

Ссылка для цитирования этой статьи:

Лазарева О.С., Советов И.Н. Оценка внутренних факторов конкурентоспособности хлебопекарного предприятия // Электронный научный журнал «Век качества». 2021. №3. С. 176-188. Режим доступа: <http://www.agequal.ru/pdf/2021/321012.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

УДК 338

Оценка внутренних факторов конкурентоспособности хлебопекарного предприятия

Лазарева Оксана Сергеевна,
*к.э.н., доцент, Оренбургский филиал
Российский экономический университет им Г.В. Плеханова,
460000, Оренбург, ул. Пушкинская 51
Lazareva.OS@rea.ru*

Советов Иван Николаевич,
*к.э.н., доцент, Оренбургский филиал
Российский экономический университет им Г.В. Плеханова
460000, Оренбург, ул. Пушкинская 51
sovetov.bk@gmail.com*

В статье рассматриваются основные факторы, влияющие на состояние рынка хлеба и развитие производства хлебобулочной продукции. Уделяется особое внимание внутренним факторам конкурентоспособности хлебопекарного предприятия. Проводится анализ факторов производства, их состояния и эффективности использования. Дается оценка сильных и слабых сторон деятельности хлебопекарного предприятия, его возможностей развития и возникающих угроз деятельности.

Ключевые слова: хлебобулочная продукция, угрозы рынка хлеба, факторы производства хлеба, внутренние факторы конкурентоспособности.

Хлебобулочная продукция относится к категории важных и незаменимых продуктов, она постоянно пользуется спросом и является важной составляющей рациона [1]. Производство хлеба, как деятельность, должно удовлетворять потребности населения. В настоящее время крупные

хлебозаводы производят традиционные сорта белого и серого хлеба, постепенно сокращают свою долю на рынке. Их вытесняют своими действиями и ассортиментом булочные, пекарни-магазины, мобильные кафе-кондитерские.

Весомое значение в такой структурной перестройке рынка имеют новые модные тенденции: ориентиры на здоровое питание, предпочтение цельнозернового хлеба, хлеба диетического, хлеба с добавками, покупки в специализированных хлебных магазинах (булочных) [2, 3]. Потребители в последнее время стремятся приобрести именно свежий хлеб в небольших пекарнях около своего дома. Кроме того, российские потребители жаждут разнообразия.

Крупные хлебозаводы не могут быстро реагировать на запросы потребителей и обеспечить такое разнообразие. Они развиваются и функционируют в одном направлении, определенном заданной на несколько лет технологией производства. В отличие от них мини-пекарни и другие формы организации производства как формат малого и среднего бизнеса ориентируются на изменение предпочтений и настроений потребителей, способны быстро изменять технологию, ассортимент.

Вопрос расширения ассортимента хлебобулочной продукции становится очень актуальным. Отрасль еще совсем недавно была достаточно консервативной. В настоящее время доля новых видов продукции в хлебопекарной отрасли составляет около 5%. Складывается тенденция усиления внимания потребителей к широте ассортимента и качеству хлебобулочной продукции. Поэтому появление новой продукции обязательно должно сопровождаться контролем ее качества и введением жестких требований на хлебопекарном производстве применительно и к традиционной продукции.

В отечественной отрасли производства хлебобулочной продукции есть две основные внутренние проблемы. Первая проблема заключается в значительном устаревании, отсталости материально-технической базы.

Поэтому без полной модернизации отрасли невозможны ее развитие и мобильное следование рыночной конъюнктуре. Вторая проблема заключается в уменьшении потребления хлеба, вследствие чего падают продажи, увеличивается конкуренция не только внутри отрасли, но и среди предприятий всей продовольственной сферы.

Потребление хлеба в различных сегментах рынка снижается по разным причинам. В сегменте потребителей с высокими доходами (премиум-класса) появилась мода на здоровое питание, и потребители начали следить за здоровьем и отказываться от хлеба. В среднем ценовом сегменте (средний класс) потребители также реже покупают хлеб в магазинах. При этом они ориентируются на небольшие пекарни или самостоятельно выпекают хлеб. Здесь сказываются массовое увлечение здоровым образом жизни, потребность в разнообразии питания, сокращение времени (иногда просто его недостаток) на ведение домашнего хозяйства. В низком ценовом сегменте (эконом-класс) продажи хлеба падают в связи с его подорожанием. Если раньше хлеб могли закупать впрок с большим запасом, то сейчас покупают только по потребности.

В условиях современной экономики перечисленные тенденции влияют на то, что конкурентная среда постепенно усложняется. Появляются новые участники, новые интересы, тем самым конкурентные силы и их векторы имеют разнонаправленные значения. Авторами проведено исследование факторов конкурентоспособности хлебопекарного предприятия, функционирующего в небольшом городе – г. Сорочинске Оренбургской области. В последние годы здесь действовало два крупных хлебопекарных предприятия, одно из которых долгое время находилось на стадии банкротства и в 2020 г. было ликвидировано. Дополнительно предложение хлеба в Сорочинском районе формируется за счет централизованных поставок в крупные торговые сети «Пятерочка», «Магнит», где представлен ассортимент хлебобулочной продукции производителей из других районов Оренбургской области и страны.

Исследуемое нами предприятие имеет небольшие размеры и относится к малым предприятиям (см. табл. 1). За последние три года размеры производства и размеры компании существенно не изменились. Значителен прирост активов хлебопекарного предприятия, но он связан с объективными факторами - усилением напряжения в финансовой сфере, что проявляется в увеличении дебиторской и, соответственно, кредиторской задолженности. В последнее время производство хлебобулочной продукции значительно увеличилась именно в небольших пекарнях. По численности их значительно больше, чем крупных хлебопекарных предприятий.

Таблица 1

Динамика основных показателей размера хлебопекарного предприятия

Наименование	2017 г.	2018 г.	2019 г.	Абсолютное отклонение, +/-	Темп роста, %
Среднесписочная численность работников за год, чел.	14	15	15	1,0	107,1
Среднегодовая стоимость основных средств, тыс. руб.	1863	1863	1863	0,0	100,0
Среднегодовая стоимость активов, тыс. руб.	4477	5203	6185	1708,0	138,2
Среднегодовая величина энергетической мощности, тыс. кВт	7,2	7,92	7,92	0,7	110,0
Выручка, тыс. руб.	13 171	12 940	13 460	289,0	102,2

По данным экспертов, одна треть хлеба сейчас производится на небольших предприятиях и в домашних хозяйствах. Изучаемое хлебопекарное предприятие является вторым по размерам производства хлеба предприятием в районе.

Размер основных фондов предприятия за исследуемый период не изменился. В их состав включены производственное оборудование для выпечки хлеба и транспортные средства. Оборотные средства предприятия за 2017-2019 гг. выросли на 66,3% (см. табл. 2). При этом с одинаковым темпом

возросли и запасы, и дебиторская задолженность покупателей. Хлебопекарное предприятие предоставляет для крупных покупателей отсрочку оплаты на 14 дней.

Таблица 2

Динамика оборотных средств хлебопекарного предприятия
на конец года за 2017-2019 гг., тыс. руб.

Наименование показателя	2017 г.	2018 г.	2019 г.	Абсолютное отклонение, +/-	Темп роста, %
Запасы	563	825	901,	338,0	160,0
Дебиторская задолженность	2397	887	4 020	1623,0	167,7
Денежные средства и денежные эквиваленты	0,4	7,0	1,0	0,6	250,0
Итого	2960,4	3719,0	4922,0	1961,6	166,3

Структурные изменения на продовольственном рынке г. Сорочинска и укрупнение торговых предприятий повлияли на юридическое изменение поставок хлебобулочной продукции. Изменение юридических параметров покупателей, изменение мест торговли и, как следствие, мест поставки продукции отразились и на обороте средств предприятия. Денежные средства на расчетном счете предприятия не остаются, они сразу используются для производственно-финансовых целей [6]. В структуре оборотных средств свыше 80% приходится на дебиторскую задолженность (см. табл. 3). Запасы сырья составляют до 20%, доля денежных средств незначительна.

Таблица 3

Структура оборотных средств хлебопекарного предприятия
на конец года в 2017-2019 гг., %

Наименование показателя	2017 г.	2018 г.	2019 г.	Абсолютное отклонение, +/-
Запасы	19,0	22,2	18,3	-0,71
Дебиторская задолженность	81,0	77,6	81,7	0,71
Денежные средства и денежные эквиваленты	0,01	0,19	0,02	0,01
Итого	100,0	100,0	100,0	0,00

Сложившаяся структура оборотных средств и их размер отразились на показателях эффективности использования оборотных средств хлебопекарного предприятия (см. табл. 4). Предприятие имеет только две точки самостоятельных продаж, основную долю продукции поставляют в торговые точки г. Сорочинска. В связи с увеличением срока поступления денег от покупателей на предприятии вынуждены увеличивать запасы сырья для выпечки хлеба, их средняя величина приближается к 1 млн руб. Постоянный дефицит денежных средств, замораживание их в виде дебиторской задолженности, сказываются на удлинении оборота. Общее время одного оборота оборотных средств составило 117 дней и увеличилось на 61%. Размер выручки практически не изменился – прирост составил только 2,2%. Среднедневная выручка составляет 36 тыс. руб. В сутки хлебопекарным предприятием производит около 1600 единиц хлеба и хлебобулочных изделий, и эта величина существенно не изменяется.

Таким образом, сохраняя свою долю на рынке хлеба в г. Сорочинске, предприятие принимает на себя отрицательное влияние экономической ситуации партнеров – покупателей хлебобулочной продукции (задержки с оплатой, замедление кругооборота средств). Поэтому на данном предприятии снижается эффективность использования оборотных средств: сокращается количество оборотов в течение года, растет время оборачиваемости, увеличивается коэффициент загрузки. В 2019 г. существенно снизилась рентабельность оборотных средств предприятия и составила только 2,8%.

Таблица 4

Оценка эффективности использования оборотных средств
на хлебопекарном предприятии

Наименование показателей	2017 г.	2018 г.	2019 г.	Абсолютное отклонение, +/-	Темп роста, %
Выручка, тыс. руб.	13 171	12 940	13 460	289,0	102,2
Однодневная выручка, тыс. руб.	36,1	35,5	36,9	0,8	102,2
Средний остаток оборотных средств всего, тыс. руб.:	2614,0	3339,5	4320,5	1706,5	165,3
запасы	623,0	694,0	863,0	240,0	138,5
денежные средства	1	3,5	4,0	3,0	400,0
дебиторская задолженность	1990	2642,0	3453,5	1463,5	173,5
Коэффициент оборачиваемости, всего:	5,0	3,9	3,1	-1,9	61,8
запасы	21,1	18,6	15,6	-5,5	73,8
денежные средства	13 171,0	3697,1	3365,0	-9806,0	25,5
дебиторская задолженность	6,6	4,9	3,9	-2,7	58,9
Время 1 оборота всего, дни:	72,4	94,2	117,2	44,7	161,7
запасы	17,3	19,6	23,4	6,1	135,5
денежные средства	0,0	0,1	0,1	0,1	391,4
дебиторская задолженность	55,1	74,5	93,6	38,5	169,8
Коэффициент загрузки, всего	0,20	0,26	0,32	0,1	161,7
Чистая прибыль, тыс. руб.	172	94	136	-36,0	79,1
Рентабельность оборотных средств, %	5,8	2,5	2,8	-3,0	47,6

Общие результаты деятельности хлебопекарного предприятия представлены в табл. 5., небольшой прирост выручки сопровождается чуть большим приростом затрат предприятия. При сохранении цены в среднем за последние три года цена продукции увеличилась на 0,5-1 руб., затраты выросли значительно больше: стоимость электроэнергии на 15%, топлива - почти на 20%. Хорошие урожаи зерна в последние годы и хорошая ситуация на рынке зерна и муки положительно повлияли на сохранение себестоимости производства хлеба и хлебобулочной продукции. Несколько снизилась эффективность использования ресурсов предприятия: сократилась производительность труда, на 7% колеблется фондовооруженность и

фондоотдача. Показатели рентабельности затрат и продаж имеют невысокие значения и также снижаются по сравнению с 2017 г.

Таблица 5

Динамика основных показателей деятельности хлебопекарного предприятия

Наименование	2017 г.	2018 г.	2019 г.	Абсолютное отклонение, +/-	Темп роста, %
Выручка, тыс. руб.	13 171	12 940	13 460	289,0	102,2
Себестоимость продаж, тыс. руб.	12 385	12 398	12 810	425,0	103,4
Среднесписочная численность работников за год, чел.	14	15	15	1,0	107,1
Среднегодовая стоимость основных фондов, тыс. руб.	1863	1863	1863	0,0	100,0
Прибыль от продаж, тыс. руб.	373	187	261	-112,0	70,0
Чистая прибыль, тыс. руб.	172	94	136	-36,0	79,1
Фондовооруженность труда, тыс. руб./чел.	133,1	124,2	124,2	-8,9	93,3
Фондоотдача	7,07	6,95	7,22	0,2	102,2
Производительность труда, тыс. руб./чел.	940,8	862,7	897,3	-43,5	95,4
Рентабельность затрат, %	1,39	0,76	1,06	-0,3	x
Рентабельность продаж, %	2,8	1,4	1,9	-0,9	x

В настоящее время для хлебопекарного предприятия становится важной проблема расширения ассортимента хлебобулочной продукции. В г. Сорочинске и селах района, как в целом в отрасли, увеличивается внимание потребителей к качеству и разнообразию хлебобулочной продукции. Отрасль находится на стадии начала инноваций в хлебопекарном производстве: изучение и создание новых свойств зерна, разработка на этой основе новых сортов хлебобулочных изделий, инновации в технологии, оборудовании.

На основании изучения внешней среды, складывающейся в стране, регионе и в Сорочинском районе, а также факторов, воздействующих на развитие рынка хлебобулочной продукции, нами были сформулированы основные сильные и слабые стороны хлебопекарного предприятия и описаны главные возможности и угрозы его развития. В проведенном SWOT-анализе обозначены четкие направления развития для предприятия (см. табл. 7).

К сильным сторонам деятельности хлебопекарного предприятия относятся наличие устойчивых связей с торговыми точками в г. Сорочинск, которые уже долговременно работают именно с их продукцией, имеются налаженные взаимоотношения по логистике, платежам, ассортименту [7]. Несмотря на различные изменения статуса торговых предприятий (смена собственников, места торговли, персонала) договора поставки заключаются с хлебопекарным предприятием.

Таблица 7

SWOT-анализ хлебопекарного предприятия

Сильные стороны	Возможности
<ul style="list-style-type: none">– Устойчивые продажи и устойчивые каналы сбыта в г. Сорочинске– Высокое качество продукции и проверенная продукция	<ul style="list-style-type: none">– Ориентиры потребителей на новые формы, размеры, свойства хлебобулочной продукции– Рост потребности на покупку готовой продукции из теста и полуфабрикатов– Сокращение доходов у части населения и переориентация рациона на дополнительное потребление простого хлеба– Сокращение самостоятельного хлебопечения в селах района и появление неудовлетворенного регулярного спроса
Слабые стороны	Угрозы
<ul style="list-style-type: none">– Узкий ассортимент продукции, отсутствие новинок согласно новым потребностям– Слабая дифференциация цен– Малые сроки хранения продукции– Слабая представленность продукции в торговых точках города, отсутствие в федеральных сетях и магазинах района– Отсутствие понимания необходимости развития собственной сети торговых точек (нет обоснованной стратегии)– Отсутствие источников для инвестиций	<ul style="list-style-type: none">– Рост числа конкурентов в городе за счет появления мини-пекарен и поставок из крупных городов– Увеличение цен на сырье, энергоресурсы, налогов и прочие затраты– Сокращение количества поставщиков, ослабление их надежности в связи со структурными изменениями аграрного рынка– Миграция населения района из г. Сорочинска в крупные города области, страны

Второй сильной стороной (и она тесно связана с первой) является высокое качество хлеба и проверенная временем номенклатура продукции.

Есть устойчивый спрос среди населения на хлебобулочную продукцию именно данного производителя.

В то же время в деятельности предприятия существуют значительные недостатки, слабые стороны. Ассортимент включает в себя 15 наименований продукции, причем наибольшую долю составляют 6 позиций: хлеб высшего и первого сортов, батон нарезной и молочный, хлеб украинский (с добавлением ржаной муки) в двух формах. Другие сорта производятся в небольших количествах, а новинки если и появляются, то также быстро снимаются с производства.

Хлебобулочная продукция производится в неупакованном виде, поэтому сроки хранения не превышают трех суток. Предприятие не принимает возвраты непроданной в торговле продукции. Эти факторы ограничивают распространение продаж в селах Сорочинского района. Упаковка продукции и некоторое изменение технологии производства позволят значительно увеличить сроки хранения - до 7-14 дней.

На предприятии не разработана система цен. Всем торговым предприятиям продукция поставляется по единой цене, которая только на 2-3 руб. ниже цены в собственных местах продажи. Нет системы ценового стимулирования продаж для предприятий торговли, не продумана дифференциация цен на новинки, неходовую продукцию, продукцию с истекающим сроком хранения, при собственной продаже и через торговые точки и т.п.

Узкий ассортимент, отсутствие упаковки, недлительные сроки хранения становятся в свою очередь причинами слабой представленности продукции в торговых точках города и отсутствия в федеральных сетях и магазинах района. Предприятие функционирует, используя только внутренние источники, которых явно недостаточно. Привлечение внешних источников инвестиций позволит вкладывать средства в развитие производственной базы,

направленной на расширение ассортимента и, главное, внедрение новинок на рынок, создание, расширение и стимулирование системы продаж.

Еще одной слабой стороной предприятия является отсутствие обоснованной стратегии. В компании нет понимания направлений и перспектив развития. Работа в старом существующем сегменте приносит стабильные доходы, но присутствует понимание необходимости развития, изменений. На предприятии готовятся к разработке стратегические решения, направленные на расширение производства и развитие собственной сети торговых точек и/или усиление действий по сбыту продукции через существующие каналы и/или работа с районными торговыми предприятиями, федеральными сетями.

Список литературы

1. Агропромышленный портал (АГРОХХИ). - URL: <https://www.agroxxi.ru/mirovyeagronovosti/v-reitinge-globalnogo-indeksa-prodovolstvennoi-bezopasnosti-rossijazanimaet-42-mesto-iz-113-stran.html>.
2. Анализ российского рынка хлеба и хлебобулочных изделий: итоги 2017 г., прогноз до 2020 г. [Электронный ресурс] // РБК Магазин исследований. - Режим доступа: <https://marketing.rbc.ru/articles/10575/>. - Загл. с экрана.
3. Анализ российского рынка хлеба и хлебобулочных изделий: итоги 2019 г., прогноз до 2022 г. / Neoanalytics, 22 мая 2020 [Электронный ресурс] // РБК Магазин исследований. - Режим доступа <https://marketing.rbc.ru/articles/11527/>.
4. Анализ рынка хлеба и хлебобулочных изделий в России в 2015-2019 гг., оценка влияния коронавируса и прогноз на 2020-2024 гг. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: https://businessstat.ru/images/demo/bread_russia_demo_businessstat.pdf.
5. Богданова О.В., Алексеева Л.В., Петрова А.А. Современное состояние и тенденции развития российского рынка хлеба и хлебобулочных изделий //

Вестник Тверского гос. университета. Серия: Экономика и управление. 2019.
№ 2. С. 167-174.

6. Лазарева О.С., Советов И.Н. Управление дебиторской задолженностью предприятий // Век качества. 2020. № 4. С. 84-94. - Режим доступа: <http://www.agequal.ru/pdf/2020/420006.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана.

7. Лазарева О.С., Советов И.Н. Разработка стратегии хлебопекарного предприятия на местном рынке хлебобулочной продукции // Актуальные проблемы экономической деятельности и образования в современных условиях: электронный сборник XVI Международной научно-практической конференции, проведенной 21 апреля 2021 г. - Волгоград: Сфера, 2021. - С. 77-85.

8. Огородникова Е.П., Сингаева Ю.В. Цифровизация агропромышленного комплекса Российской Федерации // Век качества. 2020. № 3. С. 60-71. - Режим доступа: <http://www.agequal.ru/pdf/2020/320004.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана.

9. Советов И.Н. Использование земельного потенциала в Оренбургской области // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. 2006. № 12. С. 52-55.

10. Стратегия развития пищевой и перерабатывающей промышленности Российской Федерации на период до 2020 года: Распоряжение Правительства РФ от 17.04.2012 N 559-р (ред. от 13.01.2017). [Электронный ресурс]. - Режим доступа: www.consultant.ru/edu.consultant.ru/. - Загл. с экрана.

Assessment of internal factors of competitiveness of a bakery enterprise

Lazareva Oksana Sergeevna,

*Ph. D., associate Professor, Orenburg branch
of Plekhanov Russian University of Economics
460000, Orenburg, Pushkinskaya str. 51
Lazareva.OS@rea.ru*

Sovetov Ivan Nikolaevich,

*Ph. D., associate Professor, Orenburg branch
of Plekhanov Russian University of Economics
460000, Orenburg, Pushkinskaya str. 51
sovetov.bk@gmail.com*

The article considers the main factors affecting the state of the bread market and the development of the production of bakery products. Special attention is paid to the internal factors of the competitiveness of the bakery enterprise. The analysis of production factors, their condition and efficiency of use is carried out, the assessment of the strengths and weaknesses of the bakery enterprise, its development opportunities and emerging threats to its activities is given.

Keywords: bakery products, threats to the bread market, factors of bread production, internal factors of competitiveness.