

Научная статья

УДК 664.6:339.13(571.61)

EDN PYGSZO

<https://doi.org/10.22450/978-5-9642-0602-6-139-145>

**Анализ конъюнктуры рынка хлебобулочных изделий:
спрос и предложение**

Кетеван Рубеновна Бабухадия¹, доктор сельскохозяйственных наук, доцент

Ирина Алексеевна Буцик², аспирант

Ольга Владимировна Соколова³, аспирант

^{1, 2, 3} Дальневосточный государственный аграрный университет

Амурская область, Благовещенск, Россия

¹ kbabukhadiya@mail.ru, ² 101rosetoday@gmail.com

Аннотация. В статье представлены результаты исследований рынка хлебобулочных изделий Амурской области. Проведен анализ опроса потребителей г. Благовещенска относительно их предпочтений при выборе хлебобулочных изделий.

Ключевые слова: ассортимент, рынок, хлебобулочные изделия, спрос, предложение, потребительские предпочтения

Для цитирования: Бабухадия К. Р., Буцик И. А., Соколова О. В. Анализ конъюнктуры рынка хлебобулочных изделий: спрос и предложение // Агропромышленный комплекс: проблемы и перспективы развития : материалы всерос. науч.-практ. конф. (Благовещенск, 16–17 апреля 2025 г.). Благовещенск : Дальневосточный ГАУ, 2025. С. 139–145.

Original article

Analysis of bakery products market conditions: supply and demand

Ketevan R. Babukhadiya¹, Doctor of Agricultural Sciences, Associate Professor

Irina A. Butsik², Postgraduate Student

Olga V. Sokolova³, Postgraduate Student

^{1, 2, 3} Far Eastern State Agrarian University, Amur region, Blagoveshchensk, Russia

¹ kbabukhadiya@mail.ru, ² 101rosetoday@gmail.com

Abstract. The article presents the results of research on the bakery products market in the Amur region. The analysis of a survey of consumers in Blagoveshchensk regarding their preferences when choosing bakery products is carried out.

Keywords: assortment, market, bakery products, demand, supply, consumer preferences

For citation: Babukhadiya K. R., Butsik I. A., Sokolova O. V. Analysis of bakery products market conditions: supply and demand. Proceedings from Agro-industrial complex: problems and prospects of development: *Vserossiiskaya nauchno-prakticheskaya konferentsiya*. (PP. 139–145), Blagoveshchensk, Dal'nevostochnyi gosudarstvennyi agrarnyi universitet, 2025 (in Russ.).

Рынок хлебобулочных изделий представляет собой один из ключевых сегментов пищевой промышленности, характеризующийся стабильным спросом в условиях высокой конкуренции. Анализ его конъюнктуры имеет важное экономическое значение, поскольку она определяет уровень продовольственной обеспеченности населения и формирует потребительские предпочтения. В этой связи особую актуальность приобретает исследование текущего состояния рынка, включая объемы производства, факторы спроса, динамику предложения и ключевые тенденции развития.

Цель работы состоит в изучении перспектив расширения ассортиментного ряда хлебобулочных изделий, в том числе обогащенных белком и пищевыми волокнами.

Хлеб для большинства населения является не только основным источником питания, но и обладает определенной культурной ценностью. На протяжении последних лет рынок хлеба в России демонстрирует динамику роста. По данным Росстата, в 2022 г. объем производства хлеба и хлебобулочных изделий достиг более 7,5 млн. тонн. Согласно опубликованным данным аналитического агентства Infoline, количество пекарен в стране по состоянию на март 2025 г. достигло почти 30 тысяч.

Хлебопекарная отрасль Амурской области имеет ярко выраженную специфику, кардинально отличающую ее от западных регионов России. В то время как в европейской части страны 90 % хлеба производится на крупных промышленных предприятиях, в Приамурье эта отрасль практически полностью представлена малым бизнесом – пекарнями с разной производственной мощностью. Такая особенность сложилась, в первую очередь, из-за низкой

плотности населения и специфики местоположения. Согласно статистике, восемь из десяти булок хлеба в области выпекаются именно малыми предприятиями региона [1].

По данным официальных источников, ежегодный объем производства хлеба в Амурской области составляет около 70 тыс. тонн. Современный ассортимент амурских пекарен включает около сотни наименований продукции, но хлебобулочных изделий среди них всего полтора десятка. Основу хлебного ассортимента составляют пять классических сортов: «Бородинский», «Столичный», «Гражданский», а также хлеб из пшеничной муки высшего и первого сортов. Такой ограниченный ассортимент объясняется ориентацией производителей на массовый спрос; эксклюзивные и специализированные сорта хлеба в регионе практически не представлены, хотя, как показывают исследования, рыночный потенциал для их внедрения существует. Спрос на хлебобулочные изделия во многом обусловлен изменением потребительских предпочтений. Наблюдается устойчивая тенденция повышенного интереса к здоровому питанию – современные покупатели все чаще изучают состав продукции, отдавая предпочтение менее калорийным и более полезным вариантам [2].

Согласно поставленной цели нами изучены предпочтения потребителей на хлебобулочную продукцию: факторы, влияющие на принятие решения о покупке; критерии выбора продукта; источники информации о продукте и другие факторы, определяющие потребительские предпочтения.

Проведено анкетирование потребителей, а также мониторинг электронных и печатных материалов специализированных изданий, Интернет-источников. Было опрошено население г. Благовещенска, основную часть которого составили потребители (300 человек) в возрасте от 18 до 60 лет, из них 46 % оказались мужского пола и 54 % женского.

При исследовании потребительских предпочтений по ключевым крите-

Современные технологии производства и переработки сельскохозяйственной продукции

риям установлено, что наиболее важными факторами при покупке хлебобулочных изделий являются: свежесть – 28,2 %; вкус – 24,3 %; внешний вид – 16,7 %; цена – 15,5 %; полезность – 8,9 %; упаковка – 6,4 %.

Хлебобулочные изделия употребляют все группы населения. Хотя выделяются определенные возрастные сегменты по факторам, влияющим на выбор при покупке. Возрастные особенности приобретения хлебопродуктов представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Сегментация факторов, влияющих на выбор хлеба по возрасту покупателей

Возраст, лет	Особенности покупки
18–25	внимание привлекает яркая упаковка, реже интересуются датой изготовления и пищевой ценностью
26–35	интересует дата производства, пищевая ценность, также внимательны к рекламе
36–45	не придают значения дизайну упаковки, интересуются датой изготовления, мнением продавцов, пищевой ценностью
46–60	ориентируются на производителя продукции, восприимчивы к рекламе, часто учитывают дату изготовления и пищевую ценность

Таким образом, потребители в зависимости от возрастного сегмента обращают внимание на пищевую ценность хлебобулочных изделий, но не всегда ставят ее на первый план при их выборе.

Согласно проведенным исследованиям, ассортиментные предпочтения потребителей выглядят следующим образом: пшеничный хлеб предпочитают 30,6 % опрошенных; ржано-пшеничный – 24,4 %; батон – 22,5 %; булки, сдобу – 15,2 %; ржаной хлеб – 7,3 %; другие виды – 1,5 % (рис. 1).

Как показывает диаграмма, пшеничный хлеб занимает лидирующую позицию по частоте покупок среди всех видов хлебобулочных изделий, составляя 24,4 % от общего объема потребительских предпочтений, что подтверждает его популярность среди потребителей.

Нами изучался спрос на новые виды хлебобулочных изделий с целью выявления уровня заинтересованности потребителей в инновационных хлебобу-

лочных изделиях, включая продукты с повышенным содержанием белка и пищевых волокон (рис. 2).

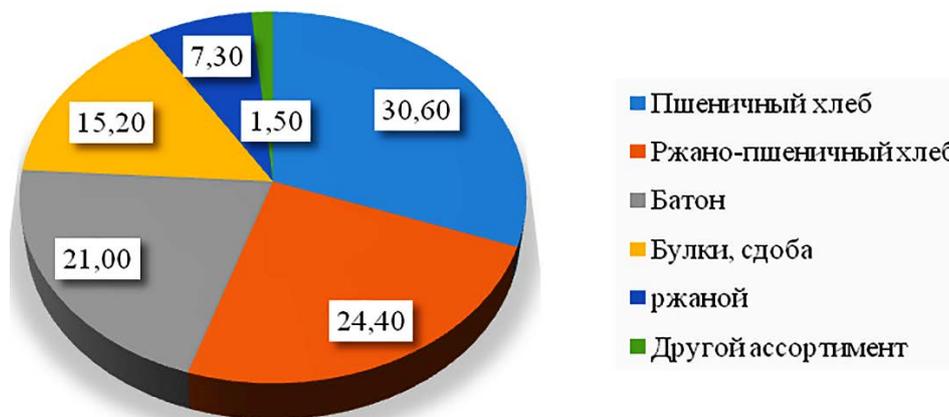
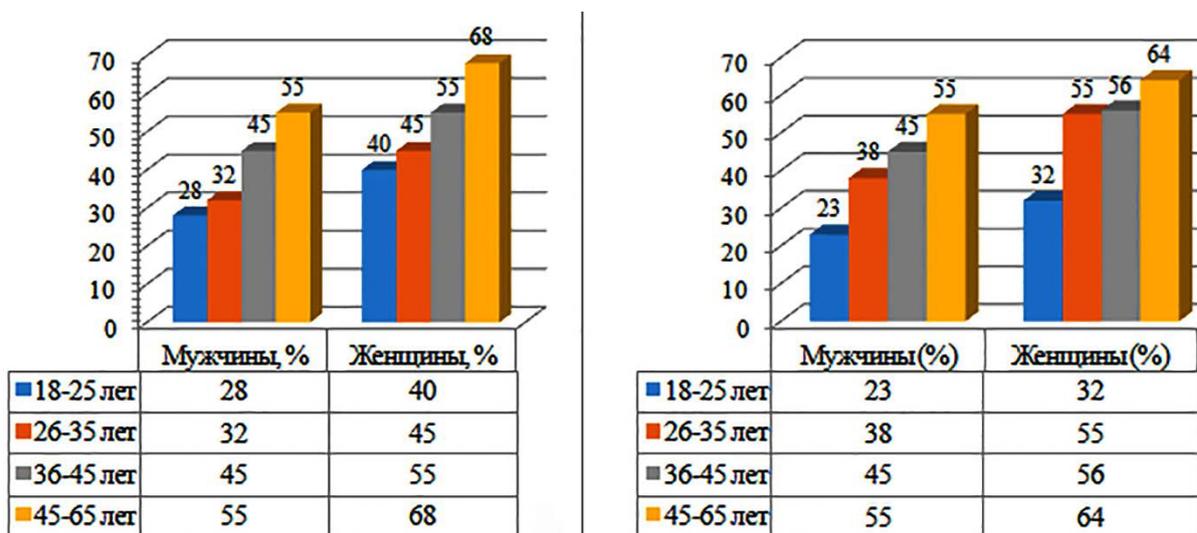


Рисунок 1 – Предпочтения покупателей по видам продукции, %



пробовали обогащенный хлеб? готовы ли переплачивать за обогащенный хлеб?

Рисунок 2 – Распределение респондентов при ответах на вопросы, %

Интерес к обогащенному хлебу растет с возрастом потребителей. Наибольшая заинтересованность отмечена у респондентов в возрасте от 45 до 65 лет (55 % мужчин, 68 % женщин), что в 2 раза выше, чем среди молодежи 18–25 лет. Женщины во всех возрастных категориях чаще пробуют такие продукты (разрыв с мужчинами составляет 12–13 %). Самыми активными потребителями обогащенной продукции являются женщины 45–65 лет (68 %), что связано с повышенным вниманием к здоровью в зрелом возрасте. А наименьший интерес у молодых мужчин 18–25 лет (28 %), вероятно, связан с меньшей

озабоченностью диетологическими свойствами продуктов (рис. 2, а).

Интересным оказался резкий рост потребления данной группы хлебобулочных изделий после 35 лет: у мужчин показатель возрастает с 32 до 55 %, у женщин – с 45 до 68 %. Возможными причинами считаем то, что для старшей возрастной группы более значимы рекомендации врачей (например, при повышенном холестерине или диабете). Гендерный разрыв объясняется большей вовлеченностью женщин в вопросы здорового питания и популярностью среди них диет с высоким содержанием клетчатки.

Анализируя ответы респондентов о готовности переплачивать за обогащенный хлеб (рис 2, б), также наблюдаем четкую возрастную зависимость. Наименее заинтересованными оказались мужчины в возрасте 18–25 лет. Готовность платить больше за изделия с повышенной пищевой ценностью растет с возрастом. Максимальные значения данного показателя у опрошенных в возрасте 45–65 лет (55 % мужчин, 64 % женщин), что в 2,4 раза выше, чем у молодежи 18–25 лет (23 % мужчин, 32 % женщин). С возрастом повышается приоритет здоровья и осознанности в питании. Отмеченный резкий скачок готовности переплачивать у респондентов в возрасте 26–35 лет (на 15–23 % выше по сравнению с респондентами возраста от 18 до 25 лет) скорее всего связан с вовлеченностью респондентов этого сегмента в различные фитнес-приложения, их общении со специалистами по питанию.

Здесь также наблюдается определенный гендерный разрыв. Видно, что женщины во всех категориях чаще согласны на надбавку к цене (разрыв от 9 до 17 %). Наибольшая разница при этом отмечена в группе 26–35 лет (55 % женщин против 38 % мужчин). Мы также считаем это логичным, поскольку женщины традиционно больше инвестируют в продукты, употребление которых не только способствует достижению и поддержанию оптимальной формы, но и оказывает положительное влияние на здоровье и благополучие организма в целом.

Заключение. Анализ рынка хлеба и хлебобулочных изделий выявил устойчивую тенденцию к его росту, обусловленную изменениями потребительских предпочтений. Прогнозируя развитие данного сегмента, необходимо учитывать ключевые экономические и социальные факторы, включая покупательскую способность населения и уровень конкурентной среды.

Исследование ассортимента торговых сетей Благовещенска и Амурской области показало, что 8,9 % потребителей, предпочитающих обогащенные хлебобулочные изделия с повышенной пищевой ценностью, сталкиваются с ограниченным предложением данной продукции. В сложившихся условиях всем участникам рынка необходимо адаптироваться к изменяющейся конъюнктуре, отслеживать актуальные потребительские тренды, внедрять инновационные решения в бизнес-процессы для обеспечения устойчивого развития в условиях высокой конкуренции на рынке хлебобулочных изделий.

Список источников

1. Балыхин М. Г., Шайлиева М. М., Цыпин А. П. Статистическое исследование потребления хлеба и развития хлебопекарной отрасли России // Продовольственная политика и безопасность. 2021. Т. 8. № 1. С. 97–106.
2. Бабухадия К. Р., Буцик И. А., Неустроев А. О. Аспекты использования нетрадиционного сырья в производстве хлебобулочных изделий // Дальневосточный аграрный вестник. 2023. Т. 17. № 1. С. 76–85.

References

1. Balykhin M. G., Shailieva M. M., Tsy-pin A. P. Statistical study of bread consumption and development of the bakery industry in Russia. *Prodovol'stvennaya politika i bezopasnost'*, 2021;8;1:97–106 (in Russ.).
2. Babukhadiya K. R., Butsik I. A., Neustroev A. O. Aspects of using non-traditional raw materials in the production of bakery products. *Dal'nevostochnyi agrarnyi vestnik*, 2023;17;1:76–85 (in Russ.).

© Бабухадия К. Р., Буцик И. А., Соколова О. В., 2025

Статья поступила в редакцию 04.04.2025; одобрена после рецензирования 13.05.2025; принята к публикации 03.07.2025.

The article was submitted 04.04.2025; approved after reviewing 13.05.2025; accepted for publication 03.07.2025.