

УДК: 658.1(045)

DOI 10.22213/2413-1172-2018-2-121-125

ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ХЛЕБОПЕКАРНОЙ ОТРАСЛЮ

О. В. Абашева, кандидат экономических наук, ИжГТУ имени М. Т. Калашникова, Ижевск, Россия

Н. А. Тимшина, студентка, ИжГТУ имени М. Т. Калашникова, Ижевск, Россия

Хлебопекарная промышленность является основной отраслью пищевой промышленности. Развитие данной отрасли имеет стратегическую цель государства. Определены государственные программы поддержки развития хлебной отрасли.

Рассмотрено современное состояние хлебопекарной промышленности. На сегодняшний день наблюдается спад производства хлебной продукции. Представлена сравнительная динамика объемов производства по России, Удмуртской Республике и Кировской области. Определены рациональные нормы потребления хлебных продуктов. Сопоставлены рекомендуемые нормы с реальными объемами потребления. Проведен анализ потребительских цен на хлебную продукцию, а также представлен оборот розничной торговли хлеба и хлебобулочных изделий. Выявлено, что в настоящее время предприятия хлебной промышленности все больше ориентируются на нужды потребителей с возрастающими требованиями к качеству продукции на фоне сокращения среднестатистического потребления, значительных изменений конъюнктуры рынка, увеличения цен и возрастания конкуренции между предприятиями. Для этого руководителям данных предприятий необходимо существенно укрепить позицию на рынке, разрабатывая при этом необходимые мероприятия и применяя стратегии развития.

Предложена стратегия диверсификационного роста, которая подразумевает расширение ассортимента хлебной продукции. Данная стратегия позволяет предприятию ускорить следующие изменения в бизнесе – подстраивание под темпы изменения запросов потребителей, появление новых возможностей для ведения бизнеса, развитие и внедрение новых технологий, тем самым улучшая положение предприятий хлебной отрасли.

Ключевые слова: хлебопекарная промышленность, стратегическое управление, рациональные нормы потребления, стратегия диверсификационного роста.

Введение

Хлебопекарная отрасль – это отрасль пищевой промышленности, вырабатывающая различные сорта хлеба, хлебобулочных и бараночных изделий, лечебных и диетических хлебных изделий, сдобных и простых сухарей [1].

В современной литературе существует огромное количество теоретических осмыслений сущности хлебопекарной промышленности.

По мнению Алексеевой Н., в России хлебопекарная отрасль является высокодоходной составляющей экономики [2]. Другие специалисты, например, Старкова О. Я. и Алабужева М. А., считают, что хлебопечение является социально значимой отраслью, так как большинство хлебозаводов, выпускающих основные сорта хлеба, решают важную стратегическую задачу по обеспечению дешевым хлебом как можно большего количества человек. При этом недостаточно выпускать только массовые сорта хлеба и хлебобулочных изделий: чтобы выжить

и быть успешным, необходимо вырабатывать широкий ассортимент изделий [3].

Хлебопекарная промышленность, являясь одной из ведущих отраслей агропромышленного комплекса, обеспечивает население продуктом первой необходимости. Следовательно, и развитие данной отрасли имеет стратегическую цель для государства. Это подтверждается дальнейшей разработкой программ, поддерживающих развитие данной отрасли, среди которых можно выделить Доктрину продовольственной безопасности Российской Федерации, программу «Развитие хлебопекарной промышленности в Российской Федерации» и др. Данные условия способствуют обеспечению качественными хлебобулочными изделиями в объеме и ассортименте, создающем возможности для здорового питания населения.

Цель данного исследования – определить перспективные направления стратегического управления для успешного развития хлебопекарной отрасли.

Обсуждение

В настоящее время предприятия хлебопекарной промышленности все больше ориентируются на нужды потребителей с их возрастающими требованиями к качеству продукции на фоне сокращения среднедушевого потребления, значительных изменений конъюнктуры рынка, увеличения цен и возрастания конкуренции между предприятиями. Для этого руководителям данных предприятий необходимо существенно укрепить позицию на рынке, разрабатывая при этом необходимые мероприятия и применяя современные стратегии развития.

Результаты исследования

Уровень потребления хлеба в России является одним из самых высоких в мире. Но, несмотря на это, на протяжении последних трех лет в России наблюдается спад производства хлеба и хлебобулочных изделий.

В табл. 1 отражена динамика производства хлеба и хлебобулочных изделий (по данным Росстата).

Как видно из табл. 1, производство хлеба и хлебобулочных изделий за период 2015–2017 г. уменьшилось. В России в 2017 г. относительно 2015 и 2016 гг. темпы роста составили 92,9 и 89,7 % соответственно. В Удмуртской Республике по сравнению с Кировской областью производство хлеба и хлебобулочных изделий, а также темпы роста значительно отстают. Это может быть связано с региональными предпочтениями: в Кировской области потребление хлеба на душу населения достаточно высокое –

в среднем за весь период на 8 кг в год больше, чем по России.

Основным критерием оценки эффективности хлебопекарной отрасли считается уровень социальной обеспеченности людей, который позволяет сопоставить рациональные нормы потребления хлебной продукции с реальными объемами потребления.

Рациональные нормы потребления пищевых продуктов, отвечающие современным требованиям здорового питания, представляют собой среднедушевые величины основных групп пищевых продуктов, а также их ассортимент в килограммах на душу населения в год (кг/год/человек), которые учитывают химический состав и энергетическую ценность пищевых продуктов, обеспечивают расчетную среднедушевую потребность в пищевых веществах и энергии, а также разнообразие потребляемой пищи согласно Рекомендаций по рациональным нормам потребления пищевых продуктов, отвечающих современным требованиям здорового питания.

Рекомендуемый объем потребления хлеба согласно нормам 2016 г. приведен в табл. 2.

Проанализировав табл. 2, можно сделать вывод, что нормы потребления, рекомендованные в рамках закона о потребительской корзине, являются единственными, которые подразделяются на три категории населения. При этом трудоспособное население лидирует в потреблении хлебных продуктов по сравнению с нормами ВОЗ и Министерства здравоохранения и социального развития РФ.

Таблица 1. Динамика объемов производства рынка хлеба и хлебобулочных изделий, млн т

Показатель	2015	2016	2017	Отклонение относительное 2016–2015, %	Отклонение относительное 2017–2015, %
Производство хлеба и хлебобулочных изделий в РФ	6,657	6,182	5,971	92,9	89,7
Производство хлеба и хлебобулочных изделий в Удмуртской Республике	0,074	0,067	0,060	90,5	81,1
Производство хлеба и хлебобулочных изделий в Кировской области	0,112	0,111	0,110	99,1	98,2

Таблица 2. Рациональные нормы потребления хлебных продуктов

Норма потребления	Примечание	Рекомендуемый объем
Рекомендации ВОЗ	–	96
Рекомендации Министерства здравоохранения и социального развития РФ	–	95–105
Рекомендации в рамках закона о потребительской корзине РФ	трудоспособное население	131
	пенсионеры	103,4
	дети	78,7

Далее рассмотрим реальные объемы потребления хлебных продуктов (табл. 3).

Сопоставив данные стандарты с реальными объемами потребления в России, Кировской об-

ласти и Удмуртии, увидим небольшие отклонения, а именно, что Кировская область занимает лиди-

рующее положение среди них, а также превышает все рекомендованные нормы потребления.

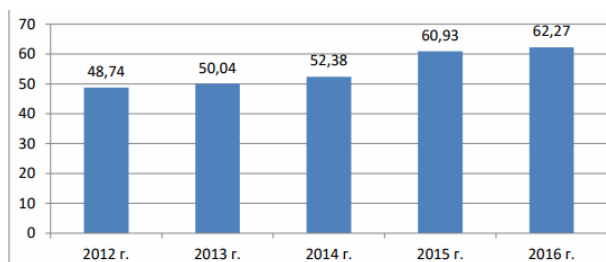
Таблица 3. Потребление хлебных продуктов на душу населения в год, кг

Регион	2015	2016	2017	Отклонение относительное 2016–2015, %	Отклонение относительное 2017–2015, %
РФ	118	117	116	99,15	98,31
Кировская область	128	125	123	97,66	96,10
Удмуртская Республика	116	116	115	100	99,13

Поскольку имеются существенные различия по объему потребления хлебных продуктов по регионам, большое внимание уделяется факторам, определяющим специфику региональной дифференциации данного показателя.

Одним из важнейших факторов, от которых зависит объем потребления в регионах, является денежный показатель, а именно динамика цен.

На рисунке представлены средние потребительские цены на хлеб и хлебобулочную продукцию в РФ.



Средние потребительские цены на хлеб и хлебобулочную продукцию, руб./кг

На рисунке видно, что ежегодно происходит рост цен на данный вид продукции, вследствие чего увеличивается розничный товарооборот хлеба и хлебобулочных изделий (табл. 4).

Данные табл. 4 показывают, что доля расходов на хлеб и хлебобулочную продукцию снижается. Доля хлебной продукции в общем объеме затрат на продовольственные товары уменьшилась на 0,4 %.

Таким образом, несмотря на разнообразие рынка, спрос на хлебопекарную продукцию снижается.

Можно сказать, что хлебопекарная отрасль находится в состоянии застоя, что особенно характерно для регионов РФ. Применение улучшителей при производстве хлебобулочной продукции – эффективная мера, необходимая для прогрессивного развития отрасли, правильный выбор которых позволяет в максимальной степени, учитывая состав сырья и особенности технологии, организовать выработку широкого ассортимента высококачественной продукции, сохраняющей потребительские свойства при хранении [4].

Таблица 4. Оборот розничной торговли хлеба и хлебобулочных изделий, в млрд руб.

Показатель	2015	2016	2017	Изменения 2016–2015, %	Изменения 2017–2015, %
Розничный товарооборот хлеба и хлебобулочных изделий, в России	548,2	566,4	591,9	18,2	43,7
Розничный товарооборот хлеба и хлебобулочных изделий, в % к общему объему затрат на продовольственные товары	4,3	4,0	3,9	-0,3	-0,4

Правительство предпринимает меры совершенствования механизма государственного регулирования. Постепенно повышает стимулы к модернизации и планирует в период до 2020 г. инвестировать на цели хлебопекарной отрасли более 100 млрд руб.

Наиболее существенным методом улучшения функционирования предприятий хлебопекарной отрасли является направление стратегического управления.

Большинство ученых характеризуют стратегическое управление как наиболее современную и эффективную концепцию управления совре-

менными предприятиями. В частности И. Ансофф трактует стратегическое управление как логический и аналитический процесс определения будущего положения предприятия в зависимости от внешних условий деятельности [5]. С. Дау называет стратегическое управление предвидением ситуации в будущем [6].

Чтобы укрепить позицию на рынке, разрабатываются необходимые стратегии развития и применяются соответствующие мероприятия. Возможности дальнейшего развития хлебопекарной отрасли подразумевают расширение внутреннего рынка.

Для данной отрасли может быть характерна разработка стратегий диверсификационного роста – горизонтальной диверсификации (новый продукт, новая технология, старый рынок), которая будет включать в себя разработку модифицированных продуктов хлеба для увеличения спроса на данную отрасль.

Главная особенность горизонтальной диверсификации заключается в том, что предприятия продолжают функционировать с теми же ресурсами и персоналом, но при этом значительно увеличивают горизонты распространения своей продукции.

В настоящее время большое внимание уделяется здоровой и качественной продукции, поэтому спрос на обычный вид хлеба снижается. В связи с этим широкое распространение имеют аналоги хлеба, такие как хлебцы, сухари, галеты. Именно поэтому целесообразно внедрить такой вид продукции, который не отличается по своим базовым характеристикам от обычного хлеба, но при этом считается более полезным и качественным продуктом.

Применяя стратегию диверсификационного роста, можно расширить ассортимент продукции, внедрением продуктов лечебных, профилактических и функциональных сортов хлеба, а также расширением потребления сортов хлебобулочных изделий с использованием ржаной муки. Обеспечение населения безопасной продукцией является одним из обязательных направлений предприятий по производству пищевых продуктов. При грамотном информировании населения о полезных свойствах новых хлебных продуктов для здорового питания можно значительно увеличить спрос потребления на хлебопекарную отрасль.

Выводы

В связи с новыми предпочтениями потребителей к качеству продукции, а также значительным изменениям конъюнктуры рынка предприятиям хлебопекарной промышленности необходимо постоянное совершенствование своей деятельности.

Ежегодное сокращение объемов потребления хлеба приводит к ужесточению конкуренции на рынке, поэтому резервом роста конкурентоспособности является применение и реализация стратегии диверсификации.

Для предприятий, функционирующих на рынке услуг по производству и продаже хлеба и хлебобулочных изделий, эффективность деятельности напрямую зависит от выбранной стратегии, дающей возможность выжить в сложной конкурентной борьбе. Применение

грамотной стратегии позволит предприятию ускорить следующие изменения в бизнесе: подстраивание под темпы изменения запросов потребителей, появление новых возможностей для ведения бизнеса, развитие и внедрение новых технологий, позволяющих быстро распространять и получать информацию [7].

Библиографические ссылки

1. Хлебопекарная промышленность. URL: <http://bse.sci-lib.com/article119218.html> (дата обращения: 10.02.2018).
2. Алексеева Н. Развитие хлебопекарной отрасли в России // Кондитерская и хлебопекарная промышленность. 2017. № 3(70). С. 8–12.
3. Старкова О. Я., Алабузьева М. А. Тенденции развития рынка хлеба в Российской Федерации // Аэкономика: экономика и сельское хозяйство. 2017. № 2(14). URL: <http://aeconomy.ru/science/economy/tendantsii-razvitiya-rynka-khleba-v>
4. Краус С. В. Современное состояние хлебопечения в России // Хлебопродукты. 2016. № 1. С. 12–13.
5. Ансоф И. Стратегическое управление. Экономика, 2000. С. 184.
6. Что такое стратегическое управление URL: <http://topknowledge.ru/strategicheskij-menedzhment/3391-chto-takoe-strategicheskoe-upravlenie.html> (дата обращения: 12.03.2018).
7. Тимшина Н. А., Макишаква А. О., Титова О. В. К вопросу о стратегии предприятий рынка услуг // Социально-экономическое управление: теория и практика. 2017. № 2(31). С. 90.

References

1. Bakery industry. Available at <http://bse.sci-lib.com/article119218.html> (accessed February 10, 2018) (in Russ.).
2. Alekseeva N. (2017). Development of the bakery industry in Russia. *Konditerskaya i khlebopekarnaya promyshlennost'* [Confectionery and bakery industry], vol. 70, no. 3, pp. 8-12 (in Russ.).
3. Starkova O. Ya., Alabuzheva M. A. (2017). Trends in the development of the bread market in the Russian Federation. *Aekonomika: ekonomika i sel'skoe khozyaistvo* [Aeconomy: Economics and Agriculture], vol. 14, no. 2, available at <http://aeconomy.ru/science/economy/tendantsii-razvitiya-rynka-khleba-v> (in Russ.).
4. Kraus S. V. (2016). The current state of bakery in Russia. *Khleboprodukty* [Bread products], no. 1, pp. 12-13 (in Russ.).
5. Ansof I. (2000). Strategic Management. Moscow: *Economics*, pp. 184 (in Russ.).
6. What is strategic management, available at <http://topknowledge.ru/strategicheskij-menedzhment/3391-chto-takoe-strategicheskoe-upravlenie.html> (accessed March 12, 2018) (in Russ.).
7. Timshina N. A., Makshakova A. O., Titova O. V. (2017). On the issue of the strategy of enterprises in the market of services. *Sotsial'no-ekonomicheskoe upravlenie: teoriya i praktika* [Socio-economic management: theory and practice], vol. 31, no. 2, pp. 90 (in Russ.).

Promising Areas of Strategic Management of the Bakery Industry

O. V. Abasheva, PhD in Economics, Kalashnikov ISTU, Izhevsk, Russia

N. A. Timshina, Student, Kalashnikov ISTU, Izhevsk, Russia

The bakery industry is the main branch of the food industry. The development of this industry has a strategic goal of the state. State programs for supporting the development of the grain industry have been determined.

This paper considers the current state of the baking industry. To date, there has been a decline in the production of bread products. Comparative dynamics of production volumes in Russia, the Udmurt Republic and the Kirov region are presented. Rational norms of consumption of bread products are determined. Comparison of recommended norms with real volumes of consumption is carried out. The analysis of consumer prices for grain products was carried out, as well as the turnover of retail trade in bread and bakery products. It is revealed that at present the enterprises of the grain industry are increasingly oriented to the needs of consumers with increasing demands on the quality of products against the background of a reduction in average per capita consumption, significant changes in the market conditions, increasing prices and increasing competition between enterprises. To do this, the managers of these enterprises need to significantly strengthen their position in the market, while developing the necessary measures and applying development strategies.

The paper proposed a strategy of diversification growth, which implied the expansion of the assortment of grain products. This strategy allowed the company to accelerate the following changes in business: adjusting to the pace of changes in consumer demand, the emergence of new business opportunities, the development and introduction of new technologies, thereby improving the situation of the enterprises of the grain industry.

Keywords: bakery industry, strategic management, rational consumption norms, diversification growth strategy.

Получено 26.04.2018