

## ХЛЕБ И ХЛЕБОБУЛОЧНЫЕ ИЗДЕЛИЯ

Ломакин Н.А.

Научный руководитель – старший преподаватель Якименко О.Н.

*Сибирский федеральный университет*

*Хлеб и хлебобулочные изделия - основные продукты питания людей, они содержат почти все, что необходимо человеку для питания и нормальной жизнедеятельности. Потребляя хлеб и хлебобулочные изделия, человек удовлетворяет свои энергетические потребности на 40-50%, потребности в белке на 30-40%, в витаминах группы В на 50-60% и витамина Е до 80 %. По оценкам Госкомстата России около 70 млн. людей свои потребности в пище удовлетворяют на 80% хлебом. Таким образом, так как хлебобулочная продукция пользуется постоянным и повсеместным спросом у населения, то цех хлебопечения ООО «Метелица» имеет благоприятные условия для увеличения объемов производства.*

Более половины всех потребителей хлеба и ХБИ покупают хлеб и ХБИ ежедневно (54%). Покупка хлеба и ХБИ один раз в 2 дня характерна для 28% потребителей. Для потребителей-мужчин ежедневная покупка хлеба и ХБИ более свойственна, чем женщинам (59% всех мужчин и 49% всех женщин). Женщины же почти в 2 раза чаще мужчин покупают данную продукцию один раз в 3-4 дня (15% всех женщин и 8% всех мужчин).

Самым важным фактором при покупке хлеба, по результатам исследования, оказалась его полезность, она «очень важна» для 23% и «важна» еще для 45% опрошенных. В сумме этот показатель составил 68%. Полезность продукта значительно чаще отмечали женщины (28% всех женщин), также как и внимание к производителю. Далее по уровню важности следуют факторы «горячий хлеб» и цена. Высокая значимость полезности хлеба свидетельствует о росте уровня жизни, внимания и заботы о здоровье. Из последних тенденций развития хлебного рынка можно отметить рост интереса к производству обогащенных и лечебно-профилактических продуктов, интерес к которым возрастает с каждым годом. К сожалению, производство хлеба и ХБИ с полезными добавками, в том числе и «элитных» сортов, в настоящее время в РФ развито недостаточно. Однако, потенциал «премиум» сегмента подтверждается, как результатами исследований потребителей, так и удачным опытом на различных продуктовых рынках (молочная продукция, продукты быстрого приготовления, соки, полуфабрикаты и др.). В цехе хлебопечения ООО «Метелица» разрабатываются и готовы к запуску в производство новинки диетических, витаминизированных и зерновых изделий. Это хлеб зерновой "Тонус", "8 злаков", "Целебный". Для его приготовления используются специальная пшеничная крупа, дрожжи, вода, витаминизированные добавки (курага, чернослив, различные сорта орехов) и микроэлементы (йод, железо). Велика в пищевой продукции роль витаминов, представляющих низкомолекулярные органические вещества, недостаток которых вызывает нарушение обмена веществ и общее ухудшение состояния здоровья. Употребление такого хлеба способствует удалению шлаков из организма.

Для решения поставленных целей на предприятии установлена современная тестомесильная машина, печи средней мощности, более мобильные, мало аккумулятивные с широким диапазоном возможностей.

Проведена компьютеризация и автоматизация производственных процессов, которые существенно облегчают решение задачи. Для производства тщательно подбираются поставщики качественного сырья и стабильного качества. Ведь безопасность и качество сырья - это основа безопасности и хорошего качества готовой продукции.

Отсутствие у потребителя предпочтений в отношении конкретного производителя хлеба. Причина проста: заводы не имеют возможности по-настоящему конкурировать в производстве основных сортов хлеба, так как они изготавливаются по одинаковым рецептурам.

Особых различий среди основных сортов продукции, достаточных для того, чтобы потребитель предпочел какого-то конкурентного производителя, не существует. Поэтому предприятия вынуждены воевать за проценты рыночной емкости, расширяя ассортимент и разрабатывая новые сорта хлебобулочных изделий. В значительной степени эта борьба

ведется на перспективу — вкусы потребителей медленно меняются в сторону большего разнообразия. Сейчас «специфические» сорта приобретают в основном покупатели с высокими доходами. Можно прогнозировать, что с ростом благосостояния потребность в большем хлебном разнообразии возрастает.

Для сдобных изделий существуют субституты, производящиеся в кондитерской промышленности (конфеты, торты, шоколад). Группы их потребления пересекаются при приобретении продуктов для будничных чаепитий, так как на праздничный стол и в качестве подарка предпочтительней кондитерские изделия. Кондитерские товары не являются товарами первой необходимости, а спрос на эту группу продуктов эластичен по доходу (то есть, рост дохода приводит к увеличению спроса). Спрос на хлеб не эластичен по цене. С одной стороны, это гарантирует устойчивый спрос, с другой, это может приводить к снижению объема продаж на фоне роста платежеспособного спроса.

Вообще, спрос на хлеб меняется иначе, чем на другие товары повседневного спроса. При снижении доходов населения потребление хлеба растет, при росте, наоборот, снижается. В кризисный 1998 год производство и потребление хлеба росли, несмотря на общий подъем цен. Кроме того статистика показывает, что менее обеспеченные граждане употребляют хлебобулочных изделий в два раза больше среднеобеспеченных. Довольно высокий уровень потребления среди высоко обеспеченных горожан «набирается» за счет употребления сдобы.

Вследствие небольшого срока хранения хлебобулочных изделий, а так же преимущественного использования потребителями такого критерия, как свежесть хлеба, конкуренция на данном рынке носит локальный характер. Дифференциация хлебобулочных изделий зачастую бывает мнимой, то есть изделия конкурентов различаются лишь названиями, оставаясь идентичными по составу и качеству. Реальные конкурентные преимущества производителей обеспечивают выгодное расположение предприятия в городе, хорошие подъездные пути, гарантирующие удобство и оперативность снабжения сбыта, а так же правильное ценообразование.

Соперничество между хлебопекарными предприятиями усугубляет усиливающаяся конкуренция между розничными магазинами и палатками, в ассортименте которых представлены хлебобулочные изделия, что уменьшает объем сбыта производителей в связи с невысокой степенью переключения розницы от одного хлебопекарного предприятия к другому. Так фирменные торговые точки (соответственно, и сами предприятия) вынуждены снижать рентабельность при появлении рядом новых продуктовых точек, которые забирают от 7 до 10 процентов их объема производства.

Распределение рыночных факторов среди условий внешней среды подвержено изменениям. В 2003 — 2011 гг. основной проблемой хлебопекарной отрасли стал постоянный рост цен на муку. Так же следует отметить низкие закупочные цены оптовых и розничных организаций, их нежелание участвовать в возмещении транзакционных издержек наряду с производителями, увеличившуюся конкуренцию со стороны субституты (продукции кондитерской отрасли), заинтересованность властных структур в поддержании невысокого уровня цены на хлеб, некоторое общее снижение его потребления. Такие же тенденции наблюдались и в 2010 году.

В результате опроса были получены следующие результаты.

98,53% семей города Зеленогорска приобретают хлебобулочные изделия, (см. рисунок)

Ценовая политика в отношении производимой продукции определяется востребованностью на рынке сбыта в местах продаж с учетом затрат на доставку

собственным транспортом. Уникальность продукции имеет высокую ценность. Так как аналогичные продукты с таким же содержанием из г. Красноярска на порядок дороже.



Рассчитаем емкость рынка в месяц **Емкость рынка = число покупателей \* число покупок \* среднюю цену;**

Средняя цена хлеба — 30,9 руб.

Средняя цена батона — 44,6 руб.

Средняя цена сдобы — 86,40 руб.

Средняя цена пряников — 80,0 руб.

В результате исследования выяснили, что семья в среднем потребляет за месяц:

-Хлеб 15,683 кг.

- Батонные изделия 1,161 кг.

- Сдоба 2,037кг.

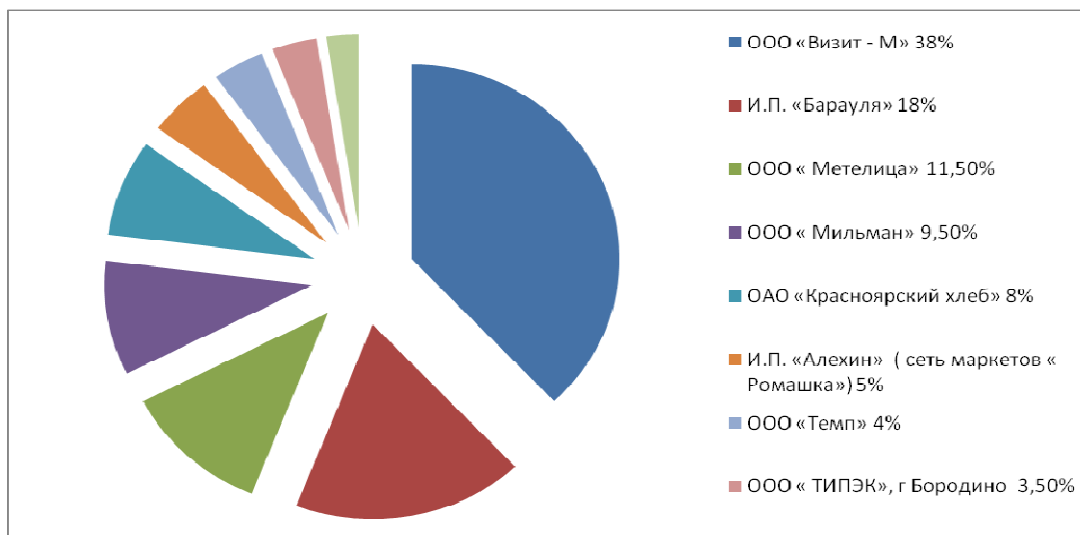
- Пряники 3,752 кг.

Рассчитаем долю рынка, занимаемую «Метелицей» на рынке г. Зеленогорска, (за месяц). Средняя цена массового хлеба: ООО «Метелицы» на рынке города Зеленогорска составила за килограмм 30,9 рубля.

Объем производства хлебопекарни «Метелицы» массового хлеба с расчетом 30 дней составляет 46000 кг.

Из этого следует, что объем продаж массового хлеба хлебопекарни «Метелица» на рынке г. Зеленогорска составил 1 421 400руб. Емкость рынка массового хлеба в Зеленогорске за месяц равна 12 336 861,9руб. (23000семей(30,9\*15,683+44,6\*1,161)).

Доля рынка массовых хлебов = 1 421 400 / 12 336 861,9 = 11,52%



В сравнении с анализом за 2006 год емкость рынка увеличилась с 5 % до 11,52%. Это связано с тем, что выпускаемая продукция всегда свежая, доставляется в необходимом количестве, и в нужное время в торговую сеть во время, что позволяет увеличить объем продаж.

Современное новое оборудование позволило сократить технологический процесс, уменьшить издержки производства и увеличить объем выпускаемой продукции.

В настоящее время покупатель оценивает не только качество выпускаемой продукции, но и полезные свойства выпускаемых изделий. Поэтому для рынка региона разрабатываются и запускаются изделия из экологически чистых продуктов, обогащаются пищевыми волокнами. В состав хлеба и хлебобулочных изделий вносятся витаминно содержащие ингредиенты что способствует повышению пищевой ценности выпускаемой продукции. Данный вид изделий в регион поступает с г. Красноярска. Данная продукция по цене выше выпускаемой на месте. А так же уступает в свежести. Вся продукция сертифицирована.

### **Финансовые результаты реализации проекта, тысячи рублей**

/п	Показатели	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год
	Общая выручка от производства (реализации) продукции по проекту	16203,7	18634,255	21429,40	24643,80	28340,37
	Общие затраты на производство и сбыт продукции по проекту	16764,43	19257,24	20943,38	22486,68	25859,69
	<b>Финансовый результат (п. 1 – п. 2)</b>	<b>-560,73</b>	<b>-622,985</b>	<b>486,02</b>	<b>2157,12</b>	<b>2480,68</b>

Среднегодовая рентабельность показывает что на каждый вложенный рубль мы получаем 1,03 руб. Что весьма не плохо при ежемесячном 1 500 000 обороте предприятия.

Анализ показал, что проект имеет социальную эффективность инвестиционного проекта. Индекс социальной эффективности показал, что заработная плата на предприятии больше в полтора раза, чем прожиточный минимум на территории Красноярского края для трудоспособного населения. Индекс занятости равен 0,05, что больше 0. Индекс показывает, что при модернизации появились дополнительные рабочие места и прирост составил 0,05.