

*В.С. Зеньков, к.т.н, доцент*

*Е.В. Кудасова, ассистент*

*Т.Ю. Антонович, студент*

*УО «Белорусский государственный экономический университет»*

*Минск (Беларусь)*

## **АССОРТИМЕНТНАЯ ПОЛИТИКА ОАО «БЕРЕСТЕЙСКИЙ ПЕКАРЬ» ФИЛИАЛ «ЛУНИНЕЦКИЙ ХЛЕБОЗАВОД»**

Питание, являясь обязательным условием существования человека, определяет продолжительность и качество его жизни, так как правильное питание создаёт условия для оптимального физического и умственного развития, поддерживает высокую работоспособность, повышает способность организма противостоять воздействию неблагоприятных факторов внешней среды.

Ежедневное потребление хлебных и мучных изделий, обеспечивающих свыше 30 % суточной калорийности рациона человека, даёт основание считать их продуктами питания, имеющими первостепенное значение, поэтому они должны обладать повышенной пищевой и биологической ценностью.

При стабильном потреблении хлеба увеличение производства продукции на ОАО «Берестейский пекарь» возможно за счет изменений в структуре ассортимента с учетом большего разнообразия потребительских вкусов.

Задача, стоящая перед ОАО «Берестейский пекарь» – удовлетворение потребностей населения в биологически полноценных и экологически безопасных изделиях.

При создании обогащенных хлебобулочных изделий применяются: микронутриенты-витаминно-минеральные смеси, комплекс витаминов (В2, В3, В6, РР, фолиевая кислота и др.) и макро- и микроэлементы (железо, йод, кальций, магний и др.) синтетического происхождения.

Другой путь – использование природно-сырьевых ресурсов Республики Беларусь, в частности зерновых и масличных культур в виде цельного зерна, продуктов их переработки (крупы, муки, отрубей, многозерновых смесей).

Лунинецкий хлебозавод разнообразят ассортимент своей продукции за счет выпуска хлебобулочных изделий, обогащенными продуктами переработки зерновых и масличных культур. Такой хлеб могут использовать в питании не только люди с определенными заболеваниями, но и здоровые люди. Ассортимент этой продукции разнообразен, но для получения изделий с высокими потребительскими свойствами используются улучшители (аскорбиновая кислота, эмульгаторы).

Для формирования добавленной пищевой ценности у хлебобулочных изделий используют продукты переработки плодов, ягод и орехов, содержащие целый спектр натуральных природных биологически активных веществ, использование которых в рецептурах хлебобулочных изделий не только повысит их пищевую ценность, но и создаст возможность у хлебозаводов отказаться от улучшителей. Сами добавки из продуктов переработки плодов, ягод и орехов, содержащие натуральные витамины, минеральные и другие биологически активные вещества могут выполнять роль улучшителей.

Таким образом, использование обогащающих добавок из растительного сырья может решить проблему ОАО «Берестейский пекарь» увеличения объемов производства хлебобулочных изделий за счет расширения ассортимента продукции с добавленной пищевой ценностью.

Важное место в обеспечении необходимого качества хлебобулочных изделий занимает технология производства. Общеизвестно, что хлебопеки Республики Беларусь обладают лучшей в мире, проверенной веками технологией, которая способна решать многие проблемы качества и гарантировать традиционные вкус и аромат хлебобулочных изделий. Качество хлебобулочных изделий, в том числе с добавленной пищевой ценностью, формируется под влиянием не только используемого сырья и технологии производства, но и товародвижения от производства до потребителя.

В связи с современным ритмом жизни увеличиваются требования к срокам хранения хлебобулочных изделий со стороны потребителя. Уже недостаточно, чтобы хлеб из пшеничной муки сохранял свою свежесть в течение 24 часов, а упакованный фабричным способом – 72 часа. Все больше потребителей покупают хлеб 2-3 раза в неделю и даже один раз в неделю.

Поэтому Лунинецкий хлебозавод занимается проблемой, связанной с увеличением сроков хранения хлебобулочных изделий. Доказано, что замедление процесса черствения при хранении хлебобулочных изделий связано с формами связи воды в нем. Чем больше связанной воды, тем хлеб будет дольше храниться. Введение обогащающих добавок на ОАО «Берестейский пекарь» из растительного сырья способствует связыванию влаги адсорбционно и осмотически, в результате у хлеба срок хранения составляет 5 суток.

Таким образом, использование на ОАО «Берестейский пекарь» обогащающих добавок из растительного сырья – продуктов переработки плодов, ягод и орехов, способствует решению ряда проблем. В первую очередь, расширяет ассортимент хлебобулочных изделий, что повышает спрос и способствует увеличению объемов производства хлебобулочных изделий в целом.

За счет добавок из растительного сырья повышается пищевая ценность изделий, что очень важно для решения продовольственной безопасности Беларуси. За счет биологически активных веществ растительного сырья ускоряются процессы брожения в тесте, что позволяет рассматривать способы производства на ОАО «Берестейский пекарь» хлебобулочных изделий с использованием добавок из растительного сырья как ускоренные, укрепляется клейковина и повышается микробиологическая безопасность.

Однако продукты переработки плодов, ягод и орехов оказывают влияние на потребительские свойства хлебобулочных изделий, особенно на вкус и цвет. Очень сложно предугадать отношение потребителя к хлебу, имеющему нехарактерный цвет, например, красный. На вкус изделия оказывает влияние высокое содержание органических кислот в таких добавках. Поэтому при выборе обогащающих добавок в конкретные виды хлебобулочных изделий нужно учитывать реально существующие вкусы потребителей.

Необходимо отметить, что информация о современном состоянии спроса и текущих потребительских предпочтениях – залог успешного функционирования предприятия ОАО «Берестейский пекарь» на рынке. В условиях возрастающей конкуренции данные о структуре и динамике спроса являются определяющим фактором эффективного развития предприятия.

В этой связи проведено маркетинговое исследование спроса на рынке хлебобулочных изделий Лунинецкого района. При выборе метода исследования необходимо было учитывать характер собираемой информации, особенности респондентов, цели исследования. Для исследований спроса на рынке хлебобулочной продукции в качестве метода сбора информации применялся письменный опрос (анкетирование).

Перед проведением полноценного исследования спроса на рынке хлебобулочных изделий было организовано анкетирование по 10%-ой выборке, т.е. было опрошено 10% наиболее типичных представителей целевого сегмента. Объем выборки составил 100 человек в возрасте от 16 до 70 лет. Выборка была осуществлена случайным образом.

Разработанная анкета состоит из трех блоков: введение, основная часть и блок социально-демографических вопросов. К каждому вопросу имеются варианты ответов. В некоторых вопросах возможно несколько вариантов ответов, что позволяет более полно охарактеризовать потребительские предпочтения. К некоторым вопросам, наиболее сложным для понимания, предлагаются разъяснения. Большинство вопросов носит полузакрытый характер и потребитель сам вписывает вариант ответа, если предложенные варианты ему не подходят. Заполнение анкеты занимает незначительное время и гарантирует конфиденциальность полученных данных.

На основании проведенного исследования можно сделать следующие выводы.

Хлеб потребители покупают чаще, чем другие виды продукции (56 % опрошенных). При этом подавляющая часть (более 50 %) из тех, кто покупает хлеб каждый день или 4-5 раз в неделю относится к возрастным категориям от 35 до 50 лет и свыше 51 года. Доход на одного члена семьи группы потребителей, часто покупающей эти виды хлеба, в основном был ниже 400 р. Следует отметить, что большая часть респондентов, покупающих хлеб 2-3 раза в неделю или 1 раз в неделю и реже, относится к возрастной категории от 16 до 30 лет (47 %). Важным является и то, что женщины совершают ежедневные покупки чаще, чем мужчины (36 % мужчин и 64 % женщин).

Большая часть респондентов (57 %) совершает покупку хлеба и хлебобулочных изделий в обычных продуктовых магазинах, т.е. так называемые магазины шаговой доступности. При этом 54 % из тех, кто покупает хлебобулочные изделия в супермаркетах, относятся к возрастной категории от 16 до 30 лет, а 44 % – к категории от 31 до 45 лет. Доход на одного члена семьи тех респондентов, которые чаще покупают изделия в супермаркетах в 56 % случаев, составил свыше 380 р. К возрастной категории от 16 до 30 лет относятся все респонденты, которые совершают покупку хлебобулочных изделий в гипермаркете. Покупка хлеба в супермаркетах и гипермаркетах более характерна для женщин, чем для мужчин.

Значительная доля респондентов (54 %) не обращает внимания на производителя, но часть опрошенных предпочитает продукцию ОАО «Берестейский пекарь» Лунинецкий хлебозавод. В основном респондентов устраивает качество продукции.

Свежесть продукта для большинства анкетированных оказалась самым важным фактором при покупке. При этом, из них 19 %, для которых цена изделия является очень важным фактором, 63 % имеют доход на одного члена семьи менее 350 р. Большинство респондентов, для которых состав изделия и его полезные свойства являются важными, составляют женщины.

Таким образом, женщины обращают больше внимания на состав изделия и его полезные свойства. При этом все опрашиваемые, для которых качество и дизайн упаковки являются очень важным фактором, принадлежали к группе с доходом свыше 400 р., 75 % из них – женщины. Для большей части респондентов при покупке изделий очень важным фактором является личный опыт.

Как показало анкетирование, существенным упущением ОАО «Берестейский пекарь» является то, что покупатели мало информированы о потребительских свойствах хлебобулочных изделий. По мнению респондентов (65 %), в торговых точках недостаточно необходимой информации о хлебе.

Таким образом, проведенные исследования показали, что анализируя покупательский спрос и реагируя на него, ОАО «Берестейский пекарь» обеспечит связь с потребителями и сможет удовлетворить их запросы. Расширяя информацию о хлебной продукции завода в торговых точках, используя маркетинговые мероприятия, Лунинецкий хлебозавод сможет стимулировать реализацию своей продукции. Постоянный и правильно организованный контроль производства, позволит предприятию улучшить качество хлебных изделий, не допускать отклонений от физико-химических показателей качества, что позволит обеспечить выпуск продукции отвечающей требованиям государственных стандартов.

Необходимо ориентировать производственный и кадровый потенциал ОАО «Берестейский пекарь» на решение актуальных проблем по следующим направлениям:

- внедрение ресурсосберегающих технологий;
- внедрение технологий хлебобулочных изделий с удлиненными сроками хранения;
- внедрение ассортимента хлебобулочных изделий с учетом профессионального, демографического состава населения;
- регулярное изучение потребительского спроса и проведение маркетинговых исследований по выбору наиболее эффективных для ОАО «Берестейский пекарь» товара, цены, инфраструктуры и рекламы;
- производство хлебобулочных изделий детского, школьного, лечебного и профилактического назначения до уровня полного удовлетворения спроса населения.

Улучшение качества продукции ОАО «Берестейский пекарь» зависит от мер, принимаемых для: повышения сохранности, усиления контроля технологических процессов, внедрения новых и совершенствования традиционных технологий, обеспечения герметизации упаковки, использования современных экологически безопасных упаковочных материалов.

#### **Список использованных источников**

1. Акулич И.Л. Основы маркетинга: учебник для студентов учреждений высшего образования по экономическим специальностям / И. Л. Акулич. – Минск : БГЭУ, 2017. – 381с.
2. Котлер, Ф. Маркетинг от А до Я: 80 концепций который должен знать каждый менеджер / Ф. Котлер, Л.Л. Царука. – М.: Альпина Паблишер, 2013. – 209 с.
3. Материалы ОАО «Берестейский пекарь» филиал Лунинецкий хлебозавод: Устав предприятия, бизнес-план на 2017 год, финансовая отчетность за 2016-2018 гг.
4. Николаева, М.А. Товарная политика: учебник для бакалавриата / М. А. Николаева. – Москва: НОРМА: ИНФРА-М, 2015. – 255 с.

*В.С. Зеньков, к.т.н, доцент*

*Е.В. Кудасова, ассистент*

*УО «Белорусский государственный экономический университет»*

*Минск (Беларусь)*

## **ГОСУДАРСТВЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ ВЫСШЕЙ ШКОЛОЙ: ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ И ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ**

В системе высшего образования наблюдаются следующие тенденции, определяющие и ограничивающие направление и скорость ее трансформации.