

# PIAȚA PRODUSELOR DE PANIFICAȚIE ÎN REPUBLICA MOLDOVA

**Ion CERNEI, Vasile MAMALIGA**

Universitatea Tehnică a Moldovei

**Abstract.** *Pâinea este unul din cele mai cunoscute produse alimentare, care are o istorie de mii de ani, datînd cu anii 8000 î.e.n.. Trecînd prin multe etape de dezvoltare și evoluție a populației ea a cunoscut diverse modificări, de preparare precum și ingrediente, dar toți acești ani de la apariție și pînă în prezent păstrîndu-și importanța ca produs alimentar de primă necesitate.*

**Cuvinte cheie:** *Pîine, piața produselor de panificație, consumatori, concurența*

Primii brutari din Antichitate au fost egiptenii, cărora li se datorează construcția primelor cuptoare cu boltă în formă de cupolă, care permiteau coacerea la temperaturi ridicate, tot ei fiind cei care au descoperit creșterea naturală a aluatului. Au observat că, dacă aluatul este lăsat să se odinhească pentru un timp, pîinea devine mai ușoară și mai voluminoasă, iar după coacere este mai fragedă și mai pufoasă.

În Egiptul antic, pîinea a dobîndit pentru prima dată valoare economică și socială, fiind folosită drept monedă pentru plata salariului țaranului. A devenit totodată și simbol al distincției sociale: pentru popor, pîinea de orz și alac, iar pentru nobili – pîinea din făină de grîu.

În Roma Antică, panificația ca serviciu public a fost introdusă în anul 168 î.e.n. și a cunoscut o amplă dezvoltare, astfel că în timpul lui Octavian Augustus existau în capitală mai mult de 400 de cuptoare. În timpul Imperiului Roman, pîinea, alimentul de bază al populației, a fost asigurată și impusă printr-o legislație adecvată, conform căreia cetățenilor li se permitea să cumpere grîu din hambarele publice, la un preț mai mic decît cel al pieței.

În feudalism, nobilii dețineau mori și cuptoare, pe care le gestionau în regim de exclusivitate, împiedicînd supușii să construiască altele pe care să le folosească în mod personal. Din cauza condiției economice precare, marea majoritate a populației nu-și permitea să folosească grîul și era constrînsă a utiliza alte cereale: orz, ovăz, mei, sorg, care se prestau mai bine altor preparate și mai puțin pentru pîine. O dată cu apariția comunelor libere, au reapărut cuptoarele, sub forma unor întreprinderi meșteșugărești independente, iar panificația a fost reglementată prin reguli stricte. În multe cazuri, munca brutarului consta doar în coacerea pîinii preparate de acasă de către consumator, iar în alte cazuri clientul furniza făina sau grîul.

La sfîrșitul secolului al XVIII-lea, o dată cu introducerea malaxoarelor, pîinea a început să fie produsă pe cale industrială și tehnicile s-au perfecționat treptat, prin descoperirea agenților de creștere și introducerea cuptoarelor performante.

Astfel, acest produs de bază al alimentației umane a parcurs drumul de la începuturile civilizației și pînă în zilele noastre, diferențiindu-se prin calitate, varietatea ingredientelor și creativitatea brutarilor.

Secolul XXI este dominat de economia de piață fapt ce conferă pîinii importanță ca produs alimentar de primă necesitate cu o cerere inelastică, iar valoarea sa economică ca monedă de schimb rămîne doar în istorie.

Din timpuri străvechi oamenii din R.Moldova mai mult coceau pîine și mai puțin cumpărau. Deja pe la mijlocul sec.XX situația se schimbă, datorită multiplilor factori de ordin politic, economic, social. În perioada anilor de economie planificată toate întreprinderile de panificație aparțineau statului, care planifica volumul de producție și stabilea prețurile. Trecerea la economia de piață a fost marcată și de o creștere bruscă a prețurilor la toate produsele, ceea ce i-a determinat pe oameni să procure pîine, și nu să coacă, pe simplu motiv că era mai ieftin. Piața produselor de panificație s-a dezvoltat, prin apariția brutăriilor private și în același timp prin mărirea varietății produselor, precum și a ingredientelor folosite la fabricarea lor. Concurența dintre producătorii de pîine și produse de panificație pe parcursul anilor s-a întetit și are loc la nivel local, deoarece aceste produse sunt ușor alterabile, iar calitatea este o cerință primordială a pieței contemporane.

**Tabelul 1. Dinamica întreprinderilor de panificație în R.Moldova, pe anii 2000-2012 și volumul de producție (în prețuri curente) mil lei și mii tone.**

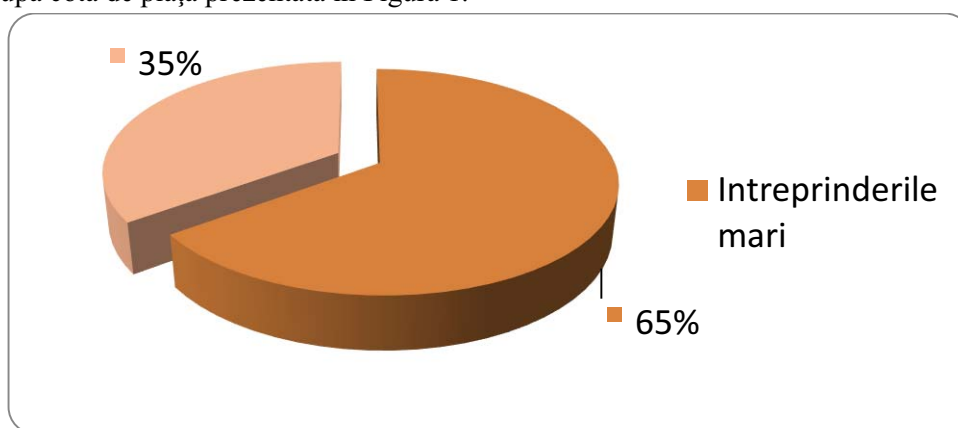
Anii	2000	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
<i>Nr.firme</i>	48	50	296	297	285	306	311	284	274
<i>VP mil lei</i>	331,2	576,2	757,2	944,3	1125,6	1021,1	1114,9	1303,7	1370,2
<i>VP mii tone din care:</i>	<b>89,2</b>	<b>89,6</b>	<b>112,3</b>	<b>122,8</b>	<b>137,5</b>	<b>130,6</b>	<b>129,0</b>	<b>130,0</b>	<b>129,0</b>
<i>Pâinea</i>	-	-	108,8	119,4	133,7	126,7	124,3	125,90	124,5
<i>Alte produse</i>	-	-	3,5	3,4	3,8	3,9	4,8	4,2	4,5

Sursa: Anuarul Statistic al Republicii Moldova.

Numărul întreprinderilor de panificație pe perioada anilor 2000-2012 s-a majorat iesențial ajungând de la 48 în 2000 pînă la 274 în 2012, fapt ce ne vorbește despre creșterea pieței produselor de panificație, de pe urma căreia are de cîștigat în primul rînd consumatorii. Creșterea atît de impunătoare se datorează în primul rînd ciclului scurt de fabricație al acestor produse și în al doilea rînd cererii relativ stabile, dat fiind faptul că este un produs de primă necesitate, de altfel aceste condiții au fost decisive pentru investitorii privați.

Producătorii mici au avantaje față de cei mari, deoarece ei sunt mai flexibili și au posibilități mai mari să se adapteze la cerințele consumatorilor prin schimbarea operativă a sortimentului producției fabricate. Brutăriile se deosebesc de întreprinderile mari prin capacitatea de a se restructura sfera de producție pentru diferite feluri de pâine. Pâinea coaptă în brutărie este mai ușoară și mai pufoasă decît la întreprinderile mari, dar nu exprimă gustul și aroma în comparație cu întreprinderile-gigantice. În brutărie pâinea este fabricată pe baza unei tehnologii accelerate cu implementarea plămădirii uscate, iar la întreprinderile mari aluatul este amestecat în baza componentelor biologice pregătite din bacterii de fermentație acidă. Totodată, pentru producerea pînii de calitate înaltă e necesar ca întreprinderea să dispună de utilaj tehnologic modern, laborator, specialiști calificați, ceea ce nu este caracteristic pentru brutăriile mici.

Cele mai mari întreprinderi de panificație din republică sunt S.A.Franzeluța situată în capitală, S.A.”Combinatul de Pîine din Bălț” „CahulPan” S.A. și Fabrica de pâine din Orhei. De fapt există o grupare a producătorilor după cota de piață prezentată în Figura 1.



**Figura 1. Cota de piață a combinatelor mari și a brutăriilor private mici și mijlocii pe piața de panificație a R.Moldova**

Cu o aproximație am putea afirma, că mai puțin de 35 la sută din numărul total de întreprinderi de panificație din republică dețin această cotă din piață de circa 65 la sută.

S.A.Franzeluța este cel mai important producător pe piață, deoarece deține o cotă de circa 20% pe republică și circa 60% pe municipiu și totodată statul deține 55% din acțiunile întreprinderii. Ea este o întreprindere strategică prin care sunt influențate prețurile la produsele de panificație, astfel statul devenind principalul jucător pe piață. De asemenea statul dispune de pîrghii de control, în special asupra adaosului comercial la comercializarea pînii și a produselor de patiserie. Conform Hotărîrii Guvernului nr. 547 din

04.08.1995 cu privire la măsurile de coordonare și de reglementare de către Stat a prețurilor (tarifelor), mărfurile de producție autohtonă (pâinea și produsele de patiserie) se comercializează pe teritoriul Republicii Moldova de către unitățile comerciale la prețuri de livrare, cu aplicarea adaosului comercial de 10%.

Industria panificației este foarte sensibilă la orice schimbare de prețuri la produsele de panificație și la serviciile necesare pentru fabricarea pâinii. Asupra acestei ramuri influențiază un set de factori: prețul la făină, gaz, combustibil, energie electrică, servicii de transport, distribuție, tehnologiile liniilor de producere etc. Nivelul prețurilor la produsele de panificație este determinat de factorii economici, organizatorici și sociali, inclusiv: accesul la alte produse alimentare, stabilitatea economică din țară, capacitatea de cumpărare a populației.

În cooperarea de consum este dezvoltată pe larg rețeaua de întreprinderi în toate raioanele republicii, care produc pâine și produse de panificație cu un sortiment de 30-40 de denumiri. Însă aceste întreprinderi dispun de un spațiu mic de depozitare a materiei prime și ele sunt dispuse să achiziționeze destul de des făină, zahăr și alte componente, ale fabricării pâinii și producției de panificație. Cea mai mare parte de materie primă este achiziționată în loturi mici, iar graficul livrării nu permite livrarea la timp a materiei prime și utilizarea deplină a capacităților de producție. Aceasta duce la scăderea eficienței proceselor tehnologice, creșterea întreruperilor între schimburi. În prezent, piața producătorilor de pâine în centrele raionale este reprezentată de fabricile de pâine private. Printre avantajele acestor societăți se numără infrastructura dezvoltată, spații de producere și depozitare mari, experiența îndelungată a angajaților. Dezavantajele principale ale acestor producători constau în lipsa serviciului de desfacere – marketing și necorelarea dintre volumul de producere și vânzări, ce duce învechirea pâinii pe tarabele rețelei de comercializare.

În prezent, din motivul instabilității prețurilor la grâu, producătorii agricoli nu doresc să realizeze la timp acest produs, care servește ca materie primă pentru fabricarea pâinii și ei se străduie să mențină realizarea grâului pînă la momentul creșterii prețurilor. Această situație provoacă una din cele mai mari probleme ale industriei de panificație și anume problema aprovizionării cu materie primă de înaltă calitate, care este caracteristică atât întreprinderilor mari cât și celor mici. O altă problemă ar fi povara fiscală, prin faptul că s-a introdus din nou impozitul pe venit și alte impozite sociale, ceea ce în cele din urmă are să ducă la majorarea prețurilor în caz contrar la falimentarea multor întreprinderi în special mici.

Un important moment de remarcat este, că pe piață de mai mulți ani este creată o situație specifică, când unii producători de talie mare sunt constrânși să mențină prețurile stabile, primind și suport din partea statului, iar alții, mai mici, sunt impuși să concureze cu ei, în condiții dezavantajoase. Drept urmare este frînată dezvoltarea întreprinderilor mari și a celor mici, care sunt impuse să concureze în situații dificile, artificial create de stat. Utilizarea necompletă a capacităților de producție este un factor determinant în costul producției fabricate, care în acest sens reduce esențial profitul și pune întreprinderea în dificultate financiară.

În actuala economie piața cere produse mai calitative și mai ieftine, ceea ce poate fi atins doar dacă întreprinderile se vor gândi la modernizarea tehnologiilor și utilajului. Desigur aceste momente vor aduce un efect în timp și nu imediat, dar întreprinderile vor fi nevoite să meargă la așa un pas pentru a face față cerințelor consumatorului și concurenței crescînde. La fel diversificarea sortimentală tot timpul a avut efecte pozitive, deoarece sunt atrași noi clienți și satisfăcute cerințele celor vechi, când consumatorul are din ce alege el este satisfăcut atât fizic cât și moral astfel devenind dintr-un consumator obișnuit unul fidel.

Una din cele mai mari probleme a pieței de panificație provine de pe o altă piață și anume cea a cerealelor, care asigură întreprinderile cu materie primă. Sunt prezente situațiile de genul reținerea vânzărilor pentru un preț mai bun, fapt ce destabilizează situația de pe piața produselor de panificație. O soluție pe măsură este de a dezvolta în republică practica țărilor din occident și anume de a dezvolta vânzările de grâu prin bursa de mărfuri, care vor fi obligate prin contract să-și îndeplinească la timp obligațiunile. Acest lucru se realizează prin contractele Futures, care produc efect în viitor. Prin aceste contracte întreprinderile pot fi încredute că vor avea la timp materia primă necesară de o calitate și cantitate stabilite din timp prin contract.

În acest sens statul trebuie să acționeze mult mai eficient, pentru a nu rămîne fără materie primă într-o bună zi. Soluția rațională și necesară ar fi, ca statul să opereze cu rezerve de stat pentru a putea asigura în caz de necesitate întreprinderile cu materie primă. Ar fi normal ca în anii cu roadă bogată, calitativă statul să-și

mărească rezervele pentru ca în caz de ani cu secetă sau alte calamități să poată suplini deficitul, care se poate crea pe piață.

În prezent în cantități mici dar este prezentă pe piață pâinea socială, care se comercializează la un preț de două ori mai mic decât costul de producție, ceea ce nu ne permite să vorbim despre rentabilitatea acestui produs și raționalitatea acestei hotărâri a statului, pe simplu motiv că această pâine nu tot timpul ajunge la destinație. Pâinea socială sau cum i se mai spune pentru oameni săraci, nu este doar nerentabilă dar și o greșeală a statului. O soluție rațională în acest sens ar fi renunțarea la acest produs și în loc întreprinderea să opereze cu pierderi de pe urma acestui produs ar fi bine să se compenseze cheltuielile pentru pâine mai scumpă prin adaos la indemnizații a persoanelor cuvenite.

Pentru a asigura competitivitatea întreprinderilor pe piață e necesar de utilizat metode eficiente a activității de marketing, inclusiv: publicitatea, stimularea desfacerii, ambalajul, prezentarea pe piață, implimentarea produselor noi pe piață.

De asemenea trebuie să fie creat un mediu concurențial eficient în baza: dezvoltării bazei informaționale pe piața pâinii și produselor de panificație, precum și pe piața complexului agro-industrial; creării unui sistem dezvoltat de certificare și control al calității produselor; respectarea cerințelor legislației în vigoare de către toți participanții pieței; elaborării unei strategii, care va ține cont de toți partenerii de pe piață și a spori rolul formelor civilizate de concurență pe piața pâinii și produselor de panificație.

**Concluzie.** Din analiza efectuată putem afirma că din momentul apariției și până în prezent pâinea a trecut prin multe etape și a evoluat până la forma, conținutul și importanța pe care o cunoaștem în prezent. Pâinea face parte din grupul produselor Giffen adică este produs inferior, care are o cerere nesfârșită, deoarece acest produs satisface nevoile primordiale de consum a populației. Piața produselor de panificație a cunoscut o evoluție foarte iesențială, ajungând de la 48 întreprinderi în anul 2000, până la 274 în anul 2012. La fel și diversitatea sortimentală s-a majorat și completat cu noi produse. Pâinea fiind un produs de primă necesitate trebuie să fie reglementate prețurile de către stat, pentru a evita eventualele majorări. Statul deține principale cote părți din cele mai imortante întreprinderi din țară astfel el ușor poate controla acest lucru mai ales că adaosul comercial pentru aceste produse nu depășește 10%, care au fost stabilite prin Hotărârea Guvernului 547. Problemele majore ale acestui domeniu trebuie soluționate de către autorități prin reglementarea pieței cerealiere, prin dezvoltarea achizițiilor prin bursa de mărfuri.

#### **Bibliografie:**

1. *Datele întreprinderii.*
2. [www.google.com](http://www.google.com)
3. *Anuarele Statistice pe anii 2005- 2013.*