**Построение сценария развития рынка хлебобулочных изделий города Барнаула.**

Несмотря на то что в последнее время питание россиян стало более разнообразным, хлеб по-прежнему занимает в нем одно из главных мест. Чтобы обеспечить стабильный спрос потребителей, крупным производителям сегодня приходится конкурировать с малыми предприятиями. «В индустриальном хлебопечении не первый год идет снижение рентабельности. Причины – в отсутствии достаточной гибкости в удовлетворении меняющегося спроса, высокой конкуренции на рынке массового ассортимента и ограниченных источниках финансирования.

В то же время в средних, малых пекарнях и микропекарнях идет небольшой рост объемов производства. В Российской гильдии пекарей и кондитеров уверены, что малый и средний бизнес сегодня – стратегическое направление развития отрасли» (Российская газета, 2017, 5 октября).

В производстве хлеба и хлебобулочных изделий в Алтайском крае большую долю занимает хлеб из пшеничной муки 1 сорта (более 55%). Кроме этого, хлебопекарные предприятия все больше используют овес, гречиху, ячмень, просо для производства многокомпонентных и цельнозерновых хлебов. Известно, что производство хлебобулочных изделий диетического, лечебно-профилактического и функционального назначения в крае развивается опережающими темпами.

«Среди предприятий лидирующую роль по-прежнему играют хлебокомбинаты, тем не менее в крае достаточно развит малый бизнес. Малые предприятия вступают в конкуренцию за счет сдобных, мелкоштучных, национальных и диетических изделий» (Вечерний Барнаул, 2017, 21 июля). В 2014 году создана гильдия алтайских пекарей, которая объединила крупные и мелкие предприятия хлебопечения для решения задач, справиться с которыми в одиночку трудно.

Исследование состояния рынка хлебобулочных изделий и его развития имеет высокую актуальность в данный момент. Это обусловлено необходимостью как для общей оценки состояния отрасли, так и для определения влияния на экономическую ситуацию в регионе в целом.

Основополагающей целью данного исследования является определение основных тенденций развития хлебобулочной продукции, оценка её основных параметров и определение степени влияния на экономическое состояние субъекта.

**1. Описание системы и ее подсистем. Период упреждения прогноза.**

В качестве системы сценарий которой будет предложен выбран рынок хлебобулочных изделий города Барнаула. Период упреждения прогноза составляет 2 года (2019-2020г.).

Для того чтобы охарактеризовать в достаточной мере данную систему необходимо дать ее краткое описание в разрезе основных составляющих и тех основных компонентов, которые оказывают на систему свое влияние.

Цена хлеба существенно колеблется по регионам России.

 Рисунок 1 - Средняя стоимость хлеба из высших сортов пшеницы по Федеральным округам на 01.10.2018, руб. за кг.

Самая низкая цена в Северо-Кавказском Федеральном округе, а самая высокая ‒ в Северо-Западном. Причем разница составляет более 100%. В чем же дело? Под влиянием каких факторов могут вырасти цены на хлеб? В целом цена хлеба формируется за счет влияния нескольких факторов: величины урожая зерновых; экспортных цен на пшеницу; стоимости топлива; величины налогов; стоимости аренды помещений для производства и хранения; стоимости электроэнергии и прочих услуг; величины заработной платы сотрудников.

Цена булки хлеба складывается: на 25% ‒ из стоимости энергоносителей, транспортировки, аренды помещений, коммунальных услуг, заработной платы; на 9% ‒ из налогов; на 30% ‒ из наценки продавца; на 34% ‒ из стоимости сырья, т.е. муки, яиц, дрожжей и консервантов. В этих 34% стоимость муки занимает около 58%.

У нас первые места по производству муки, гречки, овсянки, хлопьев для завтрака, биологически активных добавок к пище и не только. По выработке макаронных изделий у Алтая третье место. Так что почетное звание житницы страны регион носит по праву. И останавливаться на достигнутом не собирается.

Хлеб у нас не только всему голова. Это гордость, душа и перспективная отрасль. Имеющиеся в Алтайском крае в настоящее время производственные мощности позволяют в полной мере удовлетворять потребности населения региона в хлебе и хлебобулочных изделиях, как по количеству, так и по ассортименту.

По количеству пекарен и хлебозаводов на десять тысяч жителей регион занимает 13 место (1,036), опережая Москву.  
  
 Вместе с тем, производство хлеба в Алтайском крае ежегодно снижается, за счет сокращения традиционных сортов, вырабатываемыми крупными хлебозаводами. Так в 2013 году было произведено 110,5 тыс. тонн продукции, а в 2017-м - 89,5 тыс. тонн.  
  
 Основная доля (56,5%) производства хлеба в регионе принадлежит небольшим предприятиям и индивидуальным предпринимателям. Всего их более 350.

Лидирующую роль в крае продолжают играть хлебокомбинаты: «Комбинат «Русский хлеб», «Хлеб-4», «Новоалтайский хлебокомбинат», хлебопекарные предприятия потребительской кооперации: Тальменский хлебокомбинат, Кулундинское, Поспелихинское райпо, бийские пекарни «Суворов» и «Импульс», которые являются ведущими игроками регионального хлебопекарного рынка, так как у крупных предприятий больше шансов на обеспечение более высокого уровня рентабельности и сохранение рецептов традиционного хлебопечения. Тем не менее, в крае достаточно развит малый бизнес и он начал поджимать крупных производителей.

Одним из факторов развития мелких производителей стало использование такой ниши в хлебопечении как организация производства сдобных, мелкоштучных, национальных и диетических изделий. Производство выпечки и поставка горячего хлеба в отдельных густонаселенных городских районах будет развиваться. Наряду с организацией хлебопечения в магазинных крупных торговых сетей, продукция мелких производителей, выпуск которой организуется в сфере придомовой торговли, также высоко востребована.

Обновление производственных мощностей отрасли осуществляется, в основном, за счет установки отечественного оборудования. Российские машиностроители в рамках реализации программы импортозамещения проделали серьезную работу и в перспективе смогут полностью обеспечить хлебопеков высокотехнологичным оборудованием.

**Описание подсистем.**

1. ОАО "Комбинат "Русский хлеб" - одно из лидирующих предприятий Алтайского края на рынке хлебобулочной и кондитерской продукции. Комбинат оборудован современными производственными линиями ведущих европейских производителей. Мощности комбината позволяют выпускать более 65 тонн хлебобулочных изделий и более 14 тонн кондитерской продукции в сутки. Комбинат участвует во всех основных отраслевых конкурсах и выставках регионального и федерального значения.

Его доля в общем объеме производства хлеба составляет, по разным оценкам, от 60 до 70%. К главным конкурентным преимуществам лидера можно отнести не только высокое качество продукции и большие производственные мощности, но и разработанную руководством сбытовую стратегию. По словам Ивана Василиади, определяется она так: «Максимальная дистрибуция по торговым точкам, максимальный ассортимент в каждом месте продаж, захват максимально большой площади на полках, тесная работа с клиентом, помощь в составлении заявки и формировании наиболее доходного ассортимента, бонусы, премии и скидки».

Отметим также и успешную раскрутку на рынке самого брэнда «Русский хлеб», который за короткий срок стал хорошо известен покупателю. Лидер выигрывает тем, что постоянно предлагает какую-то новую продукцию. Вслед за понравившимся многим хлебом «9 злаков» на прилавках магазинов скоро появится новый подовый хлеб из смеси ржано-пшеничной муки, который получил название «Деревенский особый», а следом — подовый хлеб «Домашний» из пшеничной муки высшего сорта.

2. Барнаульский хлебокомбинат № 4 - Он входит в агрохолдинг «Алтайские закрома», управляемый братьями Терновыми — Александром, Константином и Валерием. Контролируемая предприятием доля рынка составляет примерно 25−30%. В сутки отгружается приблизительно до 30 тонн хлеба.

Комбинат находился в сложном техническом состоянии. Все инвестиции были направлены в модернизацию производства. Были заказаны оборудования в новый печной парк, переведен газ в котельную, что принесло значительную экономию, на 70% обновили автомобильный парк, модернизировали пряничное производство и запущено вафельное. Все это позволило укрепить свое положение на рынке. Не исключено, что в ближайшее время «четвертый» начнет продвигать свою продукцию на рынок именно под брэндом «Алтайские закрома».

3. АО "НОВОАЛТАЙСКИЙ ХЛЕБОКОМБИНАТ" - Производство хлеба и мучных кондитерских изделий недлительного хранения. За последние пять лет на предприятии была образована своя транспортная служба - это гарантия своевременной доставки свежего хлеба в торговые точки, сформирована строительная группа и создана фирменная торговля (16 торговых точек). 50% реализации продукции по городу приходится на долю сети фирменной торговли.

Заботясь о том, чтобы продукция была конкурентоспособной, предприятие закупило современную линию по выпечки булочных изделий фирмы WINKLER.

Основным обобщающим показателем, заключающим в себе интегрированную стоимостную оценку деятельности по производству колбасных изделий, является объем проданной продукции, так как именно из него формируется выручка – основной результат коммерческой деятельности предприятия.

Исходя из этого наиболее важными показателями, описывающими исследуемую подсистему, являются:

1. Качество продукции

2. Цена предлагаемого товара

3. Лояльность потребителей (их приверженность к определенной марке)

4. Доступность приобретения товара (наличие в местах продаж)

5. Активность рекламной политики

Степень важности показателей для каждой подсистемы приведены в таблицах, для оценки степени важности показателей используется шкала с размерностью 5 (min – 0; max – 5).

Таблица 1

|  |  |
| --- | --- |
| Комбинат "Русский хлеб" | |
| Показатель | Степень важности показателей |
| Качество продукции | 5 |
| Цена предлагаемого товара | 4 |
| Лояльность потребителей | 5 |
| Доступность приобретения товара | 3 |
| Активность рекламной политики | 2 |

Качество товара является крайне важным показателем при выборе изготовителя продукции. Данный комбинат отлично зарекомендовал себя на рынке хлебобулочных изделий, поэтому для данной подсистемы можно смело присвоить степень важности показателя «качество продукции» равную 5.

Степень важности показателя цены будет равна 4, потому что рост цены данного вида продукции в значительной степени не понесет серьёзных изменений в объёме продаж комбината. За счёт высокой лояльности потребителей данной организации удаётся занимать лидирующие строки по объёму реализации своей продукции по нашему краю, поэтому следует присвоить 5тую степень важности показателя.

Комбинат сотрудничает с крупнейшими торговыми компаниями Алтайского края, поэтому несмотря на отсутствие собственных торговых точек продукцию можно без проблем приобрести в рознице. Ко всему прочему комбинат имеет онлайн-магазин, где можно ознакомиться с производимыми товарами, следовательно, степень важности такого показателя как доступность будет равна 3.

Продукция данного производителя известна широкому кругу потребителей, поэтому важность показателя активности рекламной политики, при выборе данного комбината, низкая и равна 2.

Таблица 2

|  |  |
| --- | --- |
| «Хлеб – 4» | |
| Показатель | Степень важности показателей |
| Качество продукции | 5 |
| Цена предлагаемого товара | 5 |
| Лояльность потребителей | 4 |
| Доступность приобретения товара | 3 |
| Активность рекламной политики | 1 |

Качество продукции комбината «Хлеб-4» также является важным критерием, по которому он будет оцениваться на рынке, поэтому степень важности была присвоена 5.

Цена — продукции-это еще один пункт, от которого будет зависеть конкурентоспособность данного продукта. В данном случае цены на хлебобулочные изделия у комбината «Хлеб-4» варьируются в одном диапазоне с комбинатом «Русский хлеб», поэтому степень важности также 5.

Исходя из рейтинга комбинатов хлебобулочных изделий, можно отметить степень важности лояльности потребителя 4ой степенью.

Комбинат сотрудничает с многими торговыми компаниями и имеет собственный сайт, где с легкостью можно ознакомиться с каталогом товаров данного комбината. Важность данного показателя можно оценить 3.

Продукция данного производителя известна широкому кругу потребителей, поэтому важность показателя активности рекламной политики низкая и равна 1.

Таблица 3

|  |  |
| --- | --- |
| «Новоалтайский хлебокомбинат» | |
| Показатель | Степень важности показателей |
| Качество продукции | 5 |
| Цена предлагаемого товара | 3 |
| Лояльность потребителей | 5 |
| Доступность приобретения товара | 5 |
| Активность рекламной политики | 4 |

Качество товара «Новоалтайского комбината» имеет наивысшую степень важности-5.

Цены предлагаемого товара не превышают среднюю цену среди конкурирующих комбинатов, поэтому степень важности будет присвоена 3.

За счёт высокой лояльности потребителей данной организации следует присвоить 5тую степень важности показателя.

Комбинат имеет достаточно большое количество точек сбыта производимого товара, но не превышающего количества конкурирующих комбинатов, поэтому степень важности наивысшая-5.

Так как комбинат в рейтинге не занимает наивысшие позиции, то есть необходимость вести активную рекламную политику и степень важности будет соответственно 4.

**Описание внешнего фона системы**

Для системы рынка колбасных изделий города Барнаула наиболее значимыми являются такие аспекты внешнего фона, как:

1. Социально – демографический (изменение уровня доходов населения, изменение структуры расходов);

2. Экономический, в том числе инвестиционный (финансирование развития хлебопекарной отрасли на Алтае, привлечение инвестиций, изменение налоговой политики, изменение уровня инфляции, изменение нормативно – правовой базы);

3. Организационно – административный (изменение схемы работы поставщиков сырья в сложившихся условиях);

4. Экологический (влияние экологии на качество поставляемого сырья).

***Варианты прогнозного фона системы***

Таблица 4

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| события | варианты | | | | |
|  | **1в** | **…** | **13в** | **…** | **22в** |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 1. Рост доходов | Да |  | Да |  | Нет |
| 2. Увеличение доли расходов на покупку хлебобулочных изделий | Да |  | Нет |  | Нет |
| 3. Рост притока частных инвестиций и государственная поддержка отрасли | Да |  | Да |  | Нет |
| 4. Введение широкого спектра налоговых льгот: отсрочка, инвестиционный налоговый кредит | Да |  | Нет |  | Нет |
| 5. Повышение требований к уровню защиты экологии, влияющей на качество сырья |  |  |  |  |  |

После анализа всех сочетаний вариантов событий, было выбрано 3 основных: оптимистический, пессимистический, реальный. Описание вариантов представлено в таблице 5.

Таблица 5

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| аспект | событие | варианты | | |
| оптимистический | пессимистический | реальный |
| 1. Социально - демографический | 1.1 Изменение уровня доходов населения | 1.1.1 Значительный рост доходов | 1.1.2 Снижение уровня доходов | 1.1.3 Снижение уровня доходов |
| 1.2 Изменение структуры расходов | 1.2.1 Увеличение доли расходов на покупку хлебобулочных изделий | 1.2.2 Снижение доли расходов на покупку хлебобулочных изделий | 1.2.3 Снижение доли расходов на покупку хлебобулочных изделий |
| 2. Экономический, в том числе инвестиционный | 2.1 Финансирование развития рынка хлебобулочных изделий | 2.1.1 Рост притока частных инвестиций, активная государственная поддержка | 2.1.2 Отсутствие инвестиций, господдержки | 2.1.3 Рост господдержки, снижение инвестиционных потоков |
|  | 2.2 Изменение налоговой политики | 2.2.1 Введение налоговых льгот:  отсрочка, инвестиционный налоговый кредит и т.д. | 2.2.2 Отсутствие налоговых льгот для предприятий, работающих на рынке хлебобулочных изделий | 2.2.3 Снижение налоговых ставок и предоставление кредитов для организаций. |
| 3. Экологический | 3.1 Влияние экологии на качество поставляемого сырья | 3.1.1 Ужесточение требований к уровню защиты экологии | 3.1.2 Снижение требований к уровню защиты экологии | 3.1.3 Ужесточение требований к уровню защиты экологии |
| 4.Урожайность | 4.1. Влияние урожайности на уровень цен поставляемого сырья | 4.1.1 Низкие цены на сырье, в связи с высоким уровнем урожайности | 4.1.2 Повышение цен на сырье, в связи с низким уровнем урожайности | 4.1.3 Низкие цены на сырье, в связи с высоким уровнем урожайности |

**Оценка воздействия события на показатели подсистемы.**

На данном этапе была оценена степень воздействия каждого события на показатели системы по каждому из трех вариантов развития событий.

Степень важности каждого события для каждого показателя системы приведены ниже в таблицах, для оценки степени важности показателей используется шкала с размерностью 5 (min -5, max 5)

Таблица 6 - Оптимистический вариант

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| события | Оценка степени и направления воздействия на показатели | | | | | | | | | | | | | | |
| **ОАО Комбинат "Русский хлеб"** | | | | | **«Хлеб – 4»** | | | | | **«Новоалтайский хлебокомбинат»** | | | | |
| показатели | | | | | показатели | | | | | показатели | | | | |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** |
| 1.1 | 0 | +5 | +2 | +5 | 0 | 0 | +5 | +1 | +3 | +4 | 0 | +1 | +3 | +2 | +2 |
| 1.2 | 0 | +5 | +3 | +2 | 0 | 0 | +5 | +2 | +2 | +2 | 0 | +3 | 0 | +4 | +1 |
| 2.1 | +3 | +2 | +4 | +1 | +4 | +5 | +2 | +3 | +3 | +3 | +2 | +3 | 0 | +3 | 0 |
| 2.2 | +4 | +3 | +3 | +3 | +4 | +5 | +3 | +4 | +1 | 0 | +4 | +4 | +3 | +2 | 0 |
| 3.1 | 0 | +1 | +5 | +1 | 0 | +2 | +1 | +2 | +2 | 0 | +3 | +5 | +4 | +5 | +2 |

Таблица 7 - Пессимистический вариант

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| события | Оценка степени и направления воздействия на показатели | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Комбинат "Русский хлеб"** | | | | | **«Хлеб – 4»** | | | | | **«Новоалтайский хлебокомбинат»** | | | | | |
| показатели | | | | | показатели | | | | | показатели | | | | | |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** |
| 1.1 | -1 | -4 | -2 | -5 | 0 | -1 | -5 | -2 | -2 | -4 | 0 | -2 | 0 | -2 | -1 |
| 1.2 | -1 | -2 | -3 | -3 | 0 | -2 | 0 | -1 | -4 | -3 | -2 | -3 | -2 | -3 | -5 |
| 2.1 | -3 | -1 | -3 | -2 | -2 | 0 | -1 | 0 | -2 | -3 | -2 | -5 | -4 | -1 | 0 |
| 2.2 | -2 | 0 | -2 | -2 | -1 | -4 | -2 | -4 | -5 | 0 | -4 | -4 | -1 | -5 | -3 |
| 3.1 | 0 | -3 | -1 | 0 | -3 | -4 | -2 | -3 | -2 | 0 | -3 | -1 | 0 | 0 | -2 |

Таблица 8 - Реальный вариант

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| события | Оценка степени и направления воздействия на показатели | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Комбинат "Русский хлеб"** | | | | | **«Хлеб – 4»** | | | | | **«Новоалтайский хлебокомбинат»** | | | | | |
| показатели | | | | | показатели | | | | | показатели | | | | | |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** |
| 1.1 | +2 | 0 | -2 | +5 | 0 | +2 | -3 | +3 | +1 | -2 | 0 | +4 | 0 | +3 | -1 |
| 1.2 | +1 | -2 | -4 | -4 | +3 | +3 | +1 | -2 | +3 | -1 | -2 | 0 | +2 | -1 | -3 |
| 2.1 | 0 | -+1 | +5 | -2 | -4 | 0 | 0 | +1 | -2 | +2 | -2 | +2 | +5 | -3 | -4 |
| 2.2 | -2 | +1 | -1 | +2 | -2 | +5 | +2 | -5 | 0 | 0 | +4 | -1 | -4 | -2 | 0 |
| 3.1 | -3 | -2 | +3 | 0 | +5 | -5 | -2 | -3 | 0 | +1 | 0 | -5 | -3 | 0 | 0 |

По данным таблиц были оценены показатели локальных результатов воздействия событий внешнего фона на каждую из подсистем. Таким образом в ***оптимистическом варианте*** Yk по подсистемам равен:

Таблица 12

|  |  |
| --- | --- |
| Подсистема | Yk |
| **Комбинат "Русский хлеб"** | 254 |
| **«Хлеб – 4»** | 245 |
| **«Новоалтайский хлебокомбинат»** | 226 |

Интегральный показатель степени изменения обобщающего показателя, рассчитанный по формуле Y= ∑Yk, составил 725.

В ***пессимистическом варианте*** Yk по подсистемам равен:

Таблица 13

|  |  |
| --- | --- |
| Подсистема | Yk |
| **Комбинат "Русский хлеб"** | -105 |
| **«Хлеб – 4»** | -108 |
| **«Новоалтайский хлебокомбинат»** | -142 |

Интегральный показатель степени изменения обобщающего показателя, рассчитанный по формуле Y=∑Yk, составил -355.

В ***реальном варианте*** Yk по подсистемам равен:

Таблица 14

|  |  |
| --- | --- |
| Подсистема | Yk |
| **Комбинат "Русский хлеб"** | 34 |
| **«Хлеб – 4»** | 87 |
| **«Новоалтайский хлебокомбинат»** | 49 |

Интегральный показатель степени изменения обобщающего показателя, рассчитанный по формуле Y=∑Yk, составил 170.

Проанализировав различную степень воздействия событий внешнего фона на показатели системы, оценив интегральный показатель степени изменения обобщающего показателя (объем продаж хлебобулочных изделий), можно предположить три варианта развития ситуации на рынке хлебобулочных изделий города Барнаула: оптимистический, пессимистический, реальный.

**Оптимистический вариант прогноза** предполагает, что в ходе конкуренции среди комбинатов, будет расти качество хлебобулочных изделий и соответственно данные производители продолжат удерживать лидирующие позиции на рынке хлебобулочных изделий.

Потребители данных изделий отмечают отличное качество продукции данных комбинатов, и не планируют изменять свою приверженность.

В перспективе ожидается приток инвестиций в развитие данной отрасли, что положительно повлияет на расширение рынка хлебобулочных изделий, а также на развитие мелких и средних фирм.

Разработка усовершенствованного плана поставки сырья на заводы

позволит сократить издержки, а, следовательно, снижать и без того достаточно низкие цены.

В результате повышения требований к экологии, предприятиям будет поступать более качественное сырье, что повлечет за собой улучшение качества продукции.

Вложения в рекламную политику полностью себя окупают, продукция предприятий имеет высокий спрос и востребованность.

**Пессимистический вариант прогноза** предполагает, что без достаточной поддержки развития, а также налоговых льгот со стороны государства, снизится качество поставляемого сырья, а, следовательно, и качество продукции предприятий.

Лояльность покупателей будет заметно снижаться, что повлечёт за собой попытки заводов вернуть её с помощью значительных вложений в рекламную политику.

В попытках снизить издержки производства, ухудшится качество продукции, в результате чего приверженцы определенных марок будут вынуждены искать им замену.

**Реальный вариант прогноза** предполагает, что в результате снижения доходов населения спрос на хлебобулочные изделия нами анализируемых марок только увеличится, потому что теперь его будут приобретать сегмент, который ранее мог позволить себе продукцию более высокой стоимости.

Введение налоговых льгот улучшит экономическое положение заводов по производству хлебобулочных изделий, но незначительно, необходимы более углубленное вмешательство государства в данную отрасль (политика протекционизма – взаимосвязь поставщиков и заводов).

Процесс разработки более оптимального плана поставки сырья только начинается, что в долгосрочной перспективе окажет положительное влияние на сокращение издержек организаций.