

ТЕНДЕНЦИИ РЫНКА ХЛЕБОБУЛОЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ В САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ

© 2015 Э.Г. Ванина, К.С. Николаева*

Ключевые слова: хлеб, предприятия хлебопекарной промышленности, рынок хлеба, продуктовая линейка, конкурентоспособность, потребительский спрос.

Представлен анализ развития рынка хлебобулочных изделий в Самарской области. Выявлены основные проблемы развития рынка, предложены направления повышения конкурентоспособности предприятий хлебопекарной промышленности.

Цель настоящего исследования - провести анализ рынка хлебобулочных изделий Самарской области, выявить основные проблемы развития рынка и предложить меры по повышению конкурентоспособности предприятий хлебопекарной промышленности. Информационной базой исследования явились данные Росстата и Самарстата, информационно-аналитические порталы, посвященные изучаемому рынку, сайты производителей продукции.

Достигнутый уровень конкурентоспособности пищевой промышленности, а также перспективы ее развития в условиях глобальной конкуренции оказывают непосредственное влияние на уровень жизни населения, стоимость потребительской корзины, условия и качество воспроизводства рабочей силы в национальной экономике¹. Результаты анкетирования аграрных экспертов (руководителей сельхозтоваропроизводителей и предприятий пищевой промышленности) для оценки общественного мнения относительно последствий вступления в ВТО для отечественного АПК показали, что в пищевой и перерабатывающей промышленности, по мнению 89,6% респондентов, существенных изменений после вступления в ВТО не произошло².

В настоящий момент емкость мирового рынка хлеба составляет около 152,5 млн т (данные приблизительные, поскольку на некоторых территориях ситуация не поддается учету). Самыми развитыми рынками являются рынки Западной Европы и США, для которых характерны высокая степень насыще-

ния и низкая скорость роста или даже снижения объемов. Абсолютным лидером в хлебопечении является Германия, где изготавливают около 300 сортов хлебных изделий. Самый большой рынок в стоимостном выражении - в Западной Европе. По объему лидерами являются Африка и Ближний Восток (почти 40 млн т), а по темпам роста - страны Азиатско-Тихоокеанского региона.

Состояние европейских рынков хлеба различно, как и предпочтения населения, исторические и аграрно-климатические условия. В СССР были созданы крупные промышленные хлебопекарные предприятия с мощными производственными линиями, а во многих странах Европы основными игроками рынка являются малые предприятия. Но для Европы и большинства других стран уже многие десятилетия характерна тенденция укрупнения и концентрации производства хлеба и снижения количества малых пекарен из-за повышения автоматизации производства, которое позволяет снизить стоимость производства хлеба.

В РФ лидируют крупные производители, на них приходится более 80% производства. Выпускается более 1000 наименований продукции, в 2014 г. произведено 6,7 млн т³. Начиная с 1990 г. в РФ производство хлеба ежегодно снижается. Из рис. 1 видно, что объем выпуска упал в 2,5 раза⁴.

Если рассматривать реализацию хлеба, то объем российского розничного рынка хлеба составляет сейчас более 500 млрд руб. Данный рынок среди других рынков продовольственных товаров занимает 4-е место

* Ванина Элла Георгиевна, кандидат экономических наук, доцент. E-mail: vaninaella@mail.ru; Николаева Ксения Сергеевна, кандидат экономических наук, доцент. E-mail: vsg63@hotmail.com. - Самарский государственный экономический университет.

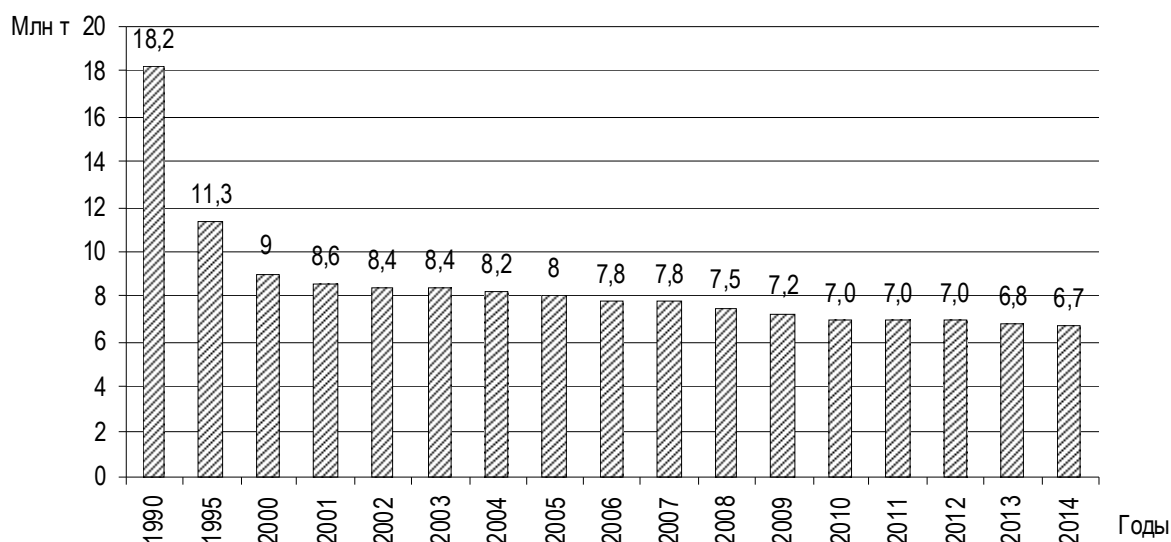


Рис. 1. Динамика производства хлеба и ХБИ в РФ за 1990-2014 гг.

Источник: данные Росстата. URL: <http://www.gks.ru>.

после молочных и мясных продуктов и кондитерских изделий.

В товарной структуре оборота розничной торговли удельный вес ХБИ постоянно снижается (рис. 2). Если в 2000 г. хлеб и ХБИ занимали 3,8% оборота российской розничной торговли в целом и 8,2% оборота розничной торговли продуктами питания, то в 2013 г. - 2,2% и 4,7%, соответственно.

На наш взгляд, основной фактор сокращения рынка - это уменьшение потребления населением хлеба из-за сокращения

его численности, изменения структуры потребления (снижение потребления хлеба, вызванное увеличением доходов населения и изменением отношения к рациону питания), более экономного расходования населением хлеба вследствие его дороговизны. Также повлияло снижение потребительского спроса на хлеб из-за прекращения скормливания скоту. Эксперты считают, что официальное уменьшение производства хлеба может быть свидетельством теннизации отрасли.

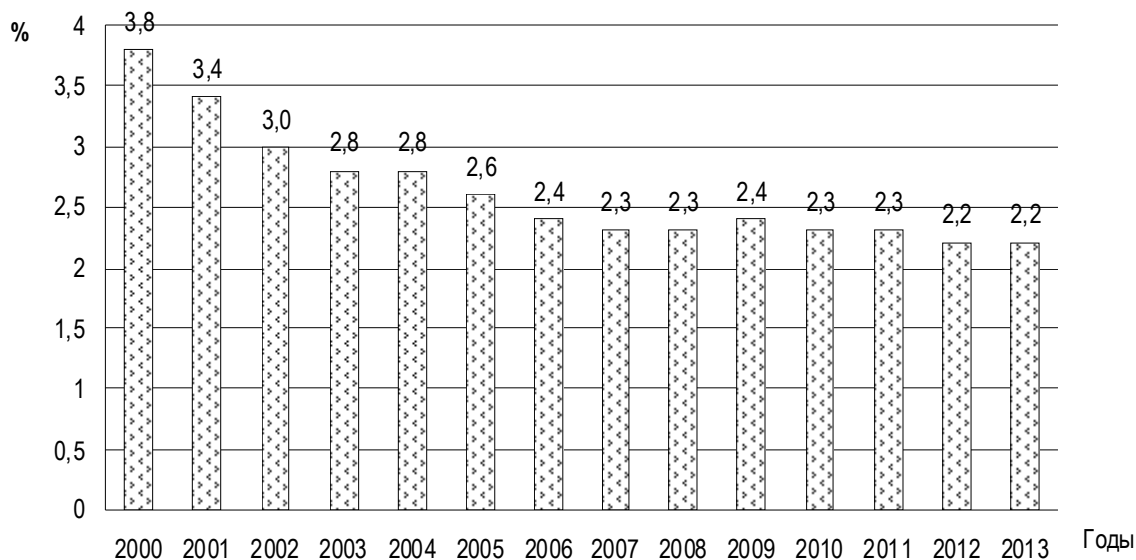


Рис. 2. Удельный вес продаж хлеба в товарной структуре оборота розничной торговли РФ за 2000-2013 гг.

Источник: данные Росстата. URL: <http://www.gks.ru>.

Потребительские расходы россиян составляют около 70% всех расходов, жители Самарской области на покупку товаров и услуг тратят больше, удельный вес этих расходов от 75 до 83%⁵.

Если рассматривать рацион питания (рис. 3), то население РФ сократило потребление картофеля и хлеба при одновременном увеличении потребления всех остальных основных продуктов питания.

приготовления хлеба и использования муки низкого качества.

В Самарской области производство хлеба за последние 5 лет неуклонно снижалось и составило в 2014 г. 102,1 тыс. т, т.е. сокращение составило 20% (рис. 4)⁶. Снижение выпуска хлеба вызвано снижением потребительского спроса.

Хлеб в регионе производят 105 организаций, среди них 10 крупных хлебозаводов в

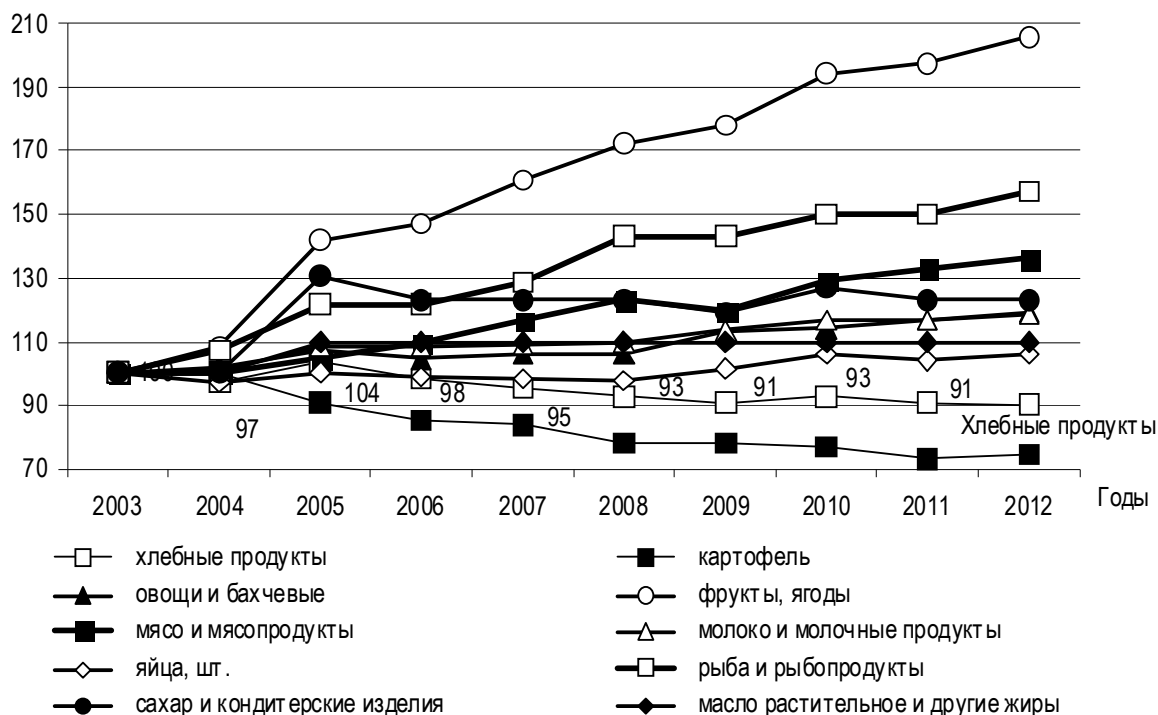


Рис. 3. Индекс потребления продуктов питания в домашних хозяйствах в РФ (в среднем на 1 члена домохозяйства)

Источник: данные Росстата. URL: <http://www.gks.ru>.

Рынок Самарской области, как и рынок РФ, за последнее десятилетие демонстрирует ежегодное уменьшение выпуска хлеба на 4-7%. Хлебозаводы расширяют ассортимент и модернизируют производство, но тем не менее не могут значительно нарастить объемы производства. Низкая рентабельность продукции не способствует притоку инвестиций в отрасль.

В последние 5 лет число крупных и средних хлебозаводов в РФ сократилось почти в 2 раза. В Самарской области наблюдается та же тенденция, что на российском рынке. Сокращение заводского производства происходило и за счет активного развития малых пекарен в небольших населенных пунктах, которые выпускают более дешевую продукцию из-за отклонения от стандартной технологии

в городах области, 22 средних предприятия, а остальные - небольшие пекарни. Основные игроки - Самарский БКК, Самарский хлебозавод № 5, Тольяттихлеб и Самарский хлебозавод № 2 - выпускают до 70% хлебной продукции, при этом имеют невысокую рентабельность из-за стабильного снижения объема рынка и увеличения цен на зерно. Доля производителей из других регионов незначительна, так как хлеб имеет небольшие сроки хранения и экономически оправданное расстояние его доставки невелико. Доля импортированной продукции на рынке региона также невелика и составляет около 1,5%.

Рынок хлеба в натуральном выражении условно делится на два сегмента, его струк-

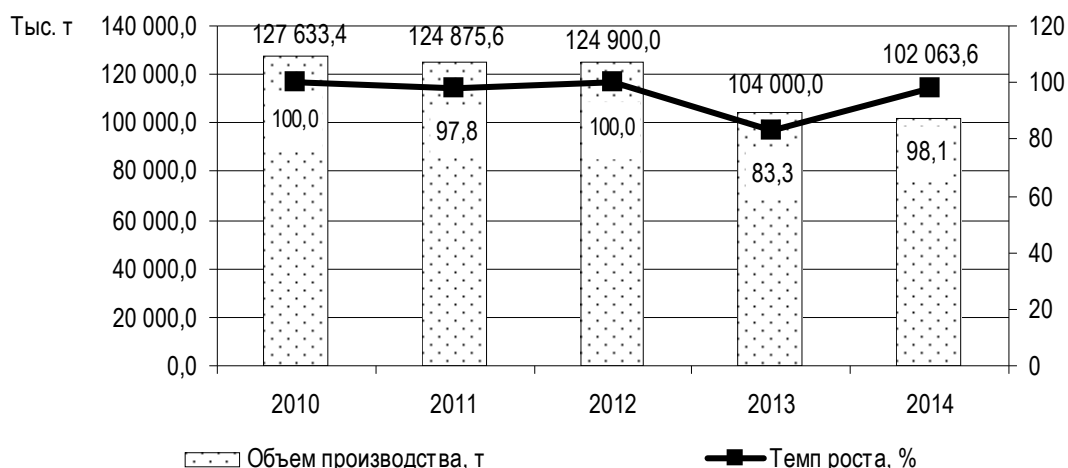


Рис. 4. Динамика выпуска хлеба и хлебобулочных изделий в Самарской области

тура представлена на рис. 5. Изделия реализуются как в упакованном, так и в неупакованном виде.

Если рассмотреть ценовую сегментацию, то к экономичному ценовому сегменту относятся массовые традиционные виды хлеба и хлебобулочных изделий (ХБИ): ржаной, формовой, подовый хлеб, а также сухари и баранки (социальная продукция). В РФ этот сегмент составляет около 65% рынка в натуральном выражении.

ции более затратно, так как требуется дорогостоящее оборудование, в рецепт входит много дорогих компонентов. По прогнозам экспертов, размер нижнего сегмента будет уменьшаться, а премиального - расти.

Структура производства хлеба по видам в регионе такова: хлеб первого сорта составляет 50% рынка, ржаной хлеб - 30%, прочая продукция занимает 20%.

За последние 10 лет происходит изменение предпочтений россиян, в том числе са-

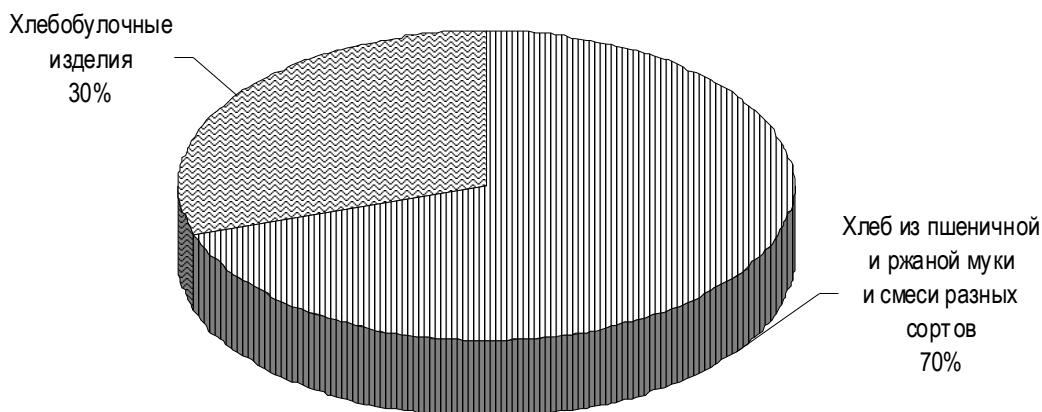


Рис. 5. Сегменты рынка хлеба в РФ в натуральном выражении за 2013 г., %

К среднему сегменту (около 25% рынка) относят брендовую продукцию, национальные виды хлеба (лаваш, хачапури), изделия с добавками (сухофруктами, злаками, орехами), лечебно-профилактические сорта (витаминизированный, с пониженной калорийностью и т.д.), булочки, слойки, пирожки.

В премиальном сегменте (около 10% рынка в натуральном выражении) - хлеб сложной рецептуры и хлеб из натуральных ингредиентов. Производство такой продук-

марцев: люди все чаще выбирают хлеб, который отличается оригинальным рецептом, формой, упаковкой. Производство массовых сортов хлеба сокращается ежегодно примерно на 3-5%. Увеличивается реализация функционального хлеба, мелкостручной булочной продукции, выпечки. Производители постепенно снижают вес выпускаемых изделий.

Считается, что хлеб - это товар первой необходимости и неотлагаемого спроса. Это справедливо к массовым сортам хлеба, спрос

на хлеб среднего и премиум-сегмента ведет себя иначе. В целом спрос на хлеб по цене является относительно неэластичным, а на отдельные сорта хлеба - относительно эластичен, так как при росте цены, например, бородинского хлеба покупатель может легко переключиться на другой ржаной хлеб, хотя кто-то, возможно, останется верен своей привычке. Однако если рынок не насыщен хлебом сегмента "премиум", то покупатели будут более снисходительны к увеличению цены. По нашим оценкам, насыщенность регионального рынка хлебом экономического и среднего сегмента можно считать высокой, премиум-сегмента - низкой.

По данным Минсельхоза РФ, розничные цены на пшенично-ржаной хлеб в РФ с начала 2015 г. выросли на 5,1% - до 39 руб. за килограмм. Пшеничный хлеб подорожал на 4,2% - до 39,4 руб.

На самарском рынке за 3 последних года средние потребительские цены на ХБИ выросли на 40%, за 2014 г. - на 6%. Наибольшую среднюю потребительскую цену имеют булочные изделия (баранки, сушки, сдобная мелкоштучка) (рис. 6).

ржаной хлеб - на 3,9%, на хлеб 1 и 2 сортов - на 4,9%.

Наибольшую прибыль (10% от розничной цены) приносит реализация пшеничного хлеба из муки высшего сорта. Прибыль от реализации пшеничного хлеба из муки 1-2 сортов и ржаного и пшенично-ржаного хлеба составляет 2% розничной цены. Отпускная цена хлебокомбинатов (с учетом НДС и платы за доставку продукции) составляет примерно 84% от розничной цены. Торговая надбавка организаций розничной торговли составляет примерно 14% розничной цены, их прибыль - около 6%.

На региональном рынке хлеб продают сами товаропроизводители и розничные продавцы, в том числе мелкие, которым производители напрямую поставляют хлебобулочную продукцию. Удельный вес мелкой розницы составляет около 20% объема реализации. Из бытовой цепочки практически исключены оптовые организации-посредники из-за короткого срока реализации и ограниченных возможностей установления торговых наценок.

Хлеб реализуется в обычных продуктовых магазинах и в специализированных. Спе-

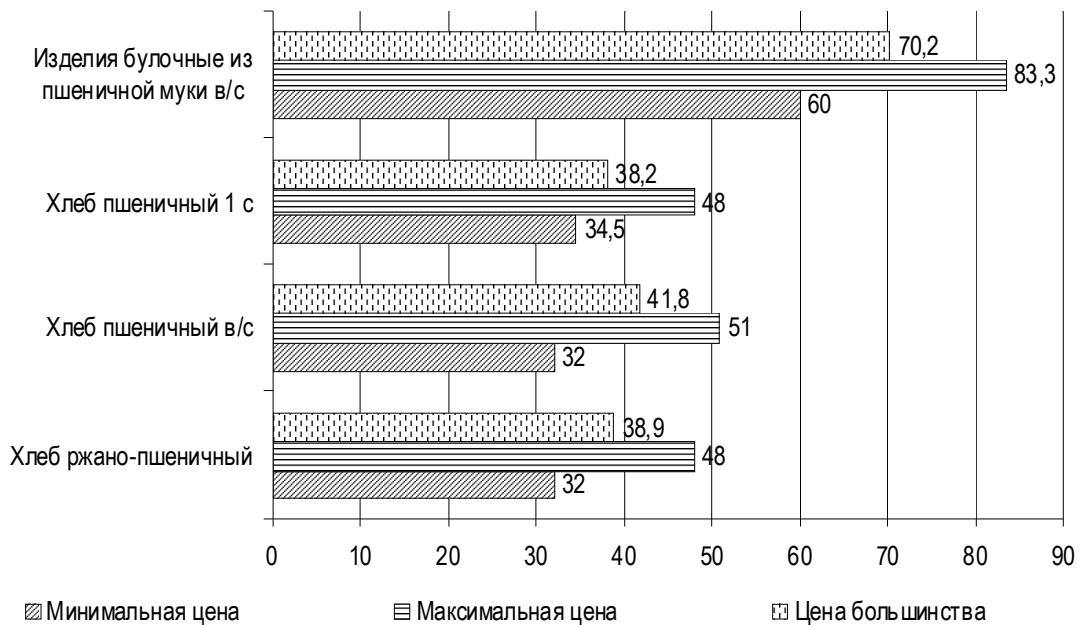


Рис. 6. Уровень розничных цен на ХБИ в Самарской области на 16.01.2015 г., руб./кг

Источник: данные ГБУ "Самара-АРИС". URL: <http://www.agro-inform.ru>.

По состоянию на 1 марта 2015 г. средние отпускные цены составляли 35,3 руб./кг за пшеничный хлеб из муки в/с и 30,6 руб./кг - за ржано-пшеничный, средняя розничная цена на муку увеличилась на 4,6%, на

специализированные торгуют хлебом пяти-шести производителей; обычные - двух-трех.

Требования продавцов к поставщикам хлеба могут значительно отличаться. Так, маленьким магазинам, расположенным рядом

с большими потоками покупателей, наиболее важна цена хлеба. Они нацелены на низкую оптовую цену при невысоких транспортных расходах или среднюю цену при отсутствии транспортных расходов. Из-за высокой аренды такие магазины вынуждены устанавливать большую наценку на реализуемую продукцию. Однако, установив повышенную цену на реализуемый товар, они могут потерять покупателей, которые пойдут за хлебом в ларьки, где более доступные цены из-за более низких затрат.

Для таких крупных магазинов, как “Гипермаркет”, “Супермаркет”, актуальны широта ассортимента, срок хранения хлеба, его внешний вид, форма упаковки.

Для небольших магазинов формата “У дома”, которые расположены в жилых массивах и имеют большой ассортимент товаров, ключевым фактором является объем и частота поставок - чаще всего они закупают хлеб небольшими партиями.

Продукция крупных хлебозаводов, часто одних и тех же названий, представлена почти во всех самарских магазинах. Самый большой ассортимент ХБИ поставляет ОАО “Тольяттихлеб” - около двухсот наименований, из них 30 наименований - хлеба, в основном в упаковке. В структуре рынка существенным сегментом является мелкоштучная продукция, ее количество за последние годы увеличилось в несколько раз, а доля выросла до 30% всего количества продукции хлебозаводов.

Для России характерен один из самых высоких среди развитых стран уровень потребления хлебных продуктов. Хлеб для россиян все еще остается традиционным продуктом, но он стал не так важен, как сорок лет назад, его доля в рационе питания неуклонно сокращается. Сейчас россиянин потребляет в среднем за год около 118 кг хлеба, житель Самарской области - 110 кг хлеба.

По нашим опросам, 62% потребителей приобретают хлебобулочные изделия одновременно с покупкой других продуктов, 33% - отдельно, 5% - по-разному.

Половину покупок хлеба жители Самары совершают в продуктовых магазинах, четверть - в супер- и гипермаркетах (собственное производство) и четверть - в хлебных киосках.

Хлеб покупается в среднем 3-4 раза в неделю. Большое количество покупателей из-

за высокой загруженности на работе не имеют возможности посещать магазин каждый день и покупают продукты в выходные. В связи с этим для них важны длительные сроки хранения изделий.

Таким образом, конкурентная среда в хлебопечении значительно отстает от потребностей рынка. Слабо представлен сегмент премиальной и лечебно-профилактической выпечки. Ассортимент выпускаемых изделий в регионе гораздо уже ассортимента на европейском рынке. Замороженный недовыпеченный хлеб с последующим допеканием поставляется в основном импортного производства. Хотя такой хлеб чаще всего покупается для нужд кафе и ресторанов, постепенно он приобретает популярность среди населения.

Есть проблемы с качеством хлеба. Россия относится к мировым лидерам по производству и экспорту зерна, однако качество российской муки нестабильно. По оценкам Российского союза мукомольных и крупяных предприятий, около 40% муки производят кустарные производства, не обеспечивающие безопасность производимой муки из-за низкого качества используемого зерна. Они часто не имеют оборудования по очистке зерна от вредных примесей и используют сокращенную технологическую схему переработки зерна.

Для выпечки некоторых сортов хлеба необходима мука из пшеницы твердых сортов, предложение которой на рынке очень ограничено.

Выпускать хлеб с высокой добавленной стоимостью российским производителям мешает их технологическая отсталость. Их производительность труда гораздо ниже зарубежных производителей. Многие хлебозаводы используют старое оборудование, что приводит к высоким энергозатратам, не позволяет наращивать выпуск продукции и менять ассортимент.

Рентабельность продаж хлебобулочных изделий из пшеничной муки высшего сорта хлебокомбинатов составляет 13%, а из пшеничной муки 1-2 сорта и ржаного хлеба - около 2%, а рентабельность продаж всех видов хлебобулочных изделий в рознице - 6%. Поэтому, чтобы повысить рентабельность, многие предприятия вводят в продуктовую линейку кондитерские изделия. Низ-

кая рентабельность не позволяет привлекать долгосрочные кредиты и накапливать собственные средства для переоснащения производства.

Причина низкого уровня рентабельности производителей хлеба, в том числе и из-за достаточно низкого их конкурентного потенциала, в межотраслевом обмене, из-за чего производители не могут активно влиять на цены на сырье и распределение доходов. Занимающие более сильные конкурентные позиции торговые организации увеличивают размер своей задолженности перед производителями.

Исходя из результатов проведенного анализа, можно сделать следующие выводы. Розничный рынок хлеба занимает 4-е место после молочных и мясных продуктов и кондитерских изделий, при этом удельный вес хлеба в структуре оборота розничной торговли ежегодно снижается. Сокращение выпуска хлеба на 4-7% ежегодно вызвано снижением потребительского спроса, хотя для России все еще характерен один из самых высоких среди развитых стран уровень его потребления, несмотря на неуклонное сокращение его доли в рационе питания.

На рынке лидируют крупные производители (80% объема производства), но их число постоянно снижается. Низкая рентабельность продукции не способствует притоку инвестиций в отрасль. Средние потребительские цены на ХБИ выросли за 5 лет на 40%.

На региональном рынке хлеб продают сами товаропроизводители и розничные продавцы, удельный вес мелкой розницы составляет около 20% объема реализации.

Производство массовых сортов хлеба ежегодно сокращается примерно на 3-5% при увеличении в несколько раз реализации функционального хлеба, мелкоштучной булочной продукции, выпечки. По прогнозам экспертов, размер экономического ценового сегмента (65% рынка) в ближайшие 10 лет будет уменьшаться, а премиального (10% рынка) - расти.

Конкурентная среда в хлебопечении значительно отстает от потребностей рынка: слабо представлен сегмент премиальной и ле-

чебно-профилактической выпечки, ассортимент выпускаемых изделий в регионе гораздо уже европейского ассортимента, приобретающий популярность среди населения замороженный недовыпеченный хлеб производят в основном зарубежные производители, после введения экономических санкций его количество значительно сократилось.

Сильно влияют на рыночную ситуацию условия работы производителей со смежниками. Волатильность цен на хлеб связана в основном с их колебанием в смежных отраслях, прежде всего, на муку. Поэтому для стабилизации ситуации необходимо предпринимать комплексные меры по развитию производства зерна, муки и других потребляемых видов сырья, стимулированию конкуренции, совершенствованию механизмов ее регулирования и выравниванию конкурентных потенциалов всех участников "хлебной цепочки".

Производителям хлеба следует больше уделять внимания позиционированию продукции на рынке и эффективной рекламе, разработать четкую конкурентную стратегию развития, ориентированную на полное удовлетворение потребностей клиентов.

¹ *Адырхаева Г.Д.* Усиление конкурентных преимуществ предприятий пищевой промышленности // Проблемы совершенствования организации производства и управления промышленными предприятиями: межвуз. сб. науч. трудов. Самара: Изд-во Самар. гос. экон. ун-та, 2014. Вып. № 1. С. 11-14.

² *Некрасов Р.В., Гусакова Е.П.* Оценка адаптации аграрного кластера Самарской области к нормам и правилам ВТО // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2015. № 4 (126).

³ Официальный сайт Российского союза предприятий хлебопекарной промышленности. URL: <http://roshleb.com/>.

⁴ Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. URL: <http://www.gks.ru>.

⁵ *Ванина Э.Г.* Анализ доходов населения Самарской области // Научные труды SWORLD. 2012. Т. 23. № 2. С. 50-54.

⁶ Официальный сайт Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Самарской области. URL: <http://samarastat.gks.ru>.

Поступила в редакцию 22.04.2015 г.