

CARACTERISTICA GENERALĂ ȘI BENCHMARKINGUL INDUSTRIEI DE PANIFICAȚIE

D.Steclaru

Universitatea Tehnică a Moldovei

INTRODUCERE

Sectorul produselor de panificație în Republica Moldova face parte din grupa de ramuri ale industriei alimentare orientate spre piața internă. Acest sector asigură pe deplin cererea consumatorului local și deține cca. 8%-9% din întregul sector al industriei alimentare după indicatorul volumului de producție.

Pentru aproape toată Asia, alimentul de toate zilele este orezul. Pentru restul lumii, mai ales pentru Europa, acest aliment este pâinea. Creștinii din Europa și nu numai, în rugăciunea lor cea mai frecventă, „Tatăl nostru”, se roagă să primească „pâinea cea de toate zilele” cu care oamenii au fost îndestulați, mai bine sau mai rău prin munca lor, de când este lumea. Pâinea a devenit nu numai alimentul de baza al moldoveanului, cuvântul în sine a căpătat conotații esențiale și mult mai profunde când se vorbește despre viața oamenilor.

1. SITUAȚIA EXISTENTĂ ÎN SECTORUL DE PANIFICAȚIE

Actualmente, sectorul de panificație din Republica Moldova este caracterizat de un sortiment vast de produse. Aceasta este caracteristic pentru întreprinderile mari, îndeosebi pentru „Franzețuța” S.A. care are 223 articole de panificație, 394 - de patiserie, 32 - de paste făinoase, deci, în total 649 articole. În același timp, brutăriile mici au un sortiment foarte redus, de obicei 5-10 articole.

În general, sortimentul de produse poate fi divizat în câteva clase mari: *pâine, produse de panificație și pâine aromatizată; produse de patiserie și biscuiți; paste făinoase; torte.*

Produsele de panificație diferă în mare măsură, dar pot deseori fi înlocuite unul cu altul. Aceste produse pot fi servite în timpul meselor de sărbătoare, la micul dejun (pâinea), în timpul pauzelor de serviciu sau de studii (snackuri, biscuiți și alte produse de patiserie), în timpul petrecerilor sau altor ocazii ca de exemplu, diferite aniversări, celebrări. Schimbările în sortimentul produselor sunt caracteristice preponderent celor de patiserie, deoarece sortimentul de pâine este mai stabil. Diversificarea sortimentului poate avea loc în două direcții: prima direcție a inițierii diversificării produselor este în baza analizei preferințelor consumatorului, o altă direcție fiind inițiativa producătorului. Datorită gradului înalt de specializare a unor producători și activității reușite a unor specialiști de marketing schimbările în sortiment au loc sezonier și anual.

La general, sectorul de panificație este caracterizat prin întreprinderi cu procese

tehnologice preponderent semi - automatizate. În afară că acest moment contribuie la creșterea flexibilității și eficienței producției, el permite menținerea standardelor de calitate. Desigur, situația este diferită pentru brutăriile mici, specializate în pâine proaspătă. Inovațiile substanțiale ale întreprinderilor de panificație cer modificări ale procesului de producție.

În Republica Moldova conform datelor Departamentului de Statistică și Sociologie pâinea este produsă de peste 200 de companii și, de asemenea, în condiții de casă. Doar în Chișinău există circa 70 de brutării private mici.

Brutăriile din Republica Moldova sunt întreprinderi, care aparțin diverselor forme organizatorico-juridice, cele mai răspândite fiind:

- Cele mai multe întreprinderi se referă la *societăți cu răspundere limitată*. Numărul acestor întreprinderi este: 128 în anul 2002 (71% din numărul total pe ramură), 149 - în 2003 (76%) și 158 în anul 2004 (75,6%).

- La *societăți de acțiuni de tip deschis* se referă puține întreprinderi: 7 întreprinderi în anul 2002 (3,8%), 6 în 2003 (3%) și 5 în 2004 (2,3%).

Majoritatea întreprinderilor se află în municipiul Chișinău: în 2002 - 77 de întreprinderi (42,7 % din numărul total), în anul 2003 - 86 de întreprinderi (43,8 %) și în 2004 - 90 de întreprinderi (43,1 %). În perioada analizată numărul întreprinderilor a crescut cu 16,8%.

În afara municipiului Chișinău activează următorul număr de întreprinderi: în anul 2002- 103 (57,3 % din numărul total), în 2003 - 110 (56,2%) și în 2004 - 119 (56,9 %). În perioada analizată numărul de brutării s-a mărit cu 15,5%.

În sectorul industriei de panificație putem observa o grupare a producătorilor, ca lideri principali apărând combinatele mari de pâine, ce dețin pe piață mai mult de 50 % și brutăriile private mici. Liderii acestui sector pot fi delimitați regional; în Chișinău cel mai mare producător de pâine este „Franzețuța” S.A., iar în regiunea de Nord „Fabrica de pâine din Bălți” S.A. În partea sudică a republicii cel mai mare producător este considerată fabrica de pâine din Cahul S.A. „Cahul - Pan”. Dat fiind faptul că în această regiune majoritatea populației coace pâine acasă, volumul producției acestui combinat este neesențial comparativ cu celelalte două.

2. CARACTERISTICA PRINCIPALELOR ÎNTEPRINDERI DE PANIFICAȚIE DIN RAMURĂ

2.1. Societatea pe Acțiuni „Franzețuța” S.A.

Reconstruirea unei vechi brutării meșteșugărești din Chișinău și montarea primelor

linii de producție în flux au marcat în anul 1947 începutul activității Combinatului de Panificație. La 24 februarie 1960 prin asocierea instituțiilor de profil din capitală a fost creat Combinatul de panificație cu formă de proprietate – întreprindere de stat.

Fondarea acestuia a dat posibilitate centralizării serviciilor. La 1.07.1999 Combinatul devine întreprindere de arendă, iar la 15.08.1995 își schimbă forma juridică în Societate pe Acțiuni „Franzeluța”.

Structura capitalului acționar este următoarea: statul deține 42,93%; persoane fizice-52,48%; alții – 0,63%.

Principalele activități sunt producerea și comercializarea produselor de panificație, produselor din paste făinoase și a produselor de patiserie. În componența S.A. „Franzeluța” intră patru fabrici de pâine, o fabrică de paste făinoase, atelierul mecanic experimental (AMĒ) și secția de CO₂. La ora actuală această structură are o capacitate de producție 350 t / 24 ore. Sortimentul întreprinderii cuprinde 35 denumiri de produse de panificație, 46 denumiri de produse de cofetărie și 15 feluri de paste făinoase. Fabrica de paste făinoase are o capacitate de 20 t / 24 ore. În componența acesteia intră și secția de biscuiți.

Toate fabricile sunt dotate cu linii tehnologice în flux. Fabrica nr. 1 cu capacitatea de producere 118 t / 24 h. Aceasta realizează pâine ca și celelalte fabrici, dar se specializează în producerea covrigeilor și colăceilor. Fabrica nr.2 cu capacitatea de producere 135t/ 24h asigură fluxul pâinii de masă. În secția de franzelărie se confecționează produse de panificație de mic gramaj. Fabrica nr.3 are o capacitate de producere 65t/24h și se specializează în fabricarea articolelor de patiserie. Fabrica nr. 4 are capacitatea de producere 6,2 t/24h. Pe lângă produsele de panificație, produce torturi, pateuri, rulade, articole de cofetărie și produse din vafe. Datorită calităților gustative înalte, a utilizării materiei prime ecologic pure și a tehnologiei avansate S.A. „Franzeluța” a primit premii internaționale pentru calitate în anul 1999 „Steaua de aur”, în 2000 „Placa de bronz”, în 2001 „Steaua de briliant”.

Principalele volume de vânzări SA „Franzeluța” le efectuează pe piața municipiului Chișinău și în republică. Distribuția este efectuată prin utilizarea canalelor directe (Producător - Consumator) cât și canalele indirecte (Producător - Distribuitor - Consumator). Comerțului de firmă îi revine 10% din volumul total al vânzărilor. S.A. „Franzeluța” întreține relații de livrare cu 1296 clienți din Chișinău și republică. Clienții a S.A. „Franzeluța” sunt: întreprinderile individuale 42% din Chișinău, comerț în Chișinău 13%; organizații bugetare 2%, supermarketele și magazinele de firme 10%, patente 6%, agenții comerciali și export 3%, distribuitori 2%.

2.2 Societatea pe Acțiuni “Fabrica de pâine din Bălți”

Această fabrică deține o cotă dominantă pe piața articolelor de panificație din regiunea de Nord

a republicii. Fabrica a fost fondată în 1958 și este o Societate pe acțiuni cu capitalul statutar de 22,5 mil. lei. Statul deține 56 % din pachetul de acțiuni, persoanele fizice dețin 44 %. Sistemul de aprovizionare cu materie primă (făină) se află sub influența unicului furnizor de făină “Combinatul de Produse cerealiere din Bălți” S.A. Activitățile principale sînt fabricarea și comercializarea produselor de panificație și produselor de patiserie. Societatea e compusă dintr-o fabrică de pâine, ateliere experimentale mecanice, complex energetic, activități auxiliare și cinci magazine specializate.

2.3. Societatea pe Acțiuni “Cahul Pan”

În anul 1946 pe baza unei mici brutării locale a fost organizată fabrica de pâine cu un singur cuptor, a cărei capacitate era de 10 tone pe zi. Fabrica mărindu-și capacitatea de producție devine combinat în baza hotărârii Ministerului Industriei Alimentare al RSSM pe data de 19 iunie 1947. Din momentul punerii în exploatare și până în prezent fabrica a trecut 5 reconstrucții.

Actualmente S.A. “Cahul-Pan” este o întreprindere unică în ramura dată amplasată în regiunea de Sud a Moldovei - un mare producător de produse de panificație, franzelărie, covrigărie, pesmeți, patiserie, paste făinoase etc.

În structura capitalului statutar 60% din acțiuni sunt deținute de către concernul „SONI - PANPIT”, cu sediul la Chișinău. Acesta a devenit acționar al Combinatului prin achiziționarea acțiunilor pe care le-a deținut statul până în anul 1999. Cât privește celelalte 40% de acțiuni, sunt deținute de un număr foarte mare de persoane fizice, care, în mare parte reprezintă colectivul de muncă al întreprinderii.

2.4. Micul business în sectorul de panificație

Menționăm că majoritatea întreprinderilor din sectorul de panificație se atarnă la micul business și, respectiv, reprezintă niște brutării mici. În anul 2002 activau 153 de astfel de brutării (85% din numărul total al întreprinderilor ramurii), în 2003 – 174 de brutării (88,7%) și în 2004 – 185 de brutării (88,5%). În perioada analizată numărul brutăriilor s-a mărit cu 21% .

Avantajele brutăriilor mici sunt următoarele:

- o suprafață mică pentru deservire (maximum 1-2 km²) și depinde de densitatea populației;
- un număr redus de angajați ocupați în producere (de obicei, 3-4 persoane);
- productivitatea mică a brutăriei (aceasta lucrează 12-16 ore în zi și produce 300-500 kg de producție zilnic);
- accesibilitatea echipamentului, care trebuie să satisfacă cerințelor accesibilității în preț și să permită fabricarea unui sortiment larg.

3. BENCHMARKINGUL INDUSTRIEI DE PANIFICAȚIE

În continuare vom prezenta un benchmarking a situației existente în industria de panificație

mondială. În ultimii 10 ani în țările Europei Occidentale a avut loc redistribuirea pieței de producere a pâinii și a articolelor de patiserie de la producătorii mici (productivitatea până la 10 tone în 24 ore), care nu rezistă la lupta concurențială, în favoarea întreprinderilor industriale mari, care în unele țări satisfac nu mai puțin de 75% din cererea de consum.

De exemplu, în Germania câteva combinate de pâine mari, unul din care produce peste 450 t / 24 ore, dispune de o rețea de comerț cu amănuntul proprie și controlează circa 30% din piață. În Franța în rezultatul implementării în procesul de fabricare a pâinii a tehnologiei de răcire, grupurile industriale au unit 30 mii de mini-brutării, numărul cărora continuă să scadă. În Marea Britanie activează cu succes numai brutăriile mici, amplasate în super - și megamarkete, care produc peste 15% de pâine. În același timp, acestora le aparțin numai 6% din piață.

Conform evaluărilor experților numărul de brutării mici în Germania, Austria, Danemarca, Franța, Italia în următorii 10 ani se va reduce cu 50%. Procesele în cauză au loc o dată cu îmbunătățirea calității și sporirea duratei de păstrare a pâinii proaspete în baza perfecționării tehnologiei de fabricare, precum și a reutilizării echipamentului de realizare a articolelor de panificație.

Vorbind despre producerea pâinii în Moldova, întreprinderile nu sînt într-o concurență directă. Dacă am face referință la concurența regională, prețul pâinii s-ar majora în cazul transportării, spre exemplu, de la Bălți la Cahul.

Concurența pe piața națională este mai evidentă datorită existenței produselor cu diferit termen de păstrare. Doi producători de produse de patiserie - "Zicos" SRL și "Nefis" SRL și-au început activitatea pe piața locală și au cucerit-o cu succes. În prezent activează pe piața republicii doar "Nefis" SRL, pe când "Zicos" SRL în vara anului 2000 și-a încetat activitatea de producere nerezistând concurenței legale. În fabricarea pastelor făinoase producătorii băștinași concurează cu o mulțime de importatori a acestor produse din Italia, România și Ungaria.

Țara noastră face parte din categoria celor cu consum mare de pâine. Consumul de pâine pe cap de locuitor este de aproximativ 93,6 kg anual, ceea ce este mai mult decât în țările dezvoltate: în Italia - 77,0 kg pe an, în Spania - 62,5 kg pe an, în Germania - 58,6 kg pe an, în Franța - 57,3 kg pe an. Dacă vom efectua o analiză a cererii față de produsele de panificație vom observa că există câțiva factori de bază, care o influențează:

- Capacitatea de consum a pieței (nivel ridicat de consum al pâinii);

- Nivelul veniturilor consumatorilor (un salariu mediu scăzut și reducerea puterii de cumpărare a populației, care favorizează procurarea produselor alimentare mai ieftine);

- Organizarea procesului de distribuție (mari oportunități de optimizare a procesului de distribuție);

- Nivelul înalt al calității produsului (sectorul dat se caracterizează printr-un nivel variabil al calității).

Luând în considerație că numărul populației din țară este într-o scădere lentă, cererea la pâine va rămâne aproximativ aceeași pentru perioada apropiată de timp, pe când sortimentul produselor de panificație se va schimba.

Totuși, situația la capitolul cerere este următoarea:

- produsele principale sunt pâinea și alte articole de panificație; constituind în mediu 70% din vânzările companiilor, cu toate că cota produselor de panificație în totalul vânzărilor înregistrează o descreștere continuă pe parcursul ultimilor 3 ani;

- s-a înregistrat o scădere a cererii față de producția de paste făinoase pe parcursul ultimilor ani. Aceasta a cauzat și scăderea volumelor de producție de paste făinoase cu aproximativ 40% (unități fizice). Creșterea concurenței din partea produselor de import pot fi considerate ca factori ce au cauzat această evoluție;

- un factor esențial sunt și ambalajele, care deseori contribuie la înviorarea industriei și stimularea vânzărilor. Aceasta se dovedește prin faptul că aproximativ 30% - 40% din achiziționările de biscuiți sunt efectuate din impuls.

Anii precedenți ne-au dovedit o progresivă polarizare între cererea pentru produse ieftine și produse cu valoare adăugată înaltă. Presiunea veniturilor joase ale populației a făcut ca produsele cu prețuri joase să câștige o cotă mai mare pe piață. Pe de altă parte, sănătatea și dorința de a-și satisface cererea sunt factorii ce susțin vânzările produselor scumpe. O nișă interesantă este reprezentată de produsele fără calorii și fără sare, care au ca scop satisfacerea grupelor de consumatori ce sunt mai receptivi la produsele sănătoase.

CONCLUZIE

După cum am menționat mai sus, țara noastră face parte din categoria celor cu consum mare de pâine. Consumul de pâine pe cap de locuitor este de aproximativ 93,6 kg anual, ceea ce este mai mult decât în țările dezvoltate: în Italia - 77,0 kg pe an, în Spania - 62,5 kg pe an, în Germania - 58,6 kg pe an, în Franța - 57,3 kg pe an. Din aceste considerente, sarcina principală a întreprinderilor de panificație este să asigure necesitățile consumatorilor în articole de panificație, de patiserie și de paste făinoase. În perioada reformelor economice, în condițiile instabilității macroeconomice a Republicii Moldova, activitatea întreprinderilor de panificație este amenințată de un risc permanent. Adaptarea greoaie la noile condiții ale pieței, dificultățile de gestionare create pe seama unui șir de factori, au adus fabricile de pâine într-o stare dificilă, ele nefiind asigurate contra unei eventuale situații de insolvabilitate. În acest context se impune eficientizarea activității fabricilor de panificație din Moldova.

Bibliografie

1. *Datele întreprinderii.*
2. *Departamentului de Statistică și Sociologie.*

Recomandat spre publicare: 28.03.06.