

Ю.В.Чудик, О.Н. Сафонова, А.В Богомолов, Ф.В. Перцевой

Харьковская государственная академия технологии и организации

питания

Харьковский государственный технический университет сельского

хозяйства

МАРКЕТИНГОВОЕ ОБОСНОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИИ БИСКВИТНЫХ ПОЛУФАБРИКАТОВ НА ОСНОВЕ МУЧНЫХ КОМПОЗИЦИЙ

В данной статье изучается влияние факторов микро- и макросреды на формирование рынка мучных кондитерских и хлебобулочных изделий, рассматривается специфика рыночной сегментации, оценивается конкурентоспособность мучной кондитерской продукции, приготовленной с использованием мучных композиций, анализируются результаты анкетирования потребителей новой продукции

Маркетинг представляет собой систему управления производством и реализацией товаров, основанную на знании рынка, всестороннем изучении вкусов и желаний потребителей, умении приспосабливаться к рынку, его условиям, а также воздействию на рынок, формировании спроса и стимуляции продажи.

Центральным пунктом маркетинговой деятельности является стратегия разработок программ производства новых товаров. Успех любого предприятия зависит от своевременного отказа от производства малоэффективных, морально изношенных товаров и технологий, и перехода на, так называемые новинки обеспечивающие большие возможности в удовлетворении нужд, запросов и вкусов потребителей, а также более рациональное и экономичное их производство.

Чтобы перейти на производство новых более прогрессивных и эффективных товаров и услуг, чтобы обеспечить крупномасштабный выход на мировой товарный рынок, необходимо использование результатов фундаментальных научно-исследовательских разработок, открытий, изобретений и другой инновационной деятельности в области создания принципиально новых и модернизированных поколений готовой продукции или сырьевых товаров, материалов и услуг в программах маркетинга.

Программа маркетинга представляет собой непрерывный процесс анализа, планирования и контроля, направленный на приведение к более полному соответствию возможностей предприятия требованиям рынка.

На формирование рынка оказывает влияние маркетинговая среда, которая включает в себя факторы и элементы непосредственного воздействия.

Анализируя рынок мучных кондитерских изделий на сегодняшний день можно выделить как положительные, так и отрицательные факторы макросреды.

В Украине в целом, и в Харьковской области в частности положительный характер имеют демографические, природные, научно - технические и социально - культурные факторы.

Мучные кондитерские и хлебобулочные изделия пользуются спросом населения независимо от пола, возраста и национальности. Высокий процент городского населения приветствует быстрое питание, а значит предпочтение отдается мелкоштучным изделиям кондитерской и хлебопекарной промышленности, которая не фебует длительных затрат времени на ее потребление.

Все сырьевые ресурсы, необходимые для реализации уже существующих и предлагаемых технологий, производятся непосредственно на территории Украины и не требуют дополнительных экономических затрат для ее доставки. Кроме того, разработанные технологии мучных кондитерских и хлебобулочных изделий предполагают использование цельносмолотых (или высокого выхода) продуктов помола различных зерновых культур, которые способствуют выведению из организма человека вредных веществ. Однако, повышение цен на электроэнергию будет отрицательно сказываться на стоимости изделий.

К научно - техническим факторам относится своевременная информация о новых технологиях в пищевой промышленности, повышенное внимание к внедрению усовершенствований в уже выпускаемую продукцию. Поэтому, повышение безопасности продуктов питания, увеличение их полезности вследствие внедрения новой технологии оказывает стимулирующее воздействие на их реализацию.

Социально - культурные факторы обуславливаются издавна сложившимися традициями потребления мучных кондитерских и хлебобулочных изделий. В завершении любого торжества принято подавать кондитерские изделия, а ежедневное утреннее чаепитие редко происходит без употребления хлебобулочной продукции.

Однако, состояние экономики в стране оказывает отрицательное воздействие на реализацию продукции. Покупательная способность и уровень текущих расходов очень низкие и продолжают снижаться. Цены на сырье, их нестабильность непосредственно влияют на цены готовых кондитерских изделий.

Политические факторы отрицательно воздействуют на производство и выпуск новой продукции в настоящий момент времени. Действующее законодательство по регулированию предпринимательской деятельности, налоговая политика, сложность и многоступенчатость в оформлении и утверждении нормативной документации не дают достаточной поддержки производству.

Современная концепция и практика маркетинга основываются на принципе рыночной сегментации, то есть товарный рынок рассматривается не как единое целое, отражающее особенности спроса различных категорий потребителей.

Специфика рыночной сегментации для новых товаров заключается в использовании при анализе рынка более широкого спектра отличительных признаков сегмента.

Современный подход в концепции создания конкурентоспособной продукции предполагает обязательное рассмотрение проблемы здорового питания. Продукция должна не только обладать высокими органолептическими характеристиками, иметь реальную перспективу сбыта и экономическую целесообразность производства. Помимо этого, отношение к продуктам питания формируется с учетом такого важного критерия, как их полезность для здоровья человека.

Новая конкурентно способная продукция должна обладать преимуществами на рынке, которые раскрываются через систему показателей. При оценке конкурентной способности учитывают группы свойств, формирующие такие направления при оценке конкурентоспособности, как:

- ❖ качество продукции, адаптированной к вкусам потребителя;
- ❖ технологичность производства;
- ❖ себестоимость продукции, обеспечивающая приемлемую цену для потребителя и достаточную прибыль производителю.

Качество продукции рассматриваем как комплекс отдельных его свойств, способных удовлетворять ту или иную потребность, с учетом их соответствия требованиям нормативной документации. Предприятия питания и пищевой промышленности выпускают разнообразные пищевые продукты, которые представляют собой композиции органических и неорганических веществ, способных удовлетворять природные потребности человека в пище и обладающих рядом свойств.

К ним относятся органолептические свойства (вкус, запах, внешняя привлекательность), пищевая и биологическая ценность, химическая и микробиологическая безвредность. Эта группа объединяет функциональные, социальные, эстетические свойства.

Технологичность производства определяется используемым в производстве сырьем, технической оснащенностью предприятия, опытом и мастерством персонала, внедрением прогрессивных технологий, высоким уровнем санитарно-гигиенического состояния предприятия, соблюдением условий реализации и хранения готовой продукции и т.д.

Себестоимость продукции формируется третьей группой показателей, которые отражают затраты на ее производство, в том числе стоимость сырьевых, энергетических и трудовых ресурсов, и определяют суммарные затраты потребителя данной продукции.

Предлагаемые новые изделия, в том числе из бисквитного и песочного теста, а также хлебобулочная продукция с использованием разнообразных видов мучного сырья, имеют ряд преимуществ при позиционировании на рынке.

Низкая себестоимость продукции обуславливается использованием в технологическом процессе менее дорогостоящего зернового сырья, выращиваемого на Украине. Речь идет о таких зерновых культурах, как ячмень, просо, тритикале, гречиха и т. д., которые обладают высоким технологическим потенциалом. Устойчивость используемых культур к засухе, болезням, вредителям гарантирует достаточно высокую урожайность по сравнению с пшеницей. Кроме того, использование местного сырья способствует уменьшению расходов на его доставку к месту

переработки и использования в производстве, снижению себестоимости продукции, поддержке отечественного товаропроизводителя.

Мучные смеси для производства кондитерской и хлебобулочной продукции можно получить двумя способами.

Первый способ предполагает смешивание различных видов муки на стадии замеса теста. Для этого необходимо использовать дополнительное оборудование, что приводит к увеличению издержек производства.

Второй способ основан на формировании зерновой смеси с регулируемым соотношением компонентов. Авторы рекомендуют реализовывать этот способ в малогабаритных комплексах для производства муки и круп. К основным достоинствам комплекса относятся:

- ❖ технологическая универсальность;
- ❖ мобильность конструкции;
- ❖ технологическая гибкость;
- ❖ производительность от 400 кг в сутки мучных смесей.

В производстве сортовой пшеничной муки формируют помольные партии зерна, в которых контролируют содержание зерновых примесей. Например, в зерне пшеницы допустимым считают содержание зерновой примеси ячменя в количестве 3...5 %. Если поступающее зерно имеет более высокое содержание примесей, то требуется дополнительная очистка. В то же время, при получении

мучных смесей такая очистка является нецелесообразной, поскольку в состав мучной смеси может входить и более высокое содержание ячменя.

Мучные смеси как таковые обладают технологическими свойствами, отличающимися от свойств пшеничной муки. С целью облагораживания свойств мучного сырья авторами предложено использование поликомпозиционных мучных смесей специального назначения, которые включают улучшающие добавки. К эффективным улучшителям относятся, по мнению авторов, натриевые соли органических кислот и полиатомные спирты. Они способствуют улучшению консистенции готовой продукции, заметно тормозят черствение изделий в процессе хранения. Использование в технологии кондитерских и хлебобулочных изделий модифицирующих добавок разрешено к использованию в Украине.

Соблюдение всех требований к технологическому процессу производства новой продукции позволяет регулировать качество изделий.

Сочетание различных видов муки позволяет получать изделия с разнообразной цветовой и вкусовой гаммой. Изменяя количественный и качественный состав мучных композиций можно существенно расширить ассортимент мучной кондитерской и хлебобулочной продукции.

На схеме позиционирования новая продукция занимает место дешевого продукта с диетическими и лечебно - профилактическими свойствами (рис.1).

На основании вышесказанного можно сделать вывод о достаточно высокой конкурентоспособности мучной кондитерской и хлебобулочной продукции с использованием модифицированных мучных композиций, следовательно она обладает совокупностью тех качественных и стоимостных особенностей товара, которые могут удовлетворить потребности покупателей, а также обеспечивает наивысший полезный эффект по отношению к суммарным затратам.