

Рябова А.Г.

Научный руководитель: к.э.н., доцент В.В. Федина

*Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23
E-mail: vssr@list.ru*

Рынок продаж хлебобулочных изделий: состояние, проблемы, перспективы

В России огромный потенциал пищевой промышленности связан с наличием крупных сырьевых баз и обилием продукции, производимой сельским хозяйством. В настоящее время пищевая промышленность в стране является одной из лидирующих и объединяет около 30 отраслей, которые характеризуются биотехнологиями изготовления продукции и разной организации производства [1]. От результатов работы предприятий пищевой промышленности во многом зависит экономическая и продовольственная жизнь страны, здоровье населения. Целью развития пищевой промышленности с позиций национальных интересов является обеспечение потребности потребителей в высококачественных продуктах питания. Таким образом, пищевая отрасль промышленности - это стратегическая отрасль.

Хлебопекарная промышленность выполняет задачу по производству продукции первой необходимости. От того, насколько эффективно функционирует и развивается отрасль, зависит снабжение самым доступным продуктом питания для всех слоев населения с разным достатком.

В таблице 1 [4] представлены данные по продаже хлеба и хлебобулочных изделий за 2014, 2015 и 2016 года во Владимирской области.

Таблица 1

Розничная торговля хлебом и хлебобулочными изделиями
в специализированных магазинах, тыс. руб.

	2014 год	2015 год	2016 год
I квартал	1159514,7	1227234,8	1528903,2
II квартал	2326455,4	2440862,6	2982383,1
III квартал	1890045,5	2071317,1	2565492,3
IV квартал	1998723,0	2175260,8	2454916,3

Данные таблицы 1 свидетельствуют о стабильном увеличении объема продаж хлеба и хлебобулочных изделий в рассматриваемых годах, несмотря на показатели сокращения доходов населения и нестабильную экономическую обстановку в стране.

Результатом снижения реальных доходов населения стало расширение теневого рынка муки и хлебобулочных изделий в России. По оценке отраслевых союзов, около 40% всего объема производится нелегально и не учитывается официальной статистикой [3]. Конкурентная борьба с контрафактом вынуждает производителей снижать цены, лишаясь части прибыли, кроме того, предприятия несут потери из-за возврата заказчиками нереализованной продукции.

В 2016 году производство пшеничной и пшенично-ржаной муки в России уменьшилось на 1,6% до 8,97 млн. тонн [2]. Еще большее снижение зафиксировано в производстве хлеба и хлебобулочных изделий недлительного хранения — на 2,8% до 6,1 млн т. [2].

Отрицательная динамика сохранилась и в 2017-ом — выпуск продукции уменьшился на 1% и 1,9% соответственно. В то же время, снижение реальных доходов населения и рост доли бедных домохозяйств привели к росту потребления более дешевых продуктов питания, в том числе и хлеба. Хлеб, крупы и макаронные изделия в январе 2017-го составляли 23,4% минимального набора питания против 22,9% годом ранее [3].

В хлебопекарной отрасли действуют законы конкуренции, поэтому для любого предприятия этой отрасли также важно определить свой конкурентный статус и положение на рынке.

Эффективность конкурентной борьбы определяется повышенными и улучшенными показателями прибыли, объема товарооборота, доли на рынке, стоимости капитала акционеров,

удовлетворённости потребителей, оптимального решения производственных задач, степени внедрения инноваций и др. Потребители и поставщики, работая в тесной связи друг с другом, осознают потребность долгосрочных инвестиций, поэтому учитывают инвестиционную и инновационную составляющие, а также заинтересованность общества в деятельности предприятия. Учитывая значительный объём конкурентной деятельности, необходима разработка стратегических планов предприятия.

В настоящее время сегментация хлебопекарной отрасли представлена следующим образом: крупные хлебозаводы производят примерно 71% от общего объёма; пекарни в супермаркетах – 14% (с тенденцией роста до 20% к 2018 г.), небольшие пекарни – 12% (до 16% к 2018 г.) и прочие – 3% [5].

Основываясь на данных проведенного анализа, можно выделить основные направления развития хлебопекарного рынка: сохранение объемов потребления традиционных изделий, рост потребления европейских хлебобулочных изделий, расширение ассортимента заварных хлебобулочных изделий.

В целом, корзина товаров народного потребления на семью во Владимирской области (среднестатистически, семья имеет численность 2,7 чел.) в 2017 г. составила 8663 руб. для взрослого населения, при этом, на продукты питания приходится 48,7%, в том числе на хлеб и хлебобулочные изделия – 4,2%, т.е. 177,2 руб. в месяц [6]. Ежемесячно на одного члена семьи на покупку хлеба, тратится, примерно, 65,6 руб.

Таким образом, хлеб в России – это товар, который остается продуктом первой необходимости, поэтому спрос на хлеб и хлебобулочные изделия остается высоким, несмотря на колебания рынка и нестабильность предложения.

Как любой продукт, хлеб имеет срок годности. Реализовывать просроченный продукт питания торговое предприятие не имеет права, поэтому партии хлеба с истекшим сроком возвращают обратно на хлебозаводы или утилизируют.

Вторичное использование бракованной и не востребовавшей до истечения срока годности хлебобулочной продукции рентабельно и допустимо с точки зрения технологического процесса. На современном оборудовании из некондиционного хлеба изготавливают продукт, который добавляют в замес для изготовления новой партии хлебобулочных изделий. Это может быть однородная масса, называемая мочкой или хлебная крошка, которую перед добавлением в замес предварительно замачивают в воде. При включении в замес 3-6% хлебной крошки или мочки рентабельность производства хлебобулочных изделий возрастает на 3-5,5% [7]. Также, на больших комбинатах хлеб с истекшим сроком давности, но не испорченный, могут перерабатывать на сухари и хлебную крошку.

Некондиционный и просроченный хлеб продавец обязан уничтожить или утилизировать. Утилизация требует денежных затрат, поэтому выгоднее хлебобулочные изделия с истекшим сроком реализации и переработки сбывать по заниженной цене, например, фермерским хозяйствам. Они могут использовать такой продукт, если он не испорчен и не покрыт плесенью, в качестве корма для животных и птицы.

Литература

1. Пашенко, Л.П. Технология хлебобулочных изделий / Л.П. Пашенко, И.М. Жаркова – Воронеж: ВГТА, 2011. – 692 с.
2. Федеральная служба государственной статистики (Росстат), Ежегодный отчет «Социально-экономическое положение России» 2016 год – Москва, 2017. – 28 с, 147с.
3. <http://www.agroinvestor.ru/technologies/news/26195-proizvodstvo-khleba-ukhodit-v-ten/>
4. <http://www.gks.ru/dbscripts/cbsd/DBInet.cgi?pl=2704055>
5. <http://www.khlebprod.ru/186zhurnaly2016/116/2036>
6. http://vladimirstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/vladimirstat/ru/news/rss/9ac1f80041477d65bae9bfa3e1dde74c
7. <http://guruopta.ru/biznes-na-xlebobulochnyx-izdeliyax>