

УДК 338.439.6

## **ИССЛЕДОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ НА РЫНКЕ ХЛЕБА И ХЛЕБОБУЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ ОРЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ**

*Ковылова А. Е., студентка 3 курса экономического факультета  
Научный руководитель - Репичев А. И., кандидат  
экономических наук, доцент  
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный аграрный университет»*

**Ключевые слова:** *исследование, потребители, динамика, потребительское поведение, хлеб и хлебобулочная продукция*

*Работа посвящена исследованию потребительского поведения на рынке хлеба и хлебобулочной продукции. При проведении исследования было выявлено, что среднедушевое потребление хлеба и хлебобулочной продукции сокращается с каждым годом.*

На протяжении столетий такая важная составляющая часть пищевой промышленности нашей страны, как изготовление и потребление хлебобулочной продукции, выступала в качестве основного индикатора уровня жизни народа.

По данным маркетингового исследования «Рынок хлеба и хлебобулочных изделий РФ. Текущая ситуация и прогноз», проведенного компанией «Intesco Research Group», потребление хлеба в натуральном выражении с 2007 года по 2012 год медленно сокращалось во всех регионах страны: не стала исключением и Орловская область. Согласно Приказу Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации «Об утверждении рекомендаций по рациональным нормам потребления пищевых продуктов» человек в год должен съедать не менее 117 кг. хлеба. Если еще в 2001 году указанный плановый норматив соблюдался, то в период с 2002 года по 2012 год во всех домохозяйствах Орловской области наблюдалась устойчивая тенденция снижения потребления хлеба и хлебобулочной продукции, что отражено в таблице 1. Основная причина - долгосрочное изменение модели питания в сторону роста потребления мяса и мясопродуктов, рыбы, молочной продукции, овощей и фруктов [1].

Известно, что усиление дифференциации общества по уровню доходов также весьма существенно влияет на структуру потребления, в

Таблица 1 - Процентное отклонение от нормы потребления хлеба

	Годы												
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
В среднем на потребителя в год, кг.	127	124	115	113	107	107	99	93	90	80	76	70	69
Среднедуш. отклонение от норм, %	8,55	5,98	-1,71	-3,42	-8,55	-8,55	-15,38	-20,51	-23,08	-31,62	-35,04	-40,17	-41,03
Домашние хозяйства в городской местности	104	109	98	100	95	98	88	85	83	76	73	68	67
Среднедуш. отклонение от норм, %	-11,11	-6,84	-16,24	-14,53	-18,8	-16,24	-24,79	-27,35	-29,06	-35,04	-37,61	-41,88	-42,74
Домашние хозяйства в сельской местности	163	144	140	134	127	123	119	107	100	86	83	73	73
Среднедуш. отклонение от норм, %	39,32	23,08	19,66	14,53	8,55	5,13	1,71	-8,55	-14,53	-26,5	-29,06	-37,61	-37,61

связи с чем в ходе маркетингового исследования мною была проанализирована взаимосвязь уровня заработной платы, доли расходов на приобретение хлеба и фактическое среднегодовое потребление соответствующей продукции в Центральном федеральном округе с разбивкой по районам.

**Таблица 2 - Доля расходов на приобретение хлеба в Центральном федеральном округе с разбивкой по районам, %**

Районы	Белгородская	Брянская	Владимирская	Воронежская	Калужская	Костромская	Курская	Липецкая	Орловская	Рязанская	Смоленская	Тамбовская	Тверская	Тульская	Ярославская
Потребление продукции, кг.	8	8,8	8,7	8,5	6,6	8,3	8,1	7,9	5,7	7,2	6,7	7,9	8,5	8,5	8,5
Стоимость продукции в месяц, руб.	497	529	528	518	488	540	513	520	384	456	466	421	635	603	538
Доля расходов на покупку продукции, %	2,5	3,1	3,2	2,6	2,2	3,4	2,9	3,2	2,3	2,6	3,1	2,9	3,9	3,1	2,9

Анализируя данные, представленные в таблице 2, можно отметить, что с повышением уровня доходов снижается потребление хлеба.

Итак, современный рынок хлеба диктует жесткие требования производителю. Сегодня недостаточно изготавливать лишь массовые сорта хлебобулочной продукции для того, чтобы выжить, но также необходимо выпускать и широкий ассортимент изделий [2]. Представителям хлебопекарной и кондитерской отраслей следует обратить особое внимание на качество своей продукции, внутреннюю культуру участников рынка, а также учитывать специфику и привычки потребителей [3].

## Библиографический список:

1. Потребление продуктов питания в домашних хозяйствах Орловской области. Статистический бюллетень. - Орел, 2013
2. Ковалева А. В. Эффективность переработки сельскохозяйственной продукции и пути ее повышения // Общество в эпоху перемен материалы IV международной научно - практической конференции. - 2013. с. 120 - 121.
3. Игоница Т.В., Лапшина Г.В. Менеджмент в фермерских хозяйствах // В сборнике: В мире научных открытий материалы II Всероссийской студенческой научной конференции. редакционная коллегия: В.А. Исайчев, О.Н. Марьина. 2013. С. 141-144.

### **STUDY OF CONSUMER BEHAVIOR IN THE MARKET OF BREAD AND BAKERY FOODS**

*Kovylova A. E. Repichev A.I.*

**Keywords:** *research, consumers, dynamics, consumer behavior, bread and bakery products*

*Is devoted to research of consumer behavior on the market of bread and bakery products. The study found that the average per capita consumption of bread and bakery products is reduced every year.*