

Федина В.В., Рябова А.Г.

*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*

### Анализ рынка продаж хлебобулочных изделий в Российской Федерации

В России огромный потенциал пищевой промышленности связан с наличием крупных баз сырья и большим количеством продукции, выпускаемой в сельскохозяйственном секторе. Сегодня пищевая промышленность в стране занимает лидирующее положение и объединяет около тридцати отраслей, которые характеризуются новейшими технологиями изготовления продукции и организации производства. [1, с.15] От результатов работы предприятий по выпуску продуктов питания зависит продовольственная и экономическая жизнь страны, качество жизни населения страны. Цель развития пищевой промышленности с точки зрения интересов нации - это обеспечение потребителей высококачественными продуктами питания. В целом, пищевая отрасль производства - стратегическая отрасль.

Хлебопекарная промышленность выполняет задачу по производству продукции первой необходимости. От эффективности развития и функционирования пищевой отрасли зависит снабжение одним из самых доступных продуктов питания для жителей страны с разным достатком.

Таблица 1 - Динамика объема производства хлебных изделий в России [4]

Вид изделия	2016г.	2017г.	2018г.	Отклонение 2018 г. к 2016г.	
				тыс. тонн	%
Хлеб и хлебобулочные изделия, в том числе, тыс. т:	6965	6829	6815	-150	97,85
Хлебобулочные изделия недлительного хранения, тыс. т	6513	6369	6325	-188	97,11
Хлебобулочные изделия длительного хранения упакованные, тыс. т	103	102	107	4	103,88
Хлебобулочные изделия пониженной влажности, тыс. т	236	240	254	18	107,63
Хлеб и изделия хлебобулочные, прочие, тыс. т	114	118	128	14	112,28

При анализе таблицы 1 наблюдается отрицательная тенденция производства хлебопекарной продукции. Общий объем выпуска продукции снизился на 440 тыс. тонн, что в относительном отклонении составляет 6 %.

Такая динамика наблюдается в основном за счет уменьшения производства продукции недлительного хранения на 491 тыс. тонн, при этом темп снижения равен 7 %. [2]

В настоящее время существует тенденция к более внимательному отношению к себе и своему здоровью, переход на, так называемое, «правильное питание», поэтому потребление хлебобулочной продукции снижается, а, следовательно, объемы производства могут уменьшиться. Разработан современный ассортимент хлебобулочных изделий для специального лечебного питания; появился широкий выбор изделий для профилактического питания, предназначенных для людей, имеющих предрасположенность к тем или иным заболеваниям. [3, с.16]

Из-за снижения реальных доходов населения существенно расширился теневой рынок муки и хлебобулочных изделий в РФ. Около 40 % общего объема производится нелегально и не охватывается официальной статистикой. [5] Конкурентная борьба с контрафактом вынуждает производителей снижать цены, лишаясь части прибыли, кроме того, предприятия несут потери из-за возврата заказчиками нереализованной продукции.

В 2017 году производство муки пшеничной и ржано-пшеничной уменьшилось на 146 тыс. тонн по сравнению с 2016 годом, а выпуск хлебобулочных изделий сократился на 176 тыс. тонн.

Отрицательная динамика сохранилась и в 2018-ом - выпуск продукции уменьшился на 1% и 1,9% соответственно. В то же время, снижение реального достатка 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 2018-го составляли 23,4% минимального набора питания против 22,9% годом ранее. [5]

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

Эффективность конкурентной борьбы определяется улучшенными и повышенными показателями прибыли, объема товарооборота, доли на рынке, стоимости капитала акционеров, удовлетворенности потребителей, оптимального решения производственных задач, степени внедрения инноваций и др. Поставщики и потребители, работая во взаимодействии друг с другом, понимают потребность долгосрочных инвестиций, поэтому учитывают инновационную и инвестиционную составляющие, а также заинтересованность общества в деятельности предприятия. Учитывая значительный объем конкурентной деятельности, необходима разработка стратегических планов предприятия.

В 2018 году в России продажа хлеба и хлебобулочных изделий составила 679,6 млрд. руб. (2,4% от общего оборота проданных продуктов питания), а средняя цена 67,61 руб./кг.

На данный момент можно выделить основные направления развития хлебопекарного рынка: сохранение объемов потребления традиционных изделий, рост потребления европейских хлебобулочных изделий, расширение ассортимента заварных хлебобулочных изделий.

Как любой продукт, хлеб имеет срок годности. Реализовывать просроченный продукт питания покупателям торговое предприятие не имеет права, поэтому партии, у которых истек срок, возвращают обратно на хлебозаводы или утилизируют.

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

На сегодняшний день магазины розничной торговли, закупающие хлеб и хлебобулочные изделия напрямую у производителей, могут вернуть продукцию, срок годности, которой, на взятый момент, истекает менее, чем через двенадцать часов и продукцию, срок годности которой истек менее двенадцати часов назад.

Большинство производителей не уделяет достаточно внимания утилизации и реализации некондиционной и просроченной продукции, которая не реализована на производстве или возвращена с точки продажи.

В связи с этим, на предприятия выпуска хлебобулочных изделий предлагается ввести практику перепродажи товара фермерским и сельскохозяйственным предприятиям. Это поможет сократить общие издержки и затраты на уничтожение путем частичной компенсации себестоимости продукции.

Данное предложение имеет конкурентное преимущество перед комбикормом для скота и птицы, так как закупать комбикорм нужно в установленном продавцом количестве (тонн, кг, мешков и проч.). Практика показывает, что полностью использовать большой объем специализированного корма не всегда возможно, поэтому предприятию, в первые полгода, предлагается перепродавать продукцию на договорной основе без установления минимального количества (основываясь на запросе заказчика или покупателя).

Самым затратным и невыгодным действием с просроченным хлебобулочным изделием для предприятия является уничтожение. Оно несет с собой затраты в виде себестоимости уничтоженной продукции и затраты на уничтожение (сжигание) производится на оборудованном месте на территории завода и требует контроля со стороны одного или нескольких сотрудников).

Для примера рассмотрено предприятие-изготовитель хлебобулочных изделий и хлеба, находящееся во Владимирской области, г. Меленки.

Средняя себестоимость продукции на рассматриваемом предприятии составляет 7,85 рублей за единицу продукции. Средний вес единицы продукции составляет 0,265 кг. Средняя производительность в 2017 году составила 162750 кг в месяц, то есть 1953000 кг в год (количество рабочих дней 247 в 2017г.). Средние месячные потери в 2017 году составили примерно 39000 кг, то есть

468000 кг за год. Так как хозяйствам продукция продается не поштучно, а на развес, целесообразно рассчитать стоимость одного килограмма продукции для перепродажи.

Себестоимость 1 кг продукции в 2017 году = 7,85 руб. / 0,265 кг = 29,62 руб./кг.

Себестоимость продукции, выпущенной в 2017 году составила 29,62 руб./кг x 1953000 кг = 57847860 рублей.

Себестоимость потерь в 2017 году = 468000 кг x 29,62 руб. = 13862160 рублей.

Доля потерь в себестоимости продукции = 13862160 руб. / 57847860 руб. x 100% = 23,96%.

При расчете экономического эффекта от перепродажи черствого и деформированного хлеба фермерским хозяйствам, нужно учитывать, что часть продукции при транзите «розничный магазин - производитель - фермер» может стать не пригодной для перепродажи, то есть, покрыться плесенью, обрести картофельную болезнь, загрязниться внешними веществами. Доля такой продукции при расчетах составит 1% от общей стоимости потерь, то есть:

13862160 руб. x 1% = 138621,6 руб.

Следовательно, продукция весом 4680 килограмм на сумму 138621,6 руб. в 2017 году должна быть уничтожена и не может быть переработана или перепродана.

Исходя из этого, на перепродажу остается = 468000 кг - 4680 кг = 463320 кг.

Себестоимость потерь в 2017 году и стоимость уничтоженной продукции = 13862160 руб. + 138621,6 руб. = 14000781,6 руб.

14000781,6 руб. / 463320 кг = 30,22 руб./кг.

Исходя из вышеперечисленных расчетов, исследуемому предприятию целесообразно перепродавать некондиционную и просроченную продукцию по цене минимум 30,22 руб./кг, так как при таком уровне цены предприятие полностью покрывает издержки на производство и окупит себестоимость вторично реализованной продукции.

Исследование рынка хлебобулочных изделий показало, что на данный момент имеется ряд проблем: постепенное уменьшение спроса, связанное с изменением вкусовых предпочтений потребителей. В соответствии с изменениями тенденций на рынке, производители вынуждены менять ассортимент выпускаемой продукции: большую популярность набирает хлеб с минеральными и витаминными добавками, из гречневой, льняной, рисовой и другой муки, из-за этого меняются состав готового продукта и технологии изготовления.

На поставку товаров покупателям и работу предприятий оказывает влияние общая экономическая ситуация в стране и уровень жизни: стоимость топлива, горюче-смазочных материалов (ГСМ), сырья, оборудования. Рост стоимости ГСМ также входит в стоимость продуктов питания, она увеличивается в соответствии с уровнем инфляции. Все это становится причиной повышения цен на продовольственные товары, в том числе, на хлебобулочные изделия. В кризис рынок хлеба растет, так как он становится одним из основных продуктов питания для населения из-за невысокой стоимости. Когда ситуация нормализуется, продажи снижаются, так как потребители вновь ориентируются на иные продовольственные товары.

В дальнейшем производителям хлебобулочных изделий и хлеба, чтобы сохранить позицию на рынке, необходимо совершенствование технологий производства и обновление оборудования. Вложения в этом сегменте окупаются, так как, несмотря на некоторые колебания рынка, спрос остается постоянно высоким. Конкурентная борьба вынуждает предпринимателей привлекать потребителей за счет увеличения ассортимента и разнообразия сортов.

#### Литература

1. Пашенко, Л.П. Технология хлебобулочных изделий / Л.П. Пашенко, И.М. Жаркова – Воронеж: ВГТА, 2011.
2. Гаранина В. В. Основные тенденции развития хлебопекарной отрасли в современных условиях // Молодой ученый. — 2018. — №50. — С. 122-123. — URL <https://moluch.ru/archive/236/54848/>
3. Гран, Х. Ситуация на рынке хлебопекарного производства в России и перспективы его развития / Х. Гран // Хлебопечение России. — 2016. — № 3.
4. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики // <http://www.gks.ru> [Электронный ресурс]
5. <http://www.agroinvestor.ru/technologies/news/26195-proizvodstvo-khleba-ukhodit-v-ten/>