

УДК 330.322

**ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ ФАКТОРОВ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ
НА РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ
ХЛЕБОПЕКАРНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ**

Жукова Ю.С., кандидат экономических наук, доцент

E-mail: zhukova0879@yandex.ru

Лыбенко Е.С., кандидат сельскохозяйственных наук, доцент

E-mail: elenalybenko@rambler.ru

Хлопов А.А., кандидат сельскохозяйственных наук, доцент

E-mail: akhlopov@yandex.ru

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Вятский государственный агротехнологический университет»,
г. Киров, Россия

Аннотация. В статье рассматривается влияние внешних факторов развития отрасли на примере хлебопечения на эффективность деятельности предприятий. В настоящее время хлебопекарная отрасль испытывает сильное влияние внешних факторов на объемы производства и реализации продукции, в связи с чем возникает необходимость принятия управленческих решений по возможности снижения влияния данных факторов

Ключевые слова: внешние факторы, хлебопекарная промышленность, объемы производства, управленческие решения, оценка

**ASSESSMENT OF THE ENVIRONMENTAL FACTORS INFLUENCE
ON THE BAKERY INDUSTRY DEVELOPMENT**

Zhukova Yu.S., candidate of economic sciences, associate professor

E-mail: zhukova0879@yandex.ru

Lybenko E.S., candidate of agricultural sciences, associate professor

E-mail: elenalybenko@rambler.ru

Khlopov A.A., candidate of agricultural sciences, associate professor

E-mail: akhlopov@yandex.ru

Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education

«Vyatka State Agrotechnological University», Kirov, Russia

Annotation. The article examines the influence of external factors of industry development on the enterprises efficiency using the example of bakery. Currently, the bakery industry is strongly influenced by external factors on the volume of production and sales of products, and therefore there is the need to make management decisions to reduce the impact of these factors.

Keywords: external factors, bakery industry, production volumes, management decisions, evaluation



Факторы внешней среды – определенная совокупность различных факторов и условий, которые непосредственно оказывают влияние на развитие предпринимательства в целом и на отдельные предприятия в частности; они не зависят от результатов работы предприятий, но при этом по сути отражают использование ресурсов организаций [3].

Изучение влияния факторов внешней среды представлено в данном исследовании на примере хлебопекарной промышленности. Это связано с тем, что в последние годы многие предприятия хлебопекарной промышленности работают в условиях снижения объемов производства, а также используют производственные мощности не в полном объеме.

При этом влияние на снижение степени использования производственных мощностей очень часто оказывают воздействие не проблемы технического или технологического характера, а проблемы сбытового и рыночного характера.

Хлебопекарная промышленность – это одна из отраслей агропромышленного комплекса, в 2021 году в ней работало около 17,5 тыс. предприятий [2, 10]. Примерно 95% предприятий (с учетом пекарен) относятся к предприятиям малого бизнеса, а около 1% – это крупные хлебокомбинаты.

Как показывают исследования специалистов в области хлебопечения, наибольшие трудности с производством и снижением объемов производства испытывают крупные хлебокомбинаты.

В связи с данным фактом в статье рассматривается в качестве примера одно из крупнейших хлебопекарных предприятий Ленинградской области – ОАО «Гатчинский хлебокомбинат».

В последние годы на предприятии происходит снижение объемов производства хлебобулочных изделий (рисунок 1).



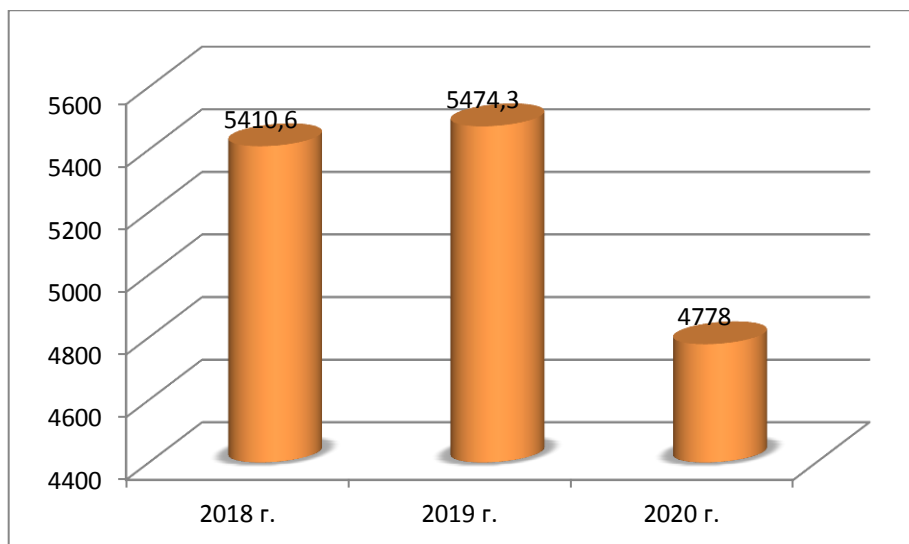


Рисунок 1 – Динамика объемов производства хлебобулочных изделий, тонн

Причем наибольшее снижение объемов производства произошло в 2020 году, когда объемы снизились сразу на 696,3 тонн, или на 12%.

Рассмотрим причины такого снижения, в том числе рассмотрим факторы внешней среды. Для этого применим PEST-анализ внешней среды предприятия, который представлен в таблице 1.

Таблица 1 – PEST-анализ внешней среды предприятия

<p>Политика (P)</p> <ul style="list-style-type: none"> – поддержка со стороны государства предприятий по производству товаров первой необходимости; – расширение программы импортозамещения; – поддержка инициатив по производству лечебно-профилактической продукции 	<p>Экономика (E)</p> <ul style="list-style-type: none"> – уровень инфляции; – платежеспособный спрос населения; – сезонность (посещаемость); – основные издержки; – появление новых конкурентов (уровень конкуренции)
<p>Социум (S)</p> <ul style="list-style-type: none"> – вариативность в базовых ценностях населения; – перемена структуры доходов и расходов населения; – изменение демографии; – имидж и узнаваемость бренда 	<p>Технология (E)</p> <ul style="list-style-type: none"> – внедрение новых технологий и рецептур; – информация и коммуникация, влияние Интернета; – доступ к новым технологиям



Главный фактор внешней среды, характеризующий сегодня состояние хлебного рынка Санкт-Петербурга и Ленинградской области, – жесточайшая конкуренция среди хлебозаводов, мини-пекарен и магазинов-пекарен. По данным из открытых источников, около 20% приходится на долю мини пекарен, пекарен при сетевых магазинах, кафе.

Крупным предприятиям становится крайне сложно конкурировать с малыми предприятиями в этой сфере, особенно с пекарнями. Им необходимо более тщательно подходить к инструментам маркетинга и направлять достаточно существенные средства для маркетингового продвижения, что не всегда является возможным в условиях постоянного роста цен [6, 7, 9].

Существенное влияние на снижение объемов производства оказывает такой фактор внешней среды, как влияние ценового фактора на затраты производства.

Основным видом сырья на хлебопекарном предприятии является мука ржаная и пшеничная различных сортов и помолов, а также солод.

Затраты на сырье и материалы в расчете на 1 тонну хлебобулочных изделий увеличились на 7204,4 руб., или на 30,5%, что является достаточно существенным ростом (рисунок 2).

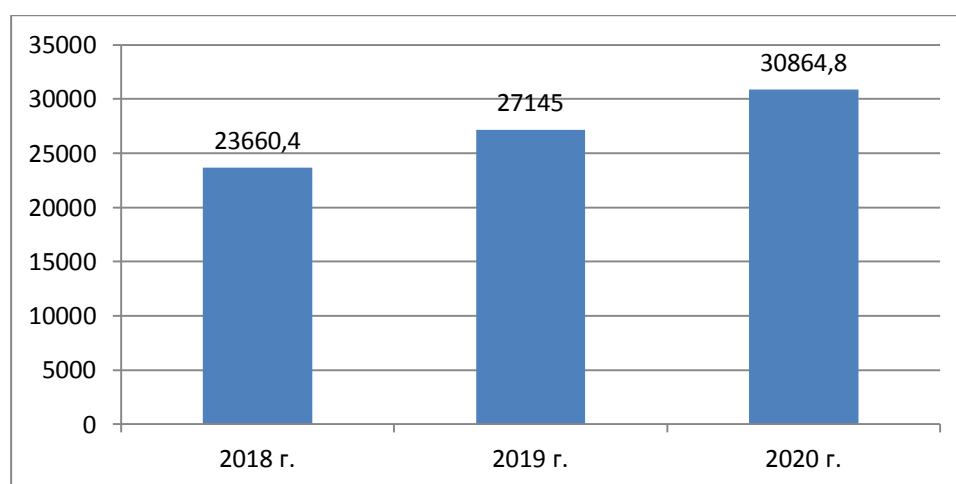


Рисунок 2 – Динамика затрат на сырье и материалы в расчете на 1 тонну хлебобулочной продукции, тыс. руб.



Данный рост обусловлен двумя основными причинами:

- рост цен на сырье, в первую очередь на муку для производства хлебобулочных изделий;
- превышением фактического расхода муки на 1 тонну хлеба по сравнению с плановым расходом.

Первый фактор относится к внешним факторам, второй фактор – это уже внутренний фактор, предприятие может оказывать на него определенное целевое воздействие.

Данный внешний фактор, связанный с ростом цен на муку, обусловлен в целом и проблемами мукомольной промышленности.

В первую очередь, это вызвано тем, что на правительственном уровне не создан полноценный государственный орган, отвечающий за эффективное функционирование данных отраслей и агропродовольственной сферы в целом. В стране отсутствует государственная политика развития как хлебопекарной отрасли, так и мукомольно-крупяной. В результате в стране сложились негативные тенденции по многим направлениям развития агропродовольственной сферы, с которыми отечественные мукомолы и хлебопеки вынуждены бороться в одиночку.

Так, в стране складывается нецивилизованный зерновой рынок, активно развивается теневой рынок зерна. Отечественный зерновой рынок отличается нестабильностью и подвержен серьезным ценовым колебаниям, что не позволяет мукомолам планировать свою деятельность на долгосрочную перспективу.

В 2020-2022 гг. особенно резко обозначились следующие неблагоприятные факторы внешней среды, которые негативно влияют на рост себестоимости продукции (рисунок 3).





Рисунок 3 – Неблагоприятные факторы внешней среды, негативно влияющие на рост себестоимости хлебопекарной продукции

Можно отметить, что факторами внешней среды, которые оказывают наибольшее воздействие на финансово-экономическое состояние ОАО «Гатчинский хлебокомбинат», являются рост конкуренции на рынке и рост себестоимости, обусловленный рядом указанных выше негативных факторов. Рассмотрим, как повлияли данные факторы на динамику прибыли от продажи хлебопекарной продукции (рисунок 4).

В данный период наблюдается опережающий рост себестоимости продаж и коммерческих расходов по сравнению с ростом выручки, в связи с чем наблюдается сокращение почти в два раза прибыли от продаж.

Таким образом, можно отметить, что влияние двух основных выявленных факторов внешней среды на финансовое состояние весьма существенно, что требует поиска управленческих решений по снижению их влияния на деятельность предприятия.



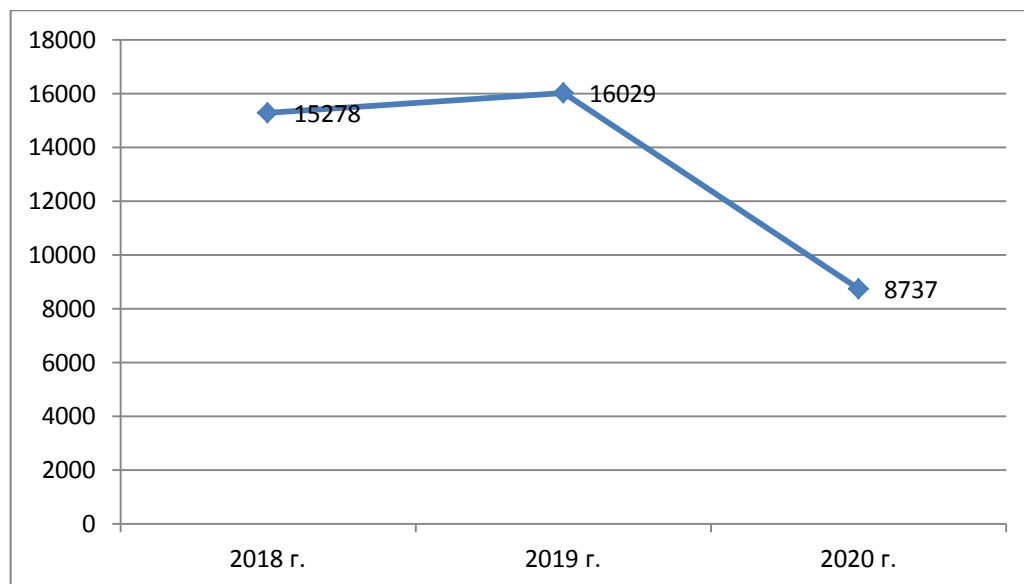


Рисунок 4 – Динамика прибыли от продажи хлебопекарной продукции, тыс. руб.

Здесь же необходимо искать внутренние возможности для снижения влияния этих факторов. Это связано с тем, что на такой фактор, как рост цен на сырье, предприятие не может оказать никакого влияния, поэтому, например, для снижения затрат на сырье и материалы необходимо искать возможности оптимального расхода сырья и материалов.

Таким образом, необходимо провести ряд мероприятий, направленных на снижение расхода муки при производстве хлебобулочных изделий:

1. Замена устаревшей линии просеивания муки. Часть потерь муки происходит при ее просеивании и транспортировании со склада на производство.

2. Снижение упека хлебных изделий. Большой удельный вес в потерях составляет упек хлебобулочных изделий. В среднем при выпечке подовых изделий упек составляет 7...15% массы теста, или 11...13% к массе переработанной муки. Снижение упека на 0,5% экономит около 2,5 кг муки на 1 т хлеба.

Для снижения упека необходимо проведение следующих мероприятий:



- поддержание наиболее оптимального режима выпечки хлебобулочных изделий с опрыскиванием их перед выходом из печи. За счет этого можно сократить упек на 0,05%;

- выравнивание упека на поду печи, так как из неравномерного упека происходит утолщение корок продукции, что в итоге приводит к росту затрат. Один из возможных способов – это экранирование греющих поверхностей в печи укладкой асбестовых листов на место с избыточной теплоотдачей;

- допекание изделий в присутствии пара. Расход воды для парообразования составит 200-250 кг на 1 тонну продукции.

Представленные выше мероприятия позволят сократить фактический расход муки. По оценкам специалистов предприятия, данное сокращение фактического расхода муки при производстве хлебобулочных изделий составит около 5%.

Учитывая, что доля муки в составе материальных затрат составляет в среднем 30%, возможно сокращение затрат на сырье и материалы в размере 13,5%. В итоге экономия затрат в расчете на 1 тонну хлебобулочной продукции – 4166 руб.

Также для того, чтобы обеспечивать постоянный рост объемов производства хлебопекарной продукции, необходимо постоянно заниматься обновлением ассортимента. Одним из таких направлений является производство функциональных хлебобулочных изделий с добавлением льняной муки [1, 4, 5].

Таким образом, при проведении оценки влияния факторов внешней среды появляется возможность поиска оптимальных вариантов по повышению финансовых показателей предприятия за счет снижения влияния негативных факторов извне, что особенно актуально в настоящее время для хлебопекарных предприятий.



Список источников

1. Жукова Ю. С., Лыбенко Е. С., Стаценко Е. С. Организационно-технологические аспекты развития льняного подкомплекса Кировской области : монография. Киров : Аверс, 2020. 102 с.
2. Куимова А. С., Шулятьева Г. М. Перспективы развития хлебопекарной отрасли на основе инноваций // Актуальные вопросы экономики региона: анализ, диагностика и прогнозирование : материалы VI Международной студенческой научно-практической конференции. Нижний Новгород, 2016. С. 376-378.
3. Лежнина О. В., Алцыбеева И. Г. Систематизация факторов социально-экономического развития предприятий // Стратегии развития отраслей в региональной экономике : сборник научных трудов. Киров : Вятская ГСХА, 2013. С. 163-167.
4. Лыбенко Е. С., Хлопов А. А. Изучение качества хлебобулочных изделий с добавлением льняной муки // Науке нового века – знания молодых : материалы Всероссийской научно-практической конференции молодых ученых, аспирантов и соискателей, посвященной 80-летию Вятской ГСХА. Киров : Вятская ГСХА, 2010. Ч. 1 : Агрономические науки. С. 190-195.
5. Лыбенко Е. С., Хлопов А. А. Использование образцов льна для производства хлебобулочных изделий функционального назначения // Инновационные технологии – в практику сельского хозяйства : материалы Всероссийской научно-практической конференции, посвященной 65-летию агрономического факультета. Киров : Вятская ГСХА, 2009. С. 49-53.
6. Маринина А. Ю. Аграрный маркетинг как основа эффективного ведения агробизнеса // Рост и воспроизводство научных кадров в АПК : сборник трудов по итогам Российской национальной научно-



Вестник Вятского ГАТУ. 2022. № 2 (12). Экономические науки
практической интернет-конференции для обучающихся и молодых
ученых. Нижний Новгород, 2020. С.410-414.

7. Маринина А. Ю. Маркетинговое исследование покупательских предпочтений на рынке хлебобулочных изделий г. Яранска Кировской области // Актуальные научные исследования: экономика, управление, образование и финансы : сборник научных трудов Международной научно-практической конференции. Киров : Вятская ГСХА, 2016. С. 107-108.
8. Мильчик И. В. Оценка затрат торгового предприятия: экономико-статистический подход // Дневник науки. 2017. № 11. С. 26.
9. Шиврина Т. Б. Маркетинговая стратегия как условие эффективной деятельности современного сельскохозяйственного предприятия // Международный журнал экспериментального образования. 2016. № 5-2. С. 192-193.
10. Шиврина Т. Б., Жукова Ю. С. Экономика отраслей АПК. Киров : Вятская ГСХА, 2009. 172 с.

