 3) [26].

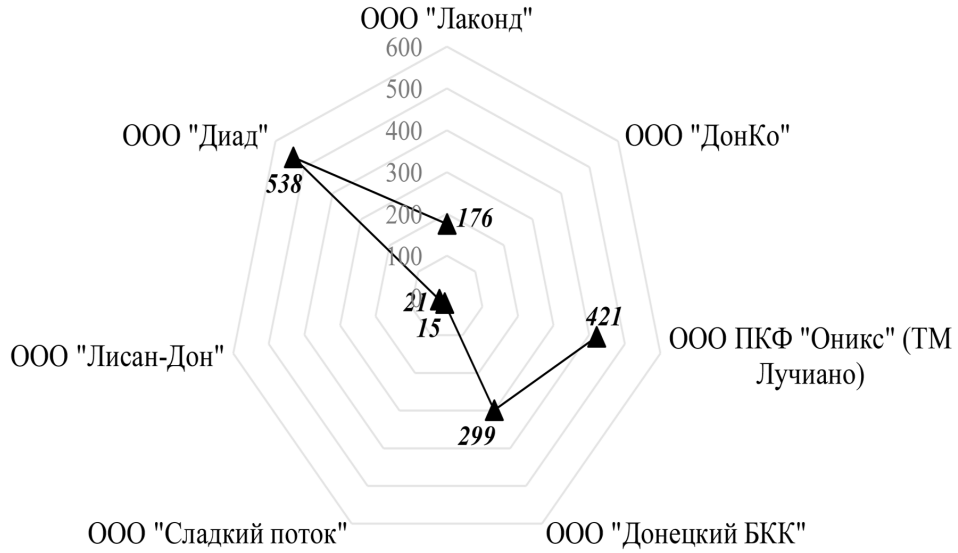

Рисунок 3. Численность работников кондитерских предприятий Донецкой Народной Республики в 2023 г., чел. [26]
Figure 3. Number of employees of confectionery enterprises of the Donetsk People's Republic in 2023, people [26]

Кадровый потенциал отрасли в ДНР демонстрирует значительную вариативность, что требует адресных мер государственной поддержки: от стимулирования крупных предприятий как локомотивов отрасли до создания условий для развития малых производств в целях укрепления занятости и социально-экономической устойчивости региона.

Результаты анализа финансовых показателей показывают разнонаправленные тенденции: положительная динамика выручки отмечается у ООО «Лаконд» (+9 %) и ООО ПКФ «Оникс» (ТМ Лучиано) (+44 %), в то время как у ряда предприятий фиксируется снижение (ООО «ДонКо» -15,1 %, ООО «Донецкий БКК» -21 %, ООО «Диад» -16,5 %) (рисунок 4) [26].

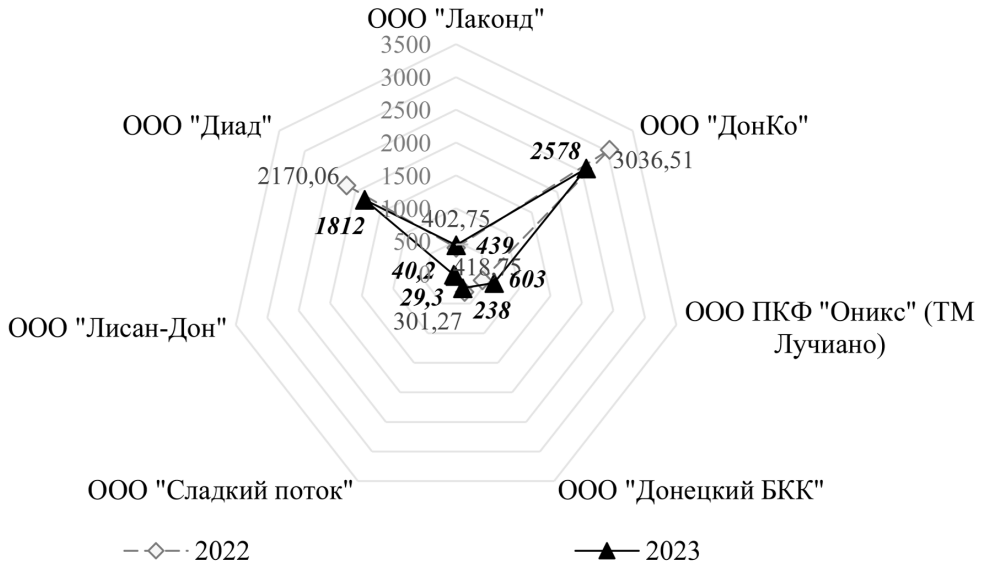

Рисунок 4. Динамика выручки кондитерских предприятий Донецкой Народной Республики в 2022-2023 гг., млн руб. [26]
Figure 4. Revenue dynamics of confectionery enterprises of the Donetsk People's Republic in 2022-2023, million rubles [26]

Снижение выручки ряда предприятий указывает на необходимость корректировки государственной поддержки, включая меры по расширению рынков сбыта и стимулированию внутреннего спроса для сохранения производственного потенциала.

Аналогичные разнонаправленные тенденции выявлены при анализе динамики чистых активов: рост показателей у ООО «Лаконд» (+9,9 %), ООО ПКФ «Оникс» (+17 %), ООО «Диад» (+12 %), при этом фиксируется падение у ООО «ДонКо» (-13,6 %), ООО «Донецкий БКК» (-24,7 %), ООО «Лисан-Дон» (-20,58 %) (рисунок 5) [26].

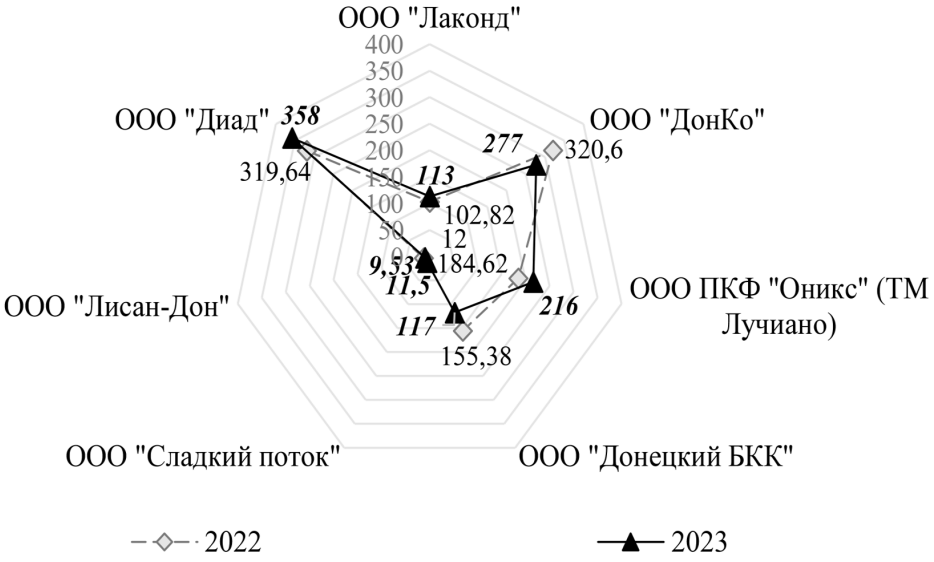

Рисунок 5. Динамика чистых активов кондитерских предприятий Донецкой Народной Республики в 2022-2023 гг., млн руб. [26]
Figure 5. Dynamics of net assets of confectionery enterprises of the Donetsk People's Republic in 2022-2023, million rubles [26]

Дивергенция в динамике чистых активов свидетельствует о необходимости адресной государственной поддержки финансово уязвимых предприятий и внедрения инструментов мониторинга для предупреждения кризисных ситуаций в отрасли.

При этом отмечается негативная динамика чистой прибыли у всех исследуемых предприятий кондитерской отрасли Донецкой Народной Республики (рисунок 6) [26].

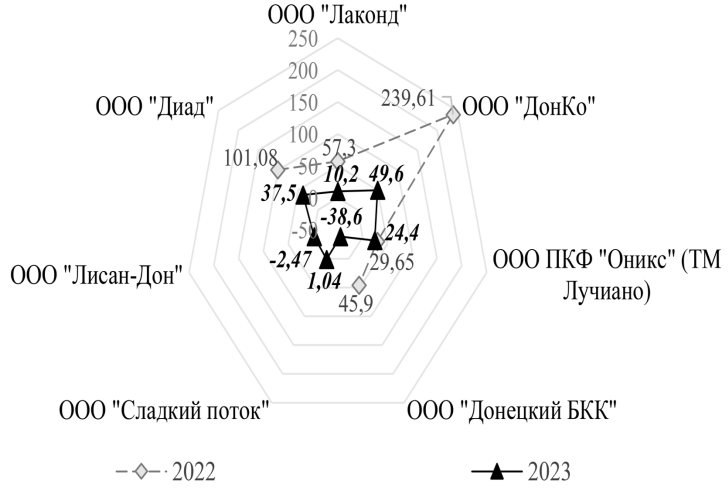

Рисунок 6. Динамика чистой прибыли кондитерских предприятий Донецкой Народной Республики в 2022-2023 гг., млн руб. [26]
Figure 6. Dynamics of net profit of confectionery enterprises of the Donetsk People's Republic in 2022-2023, million rubles [26]

Убытки предприятий отрасли подтверждают системные проблемы, требующие комплексных мер государственного регулирования. Среди приоритетных направлений – налоговые и финансовые стимулы, развитие инфраструктуры сбыта и поддержка локальной занятости, что позволит снизить риски социально-экономической дестабилизации и укрепить продовольственную безопасность региона.

Результаты геомаркетинговых исследований кондитерского рынка Донецкой Народной Республики в контексте диагностики потребительских фокус-групп в условиях геополитической турбулентности представлены в таблице 4.

Таблица 4. Результаты геомаркетинговых исследований кондитерского рынка Донецкой Народной Республики в контексте диагностики потребительских фокус-групп в условиях геополитической турбулентности, 2025 г. [составлено авторами]

Table 4. Results of geomarketing studies of the confectionery market of the Donetsk People's Republic in the context of diagnostics of consumer focus groups in the context of geopolitical turbulence, 2025 [compiled by the authors]

Критерии геомаркетинга	Результаты исследования потребительских фокус-групп
Доля потребителей кондитерских изделий по семейному положению в отношении ко всей выборке	Женаты (замужем) – 59,4 % Холосты (не замужем) – 27,4 % Разведены – 10,1 % Вдовцы (вдовы) – 3,1
Доля потребителей кондитерских изделий по количеству детей в отношении всей выборке	1 ребёнок – 28,7 % 2 ребёнка – 18,3 % 3 ребёнка – 4,6 % 4+ ребёнка – 1,4 %
Объём потребления кондитерских изделий среди выбранной группы	1 ребёнок – 96,1 % 2 ребёнка – 96,4 % 3 ребёнка – 95,4 % 4+ ребёнка – 92,1 %
Виды рекламы, которые привлекают внимание потребителей кондитерских изделий	Акции и распродажи в магазинах – 82,6 % Рекламные щиты рядом с дорогой – 77,2 % Рекламные ролики на TV – 76,8 % Баннеры в интернете – 74 % Instream-видео (кроме соцсетей) – 73,1 %
Виды рекламы, которые не привлекают внимание потребителей кондитерских изделий	Реклама при подключении в Wi-Fi сети – 30,8 % Реклама в онлайн-играх – 30,9 % Видеоэкраны и щиты в торговых центрах – 31,7 %
Тематики, вызывающие наибольший интерес у потребителей кондитерских изделий	Кулинария, рецепты – 48,6 % Кино (новинки, режиссеры, селебрити, премии) – 48 % Путешествия – 45,8 % Дизайн, ремонт, обустройство жилья – 41,6 %
Тематики, вызывающие наименьший интерес у потребителей кондитерских изделий	Экономика, бизнес, инвестиции – 22,4 % Новости шоу-бизнеса и мира звезд – 22,8 % Мода и стиль – 23,7 % Рукоделие, творчество – 24,9 %
Выбор маркетплейсов при осуществлении онлайн-покупок	Ozon – 67,2 % Wildberries – 67 % Авито – 55,4 %

Анализ кадровых и финансовых параметров деятельности предприятий кондитерской отрасли Донецкой Народной Республики позволил перейти к формированию организационного механизма совершенствования функционирования регионального рынка. На основе проведённых геомаркетинговых исследований его конъюнктуры и диагностики фокус-групп был разработан организационный механизм, учитывающий специфику функционирования отрасли в условиях геополитической турбулентности (рисунок 7).

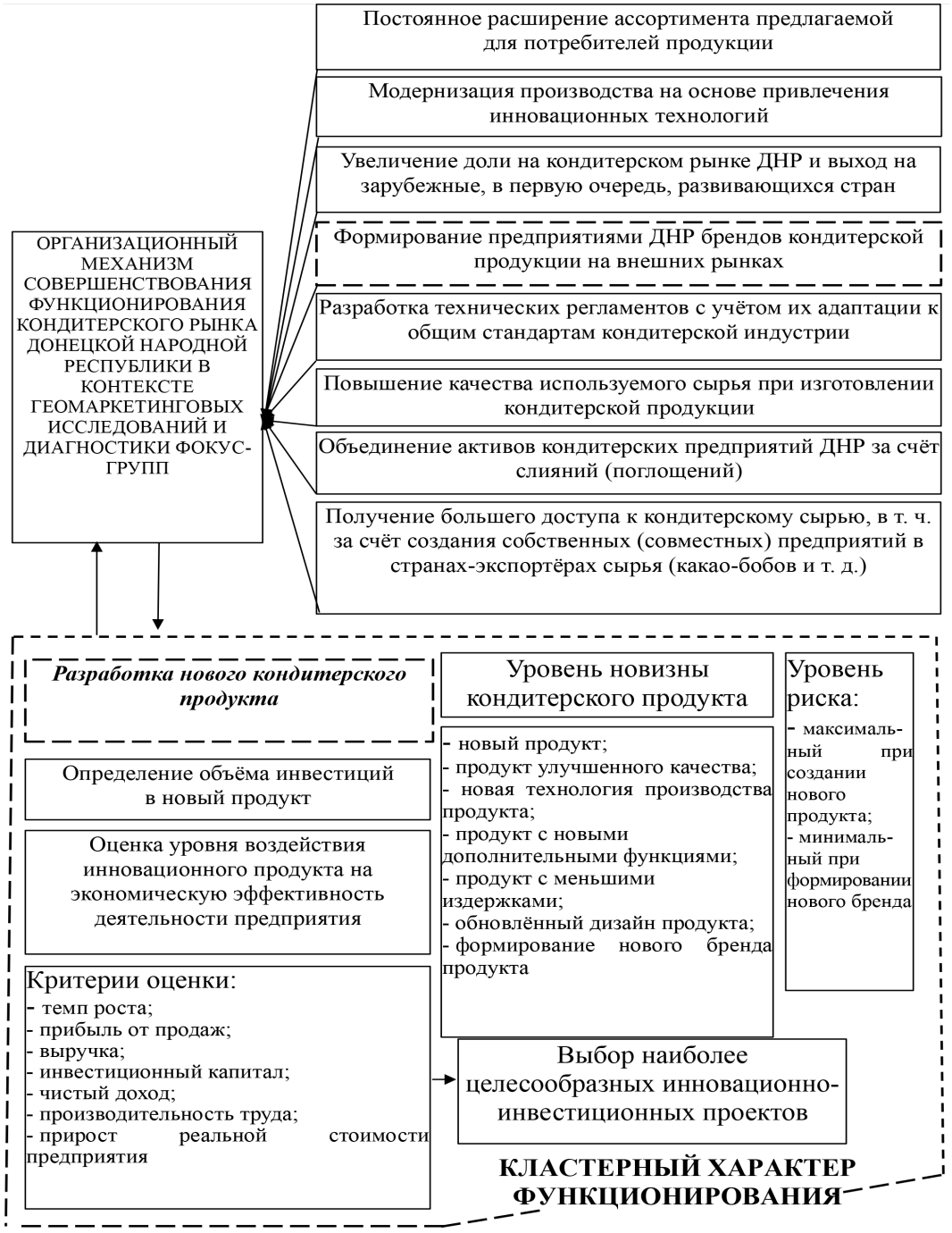

Рисунок 7. Организационный механизм совершенствования функционирования кондитерского рынка Донецкой Народной Республики в условиях геополитической турбулентности [составлено авторами]
Figure 7. Organizational mechanism for improving the functioning of the confectionery market of the Donetsk People's Republic in the context of geopolitical turbulence [compiled by the authors]

Представленный механизм предполагает комплексное взаимодействие бизнеса и органов государственного управления. Его реализация позволит повысить устойчивость отрасли, снизить риски продовольственной зависимости и обеспечить социально-экономическую стабильность региона.

Кроме того, обоснованы стратегические направления дальнейшего развития кондитерского рынка Донецкой Народной Республики на основе применения геомаркетинга (компонент «place» в маркетинг-миксе 5P). В рамках данной концепции акцент сделан на выявлении и анализе фокус-групп потребителей, что позволяет адаптировать ассортиментную политику и систему продвижения продукции к изменяющимся условиям (рисунок 8).

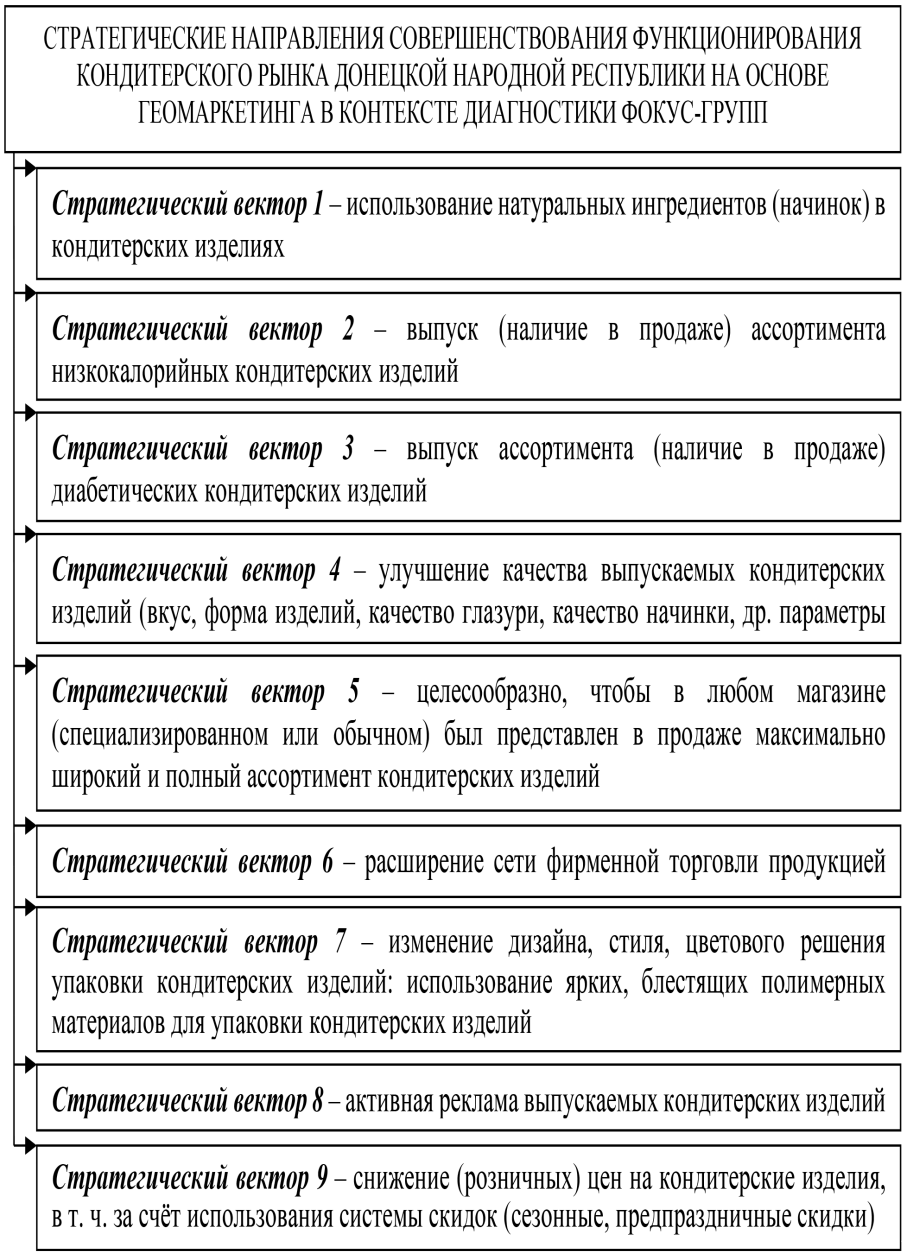

Рисунок 8. Стратегические направления совершенствования функционирования кондитерского рынка Донецкой Народной Республики на основе геомаркетинга [составлено авторами]
Figure 8. Strategic directions for improving the functioning of the confectionery market of the Donetsk People's Republic based on geomarketing [compiled by the authors]

Стратегические направления развития предполагают повышение качества и расширение ассортимента продукции, совершенствование маркетинговых и рекламных практик, а также внедрение инновационных методов конкуренции. Для органов государственного управления ключевой задачей становится формирование институциональных условий, способствующих инвестиционной привлекательности отрасли и устойчивому развитию регионального кондитерского рынка.

Таким образом, перспективное развитие кондитерского рынка ДНР связано с ростом концентрации производства, переходом к неценовой конкуренции на основе инноваций и активным расширением использования геомаркетинговых инструментов. Всё это формирует благоприятные предпосылки для повышения конкурентоспособности и укрепления национальной продовольственной безопасности.

ВЫВОДЫ

Проведённые геомаркетинговые исследования подтвердили, что кондитерская отрасль остаётся одним из наиболее динамичных сегментов продовольственного рынка, обладающим устойчивым потенциалом развития даже в условиях геополитической турбулентности. В то же время выявленные риски, связанные с отрицательным сальдо внешнеторгового баланса и неоднородностью динамики показателей отдельных предприятий, требуют активизации государственного регулирования и формирования адресных мер поддержки.

Основные результаты исследования заключаются в следующем:

1. Определены ключевые геосегменты мирового и российского кондитерских рынков, что позволило выделить фокус-группы потребителей и выявить специфику регионального спроса. Для государственного управления это создаёт основу для более точного распределения инструментов поддержки и диверсификации экспортных направлений.

2. Проведена диагностика кондитерской отрасли Донецкой Народной Республики. Установлено, что несмотря на наличие положительных тенденций по выручке и активам отдельных предприятий, общий финансовый результат характеризуется отрицательной динамикой. Это подтверждает необходимость комплексных мер поддержки, включая налоговые стимулы, доступ к финансированию и развитие сбытовой инфраструктуры.

3. Разработан организационный механизм совершенствования функционирования регионального кондитерского рынка и обоснованы стратегические направления его развития на основе геомаркетинга (компонент «place» в маркетинг-миксе 5P). Механизм предполагает интеграцию усилий бизнеса и государства в части стимулирования производства, модернизации маркетинговых практик и повышения инвестиционной привлекательности отрасли.

4. Прогнозирование показателей развития отрасли на 2024-2026 гг. подтвердило положительную динамику мирового и российского рынка, что создаёт предпосылки для расширения экспортного потенциала. Для органов государственного управления это означает необходимость закрепления позитивных тенденций через институциональные меры поддержки и стратегическое планирование.

В совокупности полученные результаты позволяют сформулировать ряд практических рекомендаций: усилить государственную поддержку экспортно-ориентированных предприятий кондитерской отрасли с целью повышения конкурентоспособности на мировом рынке; развивать механизмы им-

портозамещения и стимулировать внутренний спрос для минимизации внешних рисков; использовать геомаркетинговые инструменты в системе государственного управления как основу для прогнозирования и пространственного распределения производственных и сбытовых мощностей; уделить приоритетное внимание укреплению кондитерской отрасли Донецкой Народной Республики как важного сегмента национальной продовольственной безопасности.

Развитие кондитерской отрасли в современных условиях должно рассматриваться не только как экономический, но и как стратегический фактор, обеспечивающий устойчивость социально-экономических систем и продовольственную безопасность государства.

Совершенствование деятельности предприятий кондитерских рынков в условиях конъюнктурных изменений и геополитической турбулентности должно опираться на применение инструментов геомаркетинга (компонента «place» в маркетинг-миксе 5P) как основы стратегического управления. В целях оптимизации функционирования хозяйствующих субъектов и укрепления национальной продовольственной безопасности рекомендуется:

1. Применять геомаркетинговые инструменты для выбора оптимальных локаций и каналов реализации продукции, что позволит обеспечить более полное соответствие между предложением и потребительским спросом.

2. Интегрировать системные оценки рыночной эффективности, конкурентоспособности и потребительских предпочтений в управленческие процессы, включая использование диагностики фокус-групп для выбора стратегических альтернатив.

3. Разработать единый методический подход к оценке результативности деятельности предприятий, включающий показатели рыночной эффективности, динамику экспортного потенциала и степень удовлетворения потребительских запросов.

4. Содействовать модернизации маркетинговых и рекламных практик, обеспечивая переход от ценовой к инновационной модели конкуренции.

5. Укреплять производственную и сбытовую инфраструктуру Донецкой Народной Республики, создавая условия для повышения устойчивости предприятий, увеличения их конкурентоспособности и интеграции в общероссийское экономическое пространство.

6. Использовать полученные результаты геомаркетинговых исследований в практике государственного управления, что позволит повысить качество принимаемых решений и обеспечить устойчивое развитие отрасли в условиях внешнеэкономической нестабильности.

Таким образом, предложенный методический подход к оценке эффективности деятельности предприятий кондитерской отрасли, основанный на комплексном использовании инструментов геомаркетинга и диагностике фокус-групп, позволяет органам государственного управления и бизнесу вырабатывать оптимальные решения для удовлетворения потребительского спроса и укрепления конкурентоспособности национального производства.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Герасименко О.А. Концептуальные представления геомаркетинга в системе маркетингового управления: 4G концепт геомаркетингового анализа // Управленческий учёт. Саратов: ООО «Финпресс», 2021. № 9-3. С. 623-628.

2. Герасименко О.А. Стратегическое планирование розничного бизнеса: актуализация и развитие контурных элементов геомаркетинга // Вызовы и решения для бизнеса: ВЭД в новых реалиях: сб. мат. III Междунар. внешнеэконом. науч.-практ. форума. Москва: ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова», 2023. С. 89-94.
3. Жуковская Ю.А., Кнотько-Мороз О.И., Антипенко Н.А. Инструменты маркетинга и менеджмента в различных сферах и отраслях народного хозяйства // Современные тенденции развития менеджмента и маркетинга: сб. науч. ст. Чебоксары: Чувашский гос. пед. ун-т им. И.Я. Яковлева, 2022. С. 53-56.
4. Скитёва Е.И., Ярмишко А.С. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности // Перспективы и тенденции развития менеджмента в XXI веке: сб. тр. III Междунар. науч.-практ. конф. / под ред. Т.Ю. Ксенофонтовой, Л.А. Кравченко. Санкт-Петербург: Петерб. гос. ун-т путей сообщения Императора Александра I, 2022. С. 87-90.
5. Шиманский О.В. Анализ тенденций развития высококонкурентного рынка в постпандемийный период (на примере рынка кондитерских изделий) // Россия и мир: развитие цивилизаций. Научное наследие и взгляды В.В. Жириновского на формирующийся миропорядок: сб. тр. XIII Междунар. науч.-практ. конф. Москва, 2023. С. 234-238.
6. Антинескул Е.А., Ремнева М.А. Предложение на рынке диетических кондитерских изделий: специфика и перспективы развития // Маркетинг в России и за рубежом. Москва: ООО «Финпресс», 2021. № 1. С. 46-56.
7. Николаев А.А. Особенности и перспективы современного продвижения кондитерских изделий на продуктовом рынке России // Естественно-гуманитарные исследования. Краснодар: ООО «Академия знаний», 2022. № 44(6). С. 225-230.
8. Илларионова В.В., Вербицкая Е.А., Попкова П.О. Обзор состояния потребительского рынка мучных кондитерских изделий // Инновации в индустрии питания и сервисе: сб. мат. V Междунар. науч.-практ. конф. Краснодар: Кубан. гос. технол. ун-т, 2023. С. 413-416.
9. Иващенко Т.Ю. Управление процессом принятия решений потребителей на рынке кондитерских изделий // Аллея науки. Томск: Изд. центр «Quantum», 2022. Т. 1. № 3(66). С. 252-258.
10. Малявина А. О рынке замороженных хлебобулочных и кондитерских изделий // Кондитерское и хлебопекарное производство. Москва: Отраслевые ведомости, 2022. № 12(197). С. 14-16.
11. Алексеенкова Е. Пряный шоколад, «мини» и полная автоматизация: о трендах кондитерского рынка // Пищевая индустрия. Краснодар: ООО «Институт развития сельского хозяйства», 2021. № 1(45). С. 22-24.
12. Бегиева А.Ш., Хосроева Н.И. Маркетинговое исследование рынка кондитерских мучных изделий региона // Гуманитарные и социально-экономические науки. Ростов-на-Дону: Южный федеральный университет, 2023. № 6(133). С. 64-66.
13. Международная конвенция о гармонизированной системе описания и кодирования товаров. URL: https://customs.gov.tm/pdf/nomenclature.pdf.
14. Какао и продукты из него | Импорт и Экспорт | 2023. URL: https://trendeconomy.ru/data/commodity_h2?commodity=18&indicator=tv_wrld_share,TV&trade_flow=Export,Import&time_period=2023.
15. Сахар и кондитерские изделия из сахара | Импорт и Экспорт | 2023. URL: https://trendeconomy.ru/data/commodity_h2?commodity=17&indicator=TV,tv_wrld_share&trade_flow=Export,Import&time_period=2023.
16. Готовые продукты из зерна злаков, муки, крахмала или молока; мучные кондитерские изделия | Импорт и Экспорт | 2023. URL: https://trendeconomy.ru/data/commodity_h2?commodity=19&indicator=TV,tv_wrld_share&trade_flow=Export,Import&time_period=2023.
17. Лола И.С. О совершенствовании методологии оценки и анализа экспортной конъюнктуры российских предприятий обрабатывающей промышленности // Вопросы статистики. 2023. Т. 30. № 3. С. 5-19.
18. Шпилько Т.Ф. Анализ спроса и предложения, влияющих на конъюнктуру товарного рынка // Образование и наука без границ: социально-гуманитарные науки. 2021. № 15. С. 53-57.

19. TrendEconomy – Портал открытых данных | Импорт и Экспорт | 2021. URL: https://trendeconomy.ru/data/commodity_h2/.
20. Dai C. A Method of Forecasting Trade Export Volume Based on Back-Propagation Neural Network // Neural Computing and Applications. 2023. Vol. 35. Iss. 12. P. 8775-8784. DOI: 10.1007/s00521-022-07693-5.
21. Германчук А.Н. Маркетинговое взаимодействие участников системы распределения товаров // Стратегия предприятия в контексте повышения его конкурентоспособности. 2021. № 10. С. 135-139.
22. Семёнов А.А. Исследование конъюнктуры кондитерских рынков в контексте геомаркетинга // Торговля и рынок. Донецк, 2021. № 4-1(60). С. 258-270.
23. Вдовин С.А., Барлиани А.Г. Алгоритмы геоаналитического и геомаркетингового исследования коммерческих объектов // Интерэкспо Гео-Сибирь. Новосибирск, 2022. Т. 5. С. 120-129.
24. Global Top 100 Candy Companies | Candy Industry 2023. URL: https://www.snackandbakery.com/candy-industry/2023/global-top-100-candy-companies.
25. Топ-30 предприятий кондитерской промышленности. URL: https://aspromservis.ru/stati/top-30-predpriyatiy-konditerskoy-promyshlennost/
26. Кондитерские фабрики и хлебозаводы. URL: https://candy-factory.ru/russia/donetskaya-respublika/donetsk.

Информация об авторах
Андрей Анатольевич Семёнов – кандидат экономических наук, доцент
Светлана Сергеевна Кузьменко – старший преподаватель

REFERENCES

1. Gerasimenko, O.A. (2021). Conceptual ideas of geomarketing in the system of marketing management: 4G concept of geomarketing analysis // Managerial Accounting. Saratov: Finpress LLC, No. 9-3, pp. 623-628. (In Russ.)
2. Gerasimenko, O.A. (2023). Strategic planning of retail business: actualization and development of contour elements of geomarketing // Challenges and Solutions for Business: Foreign Economic Activity in the New Realities: Proceedings of the III International Foreign Economic Scientific and Practical Forum. Moscow: Plekhanov Russian University of Economics, pp. 89-94. (In Russ.)
3. Zhukovskaya, Yu.A., Knotko-Moroz, O.I., Antipenko, N.A. (2022). Marketing and management tools in various spheres and sectors of the national economy // Modern Trends in the Development of Management and Marketing: Collection of Scientific Articles. Cheboksary: I.Ya. Yakovlev Chuvash State Pedagogical University, pp. 53-56. (In Russ.)
4. Skityova, E.I., Yarmishko, A.S. (2022). Marketing in industries and spheres of activity // Prospects and Trends in the Development of Management in the XXI Century: Proceedings of the III International Scientific and Practical Conference / Ed. T.Yu. Ksenofontova, L.A. Kravchenko. St. Petersburg: Emperor Alexander I St. Petersburg State Transport University, pp. 87-90. (In Russ.)
5. Shimansky, O.V. (2023). Analysis of trends in the development of a highly competitive market in the post-pandemic period (on the example of the confectionery market) // Russia and the World: Development of Civilizations. Scientific Heritage and Views of V.V. Zhirinovsky on the Emerging World Order: Proceedings of the XIII International Scientific and Practical Conference. Moscow, pp. 234-238. (In Russ.)
6. Antineskul, E.A., Remneva, M.A. (2021). Supply in the market of dietary confectionery products: specifics and development prospects // Marketing in Russia and Abroad. Moscow: Finpress LLC, No. 1, pp. 46-56. (In Russ.)
7. Nikolaev, A.A. (2022). Features and prospects of modern promotion of confectionery products in the Russian food market // Natural and Humanitarian Studies. Krasnodar: Academy of Knowledge LLC, No. 44(6), pp. 225-230. (In Russ.)
8. Illarionova, V.V., Verbitskaya, E.A., Popkova, P.O. (2023). Review of the consumer market for flour confectionery products // Innovations in the Food Industry and Service: Proceedings of the V International Scientific and Practical Conference. Krasnodar: Kuban State Technological University, pp. 413-416. (In Russ.)
9. Ivashchenko, T.Yu. (2022). Management of consumer decision-making process in the confectionery market // Alley of Science. Tomsk: Publishing Center "Quantum", Vol. 1, No. 3(66), pp. 252-258. (In Russ.)

10. Malyavina, A. (2022). On the market of frozen bakery and confectionery products // Confectionery and Bakery Production. Moscow: Industry Department, No. 1-2(197), pp. 14-16. (In Russ.)
11. Alekseenkova, E. (2021). Spicy chocolate, "mini" and full automation: trends in the confectionery market // Food Industry. Krasnodar: Institute for Agricultural Development LLC, No. 1(45), pp. 22-24. (In Russ.)
12. Begieva, A.Sh., Khosroeva, N.I. (2023). Marketing research of the flour confectionery market of the region // Humanities and Socio-Economic Sciences. Rostov-on-Don: Southern Federal University, No. 6(133), pp. 64-66. (In Russ.)
13. International Convention on the Harmonized Commodity Description and Coding System. URL: https://customs.gov.tm/pdf/nomenclature.pdf. (In Russ.)
14. Cocoa and cocoa products | Import and Export | 2023. URL: https://trendeconomy.ru/data/commodity_h2?commodity=18&indicator=tv_wrld_share,TV&trade_flow=Export,Import&time_period=2023. (In Russ.)
15. Sugar and sugar confectionery | Import and Export | 2023. URL: https://trendeconomy.ru/data/commodity_h2?commodity=17&indicator=TV,tv_wrld_share&trade_flow=Export,Import&time_period=2023. (In Russ.)
16. Cereal, flour, starch or milk preparations; flour confectionery | Import and Export | 2023. URL: https://trendeconomy.ru/data/commodity_h2?commodity=19&indicator=TV,tv_wrld_share&trade_flow=Export,Import&time_period=2023. (In Russ.)
17. Lola, I.S. (2023). On improving the methodology for assessing and analyzing the export situation of Russian manufacturing enterprises // Statistical issues. Vol. 30. No. 3, pp. 5-19. (In Russ.)
18. Shpilko, T.F. (2021). Analysis of demand and supply affecting the commodity market situation // Education and Science without Borders: Social and Humanitarian Sciences. No. 15, pp. 53-57. (In Russ.)
19. TrendEconomy – Open Data Portal | Import and Export | 2021. URL: https://trendeconomy.ru/data/commodity_h2/.
20. Dai, C. (2023). A method of forecasting trade export volume based on back-propagation neural network // Neural Computing and Applications. Vol. 35, Iss. 12, pp. 8775-8784. DOI: 10.1007/s00521-022-07693-5. (In Russ.)
21. Germanchuk, A.N. (2021). Marketing interaction of participants in the distribution system // Enterprise Strategy in the Context of Increasing its Competitiveness. No. 10, pp. 135-139. (In Russ.)
22. Semenov, A.A. (2021). Research of the confectionery market situation in the context of geomarketing // Trade and Market. Donetsk, No. 4-1(60), pp. 258-270. (In Russ.)
23. Vdovin, S.A., Barliani, A.G. (2022). Algorithms of geoanalytical and geomarketing research of commercial objects // Interexpo Geo-Siberia. Novosibirsk, Vol. 5, pp. 120-129. (In Russ.)
24. Global Top 100 Candy Companies | Candy Industry 2023. URL: https://www.snackandbakery.com/candy-industry/2023/global-top-100-candy-companies. (In Russ.)
25. Top-30 confectionery enterprises. URL: https://aspromservis.ru/stati/top-30-predpriyatiy-konditerskoy-promyshlennost/. (In Russ.)
26. Confectionery factories and bakeries. URL: https://candy-factory.ru/russia/donetskaya-respublika/donetsk. (In Russ.)

Information about the authors
Andrey A. Semenov – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Svetlana S. Kuzmenko – Senior lecturer

Вклад авторов: все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации.
Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.
Contribution of the authors: the authors contributed equally to this article.
The authors declare no conflicts of interests.
Поступила в редакцию (Reserved) 17.04.2025
Поступила после рецензирования 11.05.2025
Принята к публикации (Accepted) 26.06.2025