

УДК 339.138

## **Основные направления инновационного развития хлебопекарной отрасли на материалах КУП «Минскхлебпром» хлебозавода «Автомат»**

**Марченко Дина Сергеевна** – магистрант кафедры Маркетинга Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации.

**Бондаренко Валерий Семенович** – кандидат географических наук, доцент кафедры Маркетинга Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации.

*Аннотация:* В данной работе была проанализирована маркетинговая деятельность КУП «МИНСКХЛЕБПРОМ» хлебозавода «Автомат», выявлены основные направления инновационного развития хлебопекарной отрасли, проведен анализ, а также даны рекомендации по совершенствованию инновационной стратегии развития данного предприятия.

*Ключевые слова:* Инновации, технологии, хлебобулочные изделия, ассортимент, рынок, сбыт, конкуренция, стратегия предприятия.

Анализ новых тенденций, характеризующих мировую экономику, показывает, что уровень развития страны и благосостояния населения во многом определяется способностью ее экономики адаптироваться к изменениям, происходящим под влиянием стремительных темпов научно-технологического развития. Происходит формирование инновационного типа воспроизводства, при котором потребитель, как правило, оказывает предпочтение товару не только с более низкой ценой, но и новыми потребительскими свойствами, более высоким качеством и научно-техническим уровнем. В развитых экономических системах рыночного типа успех в конкурентной борьбе определяется способностью уловить новые потребности, быстро наладить производство и реализацию нового вида продукции. Стремительное развитие науки, инновационной деятельности приобретает для Беларуси особое, стратегическое значение. В условиях либерализации экономики, процессов глобализации, вступления новых стран во

Всемирную торговую организацию и в связи с расширением Европейского Союза научно-технический прогресс должен обеспечить реализацию важнейших задач по повышению наукоемкой отечественной продукции, росту ее конкурентоспособности на внутренних и внешних рынках, снижению ресурсных затрат на единицу ВВП, повышению качества изделий. Международные аналитики, характеризуя состояние экономики Беларуси, делают вывод о наличии значительных интеллектуальных ресурсов в республике. Эксперты Организации Объединенных Наций отмечают, что здесь накоплен богатейший опыт в области исследований и разработок имеющий коммерческий потенциал на миллиарды долларов.

В настоящее время белорусские предприятия крайне нуждаются в совершенствовании технологии производства или модернизации. Поэтому, руководство Республики Беларусь ставит перед собой одну из главных задач — создать благоприятную среду для активизации инвестиционных вложений в Научно-исследовательскую и опытно-конструкторскую работу. При этом планируется направить 99 триллионов белорусских рублей на реализацию мероприятий государственной программы инновационного развития на 2011–2015 годы. В этой ситуации крайне важно тщательно проанализировать предпосылки и перспективы формирования инвестиционных процессов в государстве, чтобы средства не были потрачены впустую.

На сегодняшний день большинство ученых и специалистов пришло к выводу, что инновации эволюционировали из общепринятых нововведений в процессы, в главную движущую мощь экономического и социального развития. Именно благодаря инновационной деятельности мировое сообщество подошло к более высокой ступени развития. Беларусь, ее ученые и промышленники пока что не числятся на мировой арене среди инноваторов. Но, учитывая тот факт, что в последнее время государство способствует финансированию передовых идей, потенциал у белорусской науки все же, есть.

Реалии глобальной конкурентной борьбы ставят перед Беларусью задачу перевода национальной экономики на путь инновационного развития — как безальтернативную возможность сохранения экономической независимости.

Основу хлебопекарной промышленности Беларуси составляют предприятия Департамента по хлебопродуктам Министерства сельского хозяйства и продовольствия РБ. В настоящее время хлебопекарная промышленность представлена 57 хлебозаводами Департамента по хлебопродуктам Республики Беларусь, 7 столичными хлебозаводами, 78 хлебопекарными предприятиями и 5 мини-пекарнями Белкоопсоюза, а также

частными и совместными предприятиями, предприятиями Минпрома, Белорусской железной дороги, МВД, концернов «Белгоспищепром» и «Белнефтехим» и др., при этом на долю крупных и средних предприятий приходится примерно 75% объема выпуска и реализации хлеба и хлебобулочных изделий. Общая мощность хлебозаводов Департамента по хлебопродуктам составляет 4,0 тыс. т в сутки, или около 1,5 млн. т в год. В состав хлебозаводов входят 48 кондитерских цехов, мощности которых позволяют вырабатывать в год 40,5 тыс. т кондитерских изделий [1].

Отечественные производственные мощности хлебозаводов и пекарен достаточны для ежедневной выработки 400 г хлеба на каждого человека, что почти в 2 раза превышает суточную норму потребления, составляющую по данным Министерства статистики и анализа Республики Беларусь. Это определяет сильную конкуренцию на рынке хлебобулочной продукции и обуславливает снижение уровня использования производственных мощностей. Обострение конкуренции на белорусском рынке хлебопекарной продукции, усиление интереса зарубежных производителей, поставляющих элитную и эксклюзивную продукцию, поставили отечественные предприятия перед необходимостью поиска путей повышения конкурентоспособности и укрепления рыночных позиций.

За последние 15 лет изменилась структура выпускаемой продукции. Ассортимент расширился в результате растущего спроса на свежеспекаемый горячий хлеб, на хлеб с добавками злаков, а также диетический и диабетический. Так, по статистике, свыше 15% хлеба, покупаемого белорусами, составляют новинки - в основном хлеб с «полезными добавками». Тем не менее, новинки в отрасли составляют менее 5% всей выпускаемой продукции, что обусловлено более высокими ценами новинок. Ассортимент производимой продукции составляет около двух тысяч наименований ежегодно. Кроме того, ассортимент постоянно совершенствуется. Если на тот или иной сорт хлеба нет спроса, то он снимается с производства. Если же спрос есть, то объемы производства этого сорта хлеба постепенно наращиваются [2].

Возможно, покупателю сегодня сложно определиться с выбором хлеба. Есть покупатели довольно консервативные в своем выборе и если они любят, например, "Нарочанский" хлеб, который уже длительное время находится в производстве, то и не снимаются с производства. Снимаются те сорта, на которые нет заявок. Также есть люди, которые стараются попробовать что-то новое. К хлебам "долгожителям" можно отнести "Бородинский", "Нарочанский", "Дарницкий", "Верхнедвинский" и другие хлеба. Производители постоянно совершенствуют и расширяют ассортимент с учетом покупательского спроса. На прилавки магазинов ежедневно поступает 3-4 новых вида продукции. При разработке новых видов большое внимание уделяется использованию местного сырья, созданию продукции лечебно-профилактического назначения,

заварных сортов хлеба, кондитерских изделий с использованием свежих и консервированных фруктов, новых полуфабрикатов с длительными сроками годности, импортозамещающей продукции, использованию современных тароупаковочных материалов и новых видов упаковки. Расширяется ассортимент таких изделий, как тостовые хлеба, лепешки, сдобные булочки, булочные изделия с овощными начинками, с консервированной морской капустой и другими салатными начинками, ватрушки фруктово-ягодные, пышки к бульону и другие оригинальные изделия с нетрадиционными видами сырья. Вырабатываются хлеба с посыпками из семян льна, подсолнечника, кунжута, тмина. Разрабатываются изделия оригинальной формы (узкие, длинные, круглые, овальные, квадратные, цилиндрические и др.), разной массы (от 0,5 кг до 8 кг, в том числе весовые).

КУП «Минскхлебпром» разработал инвестиционную программу развития «Автомат» на 2010-2015 годы. Согласно этой программе произведена замена старой котельной (6 котлов) на новую построенную (3 котла немецкого производства фирмы LOOS). Что дало экономию газа на 112 м<sup>3</sup> в месяц и в конечном итоге отразилось на себестоимости продукции.

Нарастающая конкуренция на рынке хлебобулочной продукции Минска требует маркетингового подхода к организации предприятия, в частности при организации новых производств, при производстве новых видов продукции, которые предусматривает проведение маркетинговых исследований рынка и разработки соответствующей стратегии. В качестве основополагающей стратегии можно выделить расширение и обновление ассортимента продукции.

Данное мероприятие в первый год использования экономического эффекта не имеет в связи с высокими затратами на внедрение. Замена обеспечит прирост продукции в натуральном и стоимостном выражении, а также улучшение качества выпускаемых изделий. Рассматривая характеристики установления печей и новых печей производства Республики Чехия, в разрезе расхода газа, можно сделать вывод о существенной экономии этого энергетического ресурса.

Печь «Гостол» производительность 840 кг/час, расход газа 20,6 м<sup>3</sup>/ч.

Печь РРР 2,1 50.211-2 – 980кг/час, расход газа 25 м<sup>3</sup>/ч.

$840/20,6-980/25=2 \text{ м}^3/\text{ч}$

Экономия на единицу продукции составит  $2 \text{ м}^3/\text{ч}$  [3].

Замена печей существенно повышает качество хлеба (утонченная корка, пропеченный мякиш), а этот вопрос, в условиях конкуренции качество продукции, имеет приоритетное значение. Растущие потребности покупателей диктуют новые условия для производителей хлебобулочной продукции. Если ранее потребитель был рад каждому новому сорту хлеба, то теперь изделие должно быть упаковано, нарезано и доставлено в назначенное время в магазин. Все это приводит к тому, что производители хлеба поставлены в жесткие условия по производству хлеба.

Анализируя работу предприятия хлебозавод «Автомат» по техническому перевооружению, замене трех хлебных печей «Гостол» производства Югославии, на современные печи РРР 2,1 50.211-2V производства Чехии, можно сделать вывод, что хлебозавод движется в правильном направлении. Замена трех печей позволит провести экономию природного газа с  $10880 \text{ м}^3$  в месяц до  $10200 \text{ м}^3$  в месяц, а это снижение себестоимости продукции и повышение рентабельности работы предприятия. Время не стоит на месте и прогресс неизбежен. Кто сегодня не занимается внедрением в производство современных технологий, передовых научных разработок, тот в вопросах качества продукции отстанет, и его положение на рынке будет называться «за бортом».

Замена трех печей позволит улучшить качество выпускаемого хлеба, укрепить положение на рынке, увеличить продажи продукции, увеличить количество магазинов, заказывающих нашу продукцию с 580 до 680. А это в свою очередь дополнительные заявки на производство и увеличение объемов производства. Увеличение объемов производства и реализации хлебобулочных изделий обеспечит прирост стоимости товарной продукции. Имея положительные результаты после замены трех печей, нужно заменить и четвертую печь «Гостол» на современную Чешскую. Заменяв все четыре печи можно смело занимать лидирующее положение на рынке продаж хлебобулочной продукции. Хлеб с логотипом «Автомат» станет узнаваем на полках магазинов и будет раскупаться в первую очередь.

Основные фонды хлебопекарных заводов, особенно активной их части, стареют. Парк

оборудования хлебопекарной промышленности нуждается в коренной реконструкции. У хлебопекарных предприятий 30% мощностей находится в удовлетворительном состоянии, срок службы 30% технологического оборудования превышает 20 лет. Отставание в технике и технологии по участкам хлебопекарного производства стало причиной роста затрат на выпуск продукции в 1,5-2 раза. Темпы обновления материально-технической базы хлебопекарных предприятий не превышают 1-2% вместо нормативных 10%, поскольку большинство предприятий не способны своевременно осуществлять ни замену изношенного оборудования, ни оснащение новой техникой. У них нет на это средств. Снижение выпуска продукции, сложное финансовое положение предприятий увеличивают текучесть кадров. Сокращение численности персонала компенсируется притоком новых работников, но приводит к ухудшению качества выпускаемой продукции и росту затрат предприятий на квалификационную подготовку. Персонал белорусских хлебопекарных предприятий зачастую не готов к работе на механизмах с компьютерным управлением финансовых возможностей предопределяет отставание в отрасли развитии.

Инновационная активность измеряется количеством инновационных активных предприятий, структурой инноваций и объемом инновационного продукта. Затраты на инновации и инновационная продукция хлебопекарных предприятий составляют незначительную долю в общем объеме продукции. Поскольку практический результат инноваций отложен во времени и не гарантирован, внедрение инновационного проекта могут позволить себе в основном крупные предприятия, работающие рентабельно. Для большинства хлебопекарных предприятий главной целью становится выживание. Они вынуждены ориентироваться на обусловленные текущей конъюнктурой рынка продуктовые инновации, которые не требуют капитальных вложений, а также на организационно-процессные инновации. Многие предприятия хлебопекарной промышленности используют инновации, связанные с разработкой новых или усовершенствованных продуктов в производственной практике другого предприятия распространяемых при обмене технологиями. Большая часть средств направляется на приобретение оборудования, необходимого при освоении продуктовых и процессных инноваций. В ходе исследований были выявлены основные направления инновационной активности на хлебопекарных предприятиях. Продукция хлебопекарных предприятий относится к товарам первой жизненной необходимости, а для малообеспеченных слоев населения является одним из основных продуктов питания. Кроме того, большая часть выпускаемой продукции является товаром массового повседневного спроса, что обосновывает необходимость территориальных производств, для обеспечения быстрой доступности хлебопекарной продукции потребителям. Принятие инновационных стратегий по всем функциональным направлениям деятельности может служить практическим механизмом постепенной трансформации производственных звеньев, который способен обеспечить полное удовлетворение потребностей, экономию всех видов ресурсов, высококвалифицированный и высокооплачиваемый труд, сохранение экологии окружающей среды.

Дальнейшее развитие хлебопекарной промышленности должно сопровождаться высоким интеллектуальным потенциалом науки и производства, которое позволит предприятиям на основе инновационных технологий, оборудования и ингредиентов предложить покупателям высококачественные традиционные и новые хлебобулочные изделия, что и будет являться основным важнейшим направлением инновационного развития. Без внедрения новейших технологий и современной техники многие хлебопекарные предприятия постепенно превратятся в неконкурентоспособные даже на внутреннем рынке.

#### *Список литературы*

1. Официальный интернет-портал КУП «Минскхлебпром» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.minskhlleb.by/> – Дата доступа: 17.03.2015.
2. Официальный интернет-портал Министерство статистики и анализа Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/> – Дата доступа: 17.03.2015.
3. Годовые отчёты по хлебозаводу «Автомат» за 2012 – 2014 годы.

{social}