

Управление закупками внешнеторговых компаний на рынке хлебобулочных изделий

УДК 658.7/.8 + 339.5
ББК 65.428
3-635

Марина Владимировна ЗИНЦОВА,
кандидат экономических наук, доцент,
Всероссийская академия внешней торговли
(119285, Москва, шоссе Воробьевское, д. 6А) – доцент кафедры менеджмента и маркетинга, тел. 8(499) 143-25-41,
E-mail: zintsovamv@mail.ru;

Ангелина Романовна ЧЕРНОВА,
ООО «Гуд Фуд» (107045, Москва, переулок Луков, 4) - менеджер ВЭД,
E-mail: ang.bulanova@yandex.ru

Аннотация

Хлеб и хлебобулочные изделия можно считать стратегически важными продуктами, они входят почти в каждую потребительскую корзину, и поэтому спрос на них будет всегда. Для повышения результативности закупочной деятельности компании особое внимание необходимо уделять современным тенденциям на рынке ХБИ, главные из которых: рост рынка замороженных хлебобулочных изделий и изделий с длительным сроком годности, а также изменения потребительских предпочтений в сторону повышения спроса на нетрадиционные сорта ХБИ. Условия жесткой конкуренции, турбулентность маркетинговой среды требуют от управления закупочной деятельности создания четкой системы отбора поставщиков, точности прогноза продаж.

Ключевые слова: рынок хлебобулочных изделий, тенденции рынка ХБИ, покупательские предпочтения, закупочная деятельность, управление закупками.

Bakery products market: procurement management in foreign trade companies

Marina Vladimirovna ZINTSOVA,
Candidate of Economic Sciences, Assistant Professor,
Russian Foreign Trade Academy (6A Vorobiyovskoye Shosse, 119285 Moscow),
Department of management and marketing – Associate Professor,
phone: 8(499)143 25 41, e-mail: zintsovamv@mail.ru;

Angelina Romanovna CHERNOVA,
Good Food Ltd (4 Lukov lane, Moscow, 107045), Import manager,
8 (925) 194 -25-44, E-mail: ang.bulanova@yandex.ru



Abstract

Bread and bakery products can be considered strategically important products as they are included in almost every consumer basket and therefore will always be in demand. However, the fierce competition in the modern global market and changes in the consumer taste preferences force companies promptly improve the ways of producing and delivering bakery products.

To improve the effectiveness of the company's purchasing activities companies should pay special attention to: current trends in the bakery market that influence product range changes; reliable supplying by creating a transparent system for selecting suppliers; external and internal market factors. Besides, it is necessary to have a flexible management system, including procurement activities that will allow companies to quickly adapt to external changes.

Keywords: bakery products market, bakery market trends, customer preferences, purchasing activities, procurement management.

В условиях жесткой конкуренции, для эффективного управления закупочной деятельностью и удержания своей доли рынка компаниям необходимо уделять особое внимание системе отбора поставщиков и формированию ассортимента с учётом состояния маркетинговой среды. Рынок хлеба и хлебобулочных изделий характеризуется рядом отличительных особенностей, которые необходимо всегда учитывать при управлении закупочной деятельностью.

Хлебные продукты являются незаменимыми и социально-значимыми продуктами, поэтому спрос на такие продукты есть всегда, причём расходы на хлеб и хлебобулочные изделия в структуре потребления остаются практически неизменными (см. таблицу 1).

Таблица 1

Структура потребительских расходов в РФ в 2010-2019 гг.*

Наименование товарных групп	Годы									
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Все товары и услуги	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Продовольственные товары	37,97	38,50	37,27	37,08	36,51	37,31	38,00	38,08	37,46	37,61
Мясопродукты	9,64	9,69	9,78	9,65	9,25	9,69	9,56	9,44	9,31	9,54
Рыбопродукты	1,90	1,92	1,95	1,89	1,90	2,04	2,13	2,14	2,17	2,16
Масло и жиры	1,21	1,24	1,18	1,12	1,10	1,08	1,13	1,21	1,19	1,16
Молоко и молочная продукция	2,64	2,76	2,70	2,65	2,77	2,85	2,90	3,07	3,23	3,15

Внешнеторговая деятельность

Наименование товарных групп	Годы									
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Сыр	0,97	1,05	1,06	1,01	1,09	1,14	1,10	1,16	1,18	1,20
Яйца	0,51	0,52	0,48	0,47	0,52	0,50	0,51	0,50	0,46	0,51
Сахар	0,68	0,70	0,53	0,48	0,46	0,50	0,51	0,49	0,39	0,43
Кондитерские изделия	2,33	2,40	2,50	2,49	2,45	2,45	2,69	2,69	2,64	2,54
Чай, кофе, какао	0,98	0,99	0,99	0,97	0,93	0,94	1,05	1,12	1,13	1,08
Хлеб и хлебобулочные изделия	1,99	1,86	1,79	1,77	1,70	1,61	1,64	1,67	1,66	1,61
Макаронные и крупяные изделия	0,90	0,96	0,82	0,74	0,72	0,80	0,88	0,94	0,87	0,87
Флодоовощная продукция, включая картофель	3,61	4,18	3,42	3,63	3,69	3,99	4,16	3,87	3,89	4,00
Алкогольные напитки	5,78	5,33	5,23	5,40	5,21	4,98	4,73	4,71	4,36	4,49
Общественное питание	2,45	2,52	2,51	2,49	2,52	2,58	2,64	2,61	2,53	2,49
Прочие	2,38	2,38	2,33	2,32	2,20	2,16	2,37	2,46	2,45	2,38
Непродовольственные товары	36,25	35,57	36,88	37,12	37,71	37,13	36,51	35,67	35,23	34,81
Услуги	25,78	25,93	25,85	25,80	25,78	25,56	25,49	26,25	27,31	27,58

Примечание к таблице:

*Составлено авторами на основе статистических данных ФСГС. URL:<https://www.gks.ru/folder/13397> (дата обращения 21.02.2020).

Отметим, что с 2010 г. по 2019 г. наблюдается некоторое сокращение расходов на хлебобулочные изделия с 1,99% до 1,61% соответственно, что связано с изменениями в структуре потребления в целом – возросли расходы на услуги (с 25,78% в 2010 г. до 27,58% в 2019 г.), расходы на плодовоовощную продукцию (с 3,61% в 2010 г. до 4,00% в 2019 г.), рыбопродукты (с 1,90% в 2010 г. до 2,16% в 2019 г.), молочную продукцию (с 2,64% в 2010 г. до 3,15% в 2019 г.)¹. Многие люди стали употреблять хлебцы и другие продукты вместо хлебобулочных изделий, некоторые сознательно отказались от употребления хлеба в связи с модой, состоянием здоровья или изменением вкусовых предпочтений. Эта тенденция отражает улучшение качества жизни.



Внутри категории ХБИ также происходят качественные изменения. Все производимые и импортируемые хлебобулочные изделия условно можно разделить на две группы: традиционные сорта (батон и буханка чёрного) и нетрадиционные (изделия, изготовленные по оригинальным рецептурам, национальные сорта хлеба, продукция функционального, профилактического и лечебного назначения). В структуре продаж ХБИ около 70% приходится на традиционные сорта и около 30% на нетрадиционные сорта хлеба².

Сегодня люди стремятся потреблять здоровые и полезные продукты, в связи с чем повышается спрос на нетрадиционные сорта хлеба, такие как: безглютеновые, злаковые, бездрожжевые хлеба и т.д. Однако росту сегмента таких хлебов препятствует привычка потребителей к тому, что хлеб должен стоять дешево.

Таким образом сложилось и деление потребителей хлеба и хлебобулочных изделий:

□ потребители, у которых уровень дохода ниже среднего, которые по данным ФСГС, 21% месячных затрат тратят на продукты питания. Основным критерием выбора является цена, при повышении которой они перейдут на более дешёвый продукт;

□ потребители с уровнем дохода выше среднего, тратящих на продукты питания 12% месячных затрат. Хлеб занимает в ежедневном потреблении небольшую долю³.

Таблица 2

Демографическая ситуация в России 2018-2019 г.*

	<i>Январь 2018 года</i>	<i>Январь 2019 года</i>	<i>Изменения в чел.</i>
Общая численность	146 880 400 человек	146 793 700 человек	на 86 700
Живут в городах	109 389 111 человек	109 451 324 человек	на 62 213
Живут в селах	37 447 977 человек	37 342 420 человек	на 105 557

Примечание к таблице: *Составлено авторами на основе статистических данных ФСГС по состоянию на 23.01.2019 г. URL: <https://www.gks.ru/folder/12781> (дата обращения 23.01.2019).

Увеличение городского населения (см. таблицу 2) способствует тенденции роста потребления хлебобулочных изделий премиум класса, а располагаемые ресурсы домашних хозяйств в городской местности, которые в среднем на одного члена обычно выше, чем в сельской (см. таблицу 3), поддерживают эту тенденцию.

Таблица 3

Располагаемые ресурсы домашних хозяйств в зависимости от места проживания в РФ (в среднем на члена домашнего хозяйства в месяц, рублей)*

	2014	2015	2016	2017	2018
Все домохозяйства	22890,1	23084,8	24209,8	24926,5	26917,7
Проживающие в городской местности	25347,5	25466,4	26719,7	27206,8	29556,9
Проживающие в сельской местности	15802,3	16639,7	16971,0	18309,1	19188,5

Примечание к таблице: *Составлено авторами на основе статистических данных ФСГС. URL: <https://www.gks.ru/folder/12781> (дата обращения 30.04.2020)

По результатам исследования «Института Аграрного Маркетинга»⁴, среди самых важных критериев выбора покупки хлебобулочной продукции потребители отметили свежесть изделия, его цену, внешний вид и упаковку. При этом на производителя большинство потребителей не обращают внимания, выбирая названия – хлеб «Дарницкий», батон «Нарезной» и т.д.

Российский рынок хлеба и хлебобулочных изделий в натуральном выражении практически полностью состоит из продукции отечественного производства (98%). Доля импортной продукции составляет только 2%, на долю экспорта приходится порядка 3% произведённой продукции⁵.

Объём производимых в стране хлебобулочных изделий, которые можно отнести к стратегически важным социальным продуктам, полностью удовлетворяет спрос населения страны. Однако предоставляемый ассортимент российскими производителями является не столь широким.

В 2017 году экспорт российских хлебобулочных изделий достиг 0,2 млн тонн, что на 33,3% превышает объём экспортных поставок, осуществляемых в 2013 году⁶. Среди стран, закупающих российскую продукцию, можно выделить страны СНГ (Казахстан, Беларусь, Киргизия, Армения), а также Китай, Монголию и др.

Учитывая особенности ХБИ как товара, в Россию поступают хлебобулочные продукты с длительным сроком хранения, а также полуприготовленные и недопеченные хлеба в замороженном виде. Чаще всего они поставляются для сетей премиального класса. Импортируются в основном нетрадиционные сорта хлеба и хлебобулочные и кондитерские изделия, например, немецкие брецели, австрийские хлеба, датская выпечка, французские багеты и круассаны, бельгийские вафли и пр. Но на данный момент форматы торговых предприятий невысокого ценового



сегмента тоже закупают подобные сорта и открывают собственное производство, что позволяет, учитывая изменения в структуре потребления ХБИ, обеспечивать и оригинальность рецептов, и свежесть продукции.

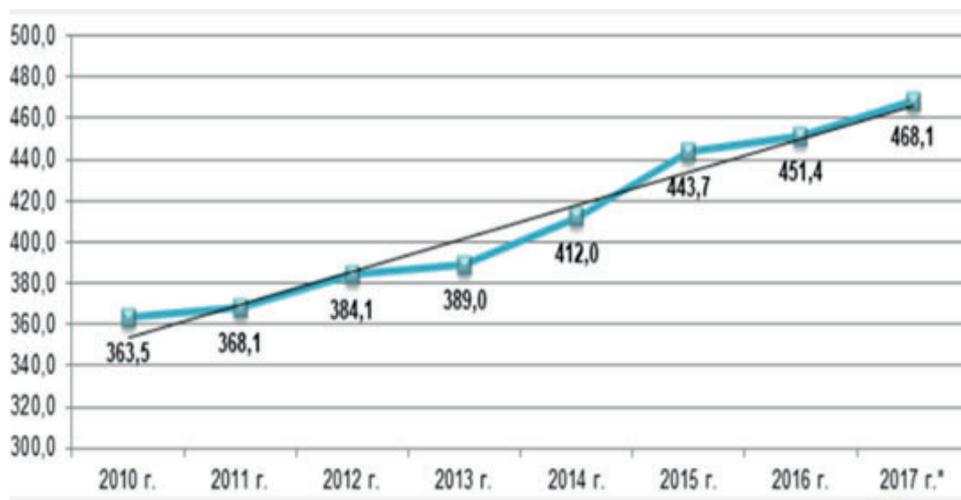


Рис. 1. Изделия хлебобулочные длительного хранения, изделия хлебобулочные пониженной влажности, полуфабрикаты хлебобулочные РФ, 2010-2017 гг., тыс. т

Источник: Обзор рынка хлеба и хлебобулочных изделий в России 2017-2018. Исследовательская компания «Грифон-эксперт». [Электронный ресурс]. URL: <http://grifon-expert.ru/obzory/108-obzor-rynka-hleba-i-hlebobulochnyh-izdeliy-rf-2017-2018.html> (дата обращения: 03.04.2020).

Рынок замороженного хлеба и хлебобулочных изделий растёт (см. рисунок 1), в то время как ежегодно сокращается потребление и производство традиционного хлеба⁷. Рост рынка замороженных ХБИ обусловлен тем, что замороженные продукты, в состав которых входит мука, хранятся от 6 до 18 месяцев при температуре -18 С, при этом хлеб не теряет своих полезных свойств. Сегменту ХоРеКа и розничным сетям данный вид продуктов очень удобен, т.к. увеличивается срок реализации товаров и продукты подаются свежими покупателю в любой удобный момент времени. В России доля замороженного хлеба и хлебобулочных изделий с длительным сроком хранения составляет 10-15%, в том числе импортируемые из-за рубежа, в то время как в Европе данный рынок очень развит и занимает 80-90%⁸.

Рынок хлеба и хлебобулочных изделий, включая замороженные хлебные изделия, имеет ряд особенностей. К ним можно отнести:

- незаменимость данного продукта в потребительской корзине;
- высокая социальная значимость продукта;
- ярко выраженная сезонность и зависимость от климатических условий;
- относительно короткие сроки реализации (производство полностью выпеченных ХБИ);
- сравнительно устойчивый спрос и ассортимент продукции;
- сложности в транспортировке и хранении: для реализации продуктов надлежащего качества необходимо соблюдать температурный режим;
- для производства и сбыта ХБИ требуется наличие специальных документов: декларации о соответствии (при импорте), сертификаты отсутствия ГМО, сертификаты ISO, санитарно-эпидемиологические документы на производство и на продукцию⁹ и пр.;
- для изготовления замороженных хлебобулочных изделий требуется специальное оборудование – морозильные агрегаты и пр.

Закупка импортных хлебобулочных изделий одна из непростых задач. Для осуществления правильной закупочной деятельности необходимо грамотно и тщательно спрогнозировать спрос, отобрать надежных поставщиков, осуществить закупку и пройти процедуру получения декларации на товары, которая даст право реализовывать хлебные продукты на территории РФ.

Говоря о внешнеторговых организациях, импортирующих хлеб и ХБИ, нужно отметить, что тенденция здорового питания и смена предпочтений конечных потребителей серьезно сказывается на ассортименте продаваемой продукции – с одной стороны данная тенденция расширила ассортимент компаний и теперь компании реализуют продукцию, соответствующую потребительскому спросу – бездрожжевые, био и безглютеновые хлеба, а также хлеба на живой закваске и пр., а с другой стороны есть риск снижения спроса на другую продукцию.

В настоящее время на рынке хлеба из-за быстро меняющейся макро- и микросреды компаниям также приходится адаптироваться и реагировать на изменения очень оперативно, заключать контракты и договора с поставщиками, не прошедшими эффективную систему выбора источников закупки. Иными словами, существует проблема отсутствия четкой системы отбора поставщиков.

В основном часть торговых компаний работает с проверенными опытом поставщиками, что порой мешает дальнейшему развитию, а другая часть на свой страх и риск ищет новых, подходящих поставщиков, тестирует образцы и заключает с ними контракты. Обычно основными критериями выбора новых поставщиков является цена, расстояние и сроки выполнения заказов. Но порой этих критериев недостаточно и в результате, это может стоить дополнительных затрат и неудач.



Например, при импорте замороженных ХБИ помимо вышеперечисленных критериев должны также браться в учёт следующие критерии:

- Качество продукта.
- Наличие необходимых сертификатов: об отсутствии ГМО и другие европейские сертификаты качества (IFS, BRC).
- Надежность поставки.

Оказание дополнительных услуг, таких как маркировка каждой коробки приобретаемого продукта. В этом есть необходимость, так как при импорте товаров на каждой коробке согласно ТР ТС ТР ТС 022/2011 «Пищевая продукция в части ее маркировки» обязана быть русскоязычная этикетка с информацией о продукте, а именно: подробное описание продукта, его энергетической и пищевой ценности, указание даты производства и срока годности, указание веса и количества ввозимых продуктов.

Следует уделить особое внимание знаку ЕАС (Евразийское соответствие). Он обязательно должен присутствовать на каждой коробке, т.к. данная маркировка подтверждает, что продукция прошла все установленные в технических регламентах Таможенного союза процедуры оценки, отвечает их требованиям и является качественной и безопасной для потребителя. Если на продуктах, ввозимых на территорию РФ, было не обнаружено данного знака, то торговая компания-импортер будет вынуждена заплатить штраф¹⁰.

- Условия поставки и форма расчетов.
- Кредитоспособность и финансовое положение поставщика.
- Широкий ассортимент.
- Система скидок и др.

Все вышеперечисленные критерии следует учитывать при отборе и работе с поставщиками каждой торговой компании, импортирующей ХБИ.

Для того чтобы торговая компания эффективно закупала продукты и вовремя поставляла их клиентам, необходимо иметь надёжную экспедиторскую и транспортную компанию, которая сможет в срок и с минимальными затратами доставить груз до места назначения. Для хлебного рынка в закупочной политике транспорт играет не менее важное значение еще и потому, что для транспортировки, например, замороженных ХБИ необходима температура хранения -18°C , а для «сухих» продуктов необходимо в транспорте поддерживать температуру $+20^{\circ}\text{C} \dots +24^{\circ}\text{C}$. Все вышеперечисленные факторы, включая стоимость транспортных и экспедиторских услуг, следует учитывать при выборе транспортной компании.

В управлении закупочной деятельности торговых компаний, функционирующих на рынке хлеба и ХБИ, можно выделить ключевые моменты, в значительной мере определяющие её результативность:

При планировании закупок необходимо учитывать не только остатки запасов на складе и анализ продаж, но и современные тенденции. А именно – моду на употребление здоровых и полезных хлебных продуктов.

Для осуществления надежных поставок необходимо создавать чёткую систему отбора поставщиков, беря во внимание не только критерии цены и удалённости поставщика, но также критерии качества, оказания дополнительных услуг и т.д.

Для того чтобы торговые компании смогли удержать свою долю рынка, необходимо иметь гибкую систему управления, которая позволит предприятиям адаптироваться к постоянно изменяющейся макро- и микросреде.

Логистика закупок тесно связана с транспортной логистикой. Для хлебного торгового предприятия жизненно необходимо иметь надёжного поставщика транспортных услуг. Большинство торговых компаний, реализующих ХБИ, доставляют автотранспортом, наиболее быстрым способом доставки. Необходимо отметить, что хлеб является скоропортящимся продуктом, а замороженный хлеб при изменении температуры подвержен риску порчи и деформации. Следовательно, вопрос транспорта является для политики закупок одним из главных.

Особо следует выделить проблемы, с которыми столкнулись торговые организации в условиях пандемии. У компаний, импортирующих ХБИ, сложилась очень тяжелая ситуация, как и у большинства малых и средних предприятий.

Продажи существенно упали – в основном упал спрос на выпечку. Булочки и хлеба продаются, но и в этих категориях наблюдается сокращение спроса. Падение вызвано тем, что весь сегмент ХоРеКа, который занимал значительную часть в товарообороте ХБИ, прекратил свою деятельность на время самоизоляции граждан. Следовательно, из-за падения спроса сократились и закупки хлебобулочных изделий оптовиков.

Изменение курса евро, от которого зависят импортирующие компании, вызвало повышение цен на все ХБИ, что тоже повлияло на спрос. В связи с этим и угроза повышения цен со стороны поставщиков, у которых возросли затраты на сырьё, становится весьма реальной. Пока на практике многие поставщики не поднимали цены, чтобы удержать своих постоянных покупателей, но это не может продолжаться долго.

Падение продаж в апреле по сравнению с мартом произошло в связи с критически возросшим спросом людей на продукты питания после объявления карантинных мероприятий. Чтобы его удовлетворить, компании начали много закупать – ошибочно много, т.к. продажи резко сократились. Категория замороженных ХБИ, которые имеют длительный срок хранения, пострадала в меньшей степени. В то же время, на некоторые замороженные мелкоштучные изделия, например, на круассаны спрос увеличился, т.к. конечные потребители стали покупать их целыми упаковками впрок. Такое изменение предпочтений потребителей влияет как на структуру закупаемой продукции по ассортименту, так и по размерам упаковки.



Практические наблюдения экспертов подтверждают, что происходит выбывание из списка поставщиков мелких предприятий, которые останавливают свои производственные линии или вовсе разоряются, либо удлиняют сроки поставки. Крупные же производители хлебобулочных изделий корректируют свой ассортимент в сторону его сокращения. Учитывая некоторые задержки в поставке импортной продукции, российские партнёры стараются делать страховые запасы, но при этом избегать излишнего затоваривания.

Таким образом, закупочная деятельность требует сегодня большей гибкости в работе с поставщиками, более глубокого анализа происходящих изменений в потребительских предпочтениях, а также в повышении точности прогноза продаж.

ПРИМЕЧАНИЯ:

¹ По данным ФСГС. URL: <https://www.gks.ru/folder/10705/> (дата обращения 21.02.2020).

² Анализ российского рынка хлеба и хлебобулочных изделий: итоги 2018 г, прогноз до 2021 г. [Электронный ресурс]. URL: <https://marketing.rbc.ru/articles/10934/> (дата обращения 21.02.2020).

³ Тотолян Л.А., Антипова Е.А. Особенности рынка хлеба и хлебобулочных изделий ЦФО РФ // Экономика и социум №1(20), 2016. – 144 с. Режим доступа: https://iurp.ru/domains_data/files/zurnal_20/Totolyan%20L.A,%20Antipova%20E.A.%20Osnovnoy%20razdel.pdf (дата обращения: 25.04.2020).

⁴ Обзор Института Аграрного маркетинга. URL: <http://www.iamgroup.ru/napravleniya-deyatelnosti/provedenie-marketingovykh-i-analiticheskikh-issledovaniy> (дата обращения 20.02.2020).

⁵ Янукович Ф.Н. Российский рынок хлеба. [Электронный ресурс]. URL: <https://article.unipack.ru/71278/> (дата обращения: 15.03.2020).

⁶ Российский рынок хлеба и хлебобулочных изделий постепенно сокращается // <http://www.indexbox.ru/news/rossijskij-rynok-hleba-i-hlebobulochnyh-izdelij-postепенno-sokrashchaetsya/> (дата обращения 25.04.2020).

⁷ Обзор рынка хлебо-булочных изделий. Научно-производственный центр «Агропищепром». [Электронный ресурс]. URL: <https://agropit.ru/> (дата обращения 24.04.2020).

⁸ Скороходова А.С. Легкий хлеб // Журнал «FoodService», 07.08.2018. [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <https://www.cafe-future.ru/analytics/legkiy-khleb/> (дата обращения: 23.04.2020).

⁹ Федеральный закон № 29-ФЗ «О качестве и безопасности пищевых продуктов» от 02.01.2000 № 29-ФЗ (последняя редакция). URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_25584/ (дата обращения 25.04.2020).

¹⁰ Технический регламент Таможенного союза «Пищевая продукция в части её маркировки», утв. решением Комиссии Таможенного союза Евразийского экономического сообщества от 9 декабря 2011г. № 881.

БИБЛИОГРАФИЯ:

Анализ российского рынка хлеба и хлебобулочных изделий: итоги 2018 г, прогноз до 2021 г. [Электронный ресурс]. URL: <https://marketing.rbc.ru/articles/10934/> (дата обращения 21.02.2020).

Исследовательская компания «Грифон-эксперт». Обзор рынка хлеба и хлебобулочных изделий в России 2017-2018. [Электронный ресурс]. URL: <http://grifon-expert.ru/obzory/108-obzor-rynka-hleba-i-hlebobulochnyh-izdeliy-rf-2017-2018.html> (дата обращения:03.04.2020).

Научно-производственный центр «Агропищепром». [Электронный ресурс]. URL: <https://agropit.ru/> (дата обращения 24.04.2020).

Обзор института Аграрного маркетинга. URL: <http://www.iamgroup.ru/napravleniya-deyatelnosti/provedenie-marketingovykh-i-analiticheskikh-issledovaniy>.

Обзор рынка хлебо-булочных изделий. Компания IndexBox. URL: <http://www.indexbox.ru/news/rossijskij-rynok-hleba-i-hlebobulochnyh-izdelij-postепенно-sokrashchaetsya/> (дата обращения 25.04.2020).

Сайт Федеральной службы государственной статистики. URL:<https://www.gks.ru/folder/13397>.

Скороходова А.С. Легкий хлеб // Журнал «FoodService», 07.08.2018. [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <https://www.cafe-future.ru/analytics/legkiy-khleb/> (дата обращения: 23.04.2020).

Технический регламент Таможенного союза «Пищевая продукция в части её маркировки», утв. решением Комиссии Таможенного союза Евразийского экономического сообщества от 9 декабря 2011г. № 881.

Тоголян Л.А., Антипова Е.А. Особенности рынка хлеба и хлебобулочных изделий ЦФО РФ // Экономика и социум №1(20), 2016. – 144 с. Режим доступа: https://iupr.ru/domains_data/files/zurnal_20/Totolyan%20L.A,%20Antipova%20E.A.%20Osnovnoy%20razdel.pdf (дата обращения: 25.04.2020).

Федеральный закон № 29-ФЗ «О качестве и безопасности пищевых продуктов» от 02.01.2000 № 29-ФЗ (последняя редакция). URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_25584/ (дата обращения 25.04.2020).

Янукович Ф.Н. Российский рынок хлеба. [Электронный ресурс]. URL: <https://article.unipack.ru/71278/> (дата обращения:15.03.2020).

BIBLIOGRAPHY:

1. Analiz rossijskogo rynka hleba i hlebobulochnyh izdelij: itogi 2018 g., prognoz do 2021 g. [Elektronnyj resurs]. URL: <https://marketing.rbc.ru/articles/10934/> (data obrashcheniya 21.02.2020).

2. Issledovatel'skaya kompaniya «Grifon-ekspert». Obzor rynka hleba i hlebobulochnyh izdelij v Rossii 2017-2018. [Elektronnyj resurs]. URL: <http://grifon-expert.ru/obzory/108-obzor-rynka-hleba-i-hlebobulochnyh-izdeliy-rf-2017-2018.html> (data obrashcheniya:03.04.2020).

3. Nauchno-proizvodstvennyj centr «Agropishcheprom». [Elektronnyj resurs]. URL: <https://agropit.ru/> (data obrashcheniya 24.04.2020).

4. Sajt Instituta Agrarnogo marketinga. URL: <http://www.iamgroup.ru/napravleniya-deyatelnosti/provedenie-marketingovykh-i-analiticheskikh-issledovaniy>.



5. Сайт компании IndexBox. URL: <http://www.indexbox.ru/news/rossijskij-rynok-hleba-i-hlebobulochnyh-izdelij-postepenno-sokrashchaetsya/> (data obrashcheniya 25.04.2020).
6. Сайт Federal'noj sluzhby gosudarstvennoj statistiki. URL: <https://www.gks.ru/folder/13397>.
7. Skorohodova A.S. Legkij hleb // ZHurnal «FoodService», 07.08.2018. [Elektronnyj resurs]. Rezhim dostupa: URL: <https://www.cafe-future.ru/analytics/legkiy-khleb/> (data obrashcheniya: 23.04.2020).
8. Tekhnicheskij reglament Tamozhennogo soyuza «Pishchevaya produkciya v chasti eyo markirovki», utv. resheniem Komissii Tamozhennogo soyuza Evrazijskogo ekonomicheskogo soobshchestva ot 9 dekabrya 2011g. № 881.
9. Totolyan L.A., Antipova E.A. Osobennosti rynka hleba i hlebobulochnyh izdelij CFO RF // Ekonomika i socium №1(20), 2016. – 144 s. Rezhim dostupa: https://iupr.ru/domains_data/files/zurnal_20/Totolyan%20L.A,%20Antipova%20E.A.%20Osnovnoy%20razdel.pdf (data obrashcheniya: 25.04.2020).
10. Federal'nyj zakon № 29-FZ «O kachestve i bezopasnosti pishchevyh produktov» ot 02.01.2000 № 29-FZ (poslednyaya redakciya). URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_25584/ (data obrashcheniya 25.04.2020).
11. YAnukovich F.N. Rossijskij rynek hleba. [Elektronnyj resurs]. URL: <https://article.unipack.ru/71278/> (data obrashcheniya:15.03.2020).

