

УДК 330.131

О. Гарматюк, А. Свединський

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

**ПЕРСПЕКТИВИ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ
ХЛІБОПЕКАРСЬКОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ**

О. Harmatyuk, A. Svedinskij

**PROSPECTS FOR ECONOMIC DEVELOPMENT
ENTERPRISES BAKING INDUSTRY UKRAINE**

У нинішньому трансформаційному періоді ринкових перетворень національного господарства України харчова промисловість, як складова всієї системи промислового виробництва, пройшла періоди економічного занепаду та першою започаткувала економічне зростання, структурні умови стабільності та позитивний динамізм ефективності. Економічне піднесення в харчовій промисловості зумовлене позитивними тенденціями в окремих його галузях, серед яких особлива роль належить хлібопекарській. Вона є ключовим гарантом продовольчої безпеки країни. Хлібопекарські підприємства в різних регіонах України на нинішньому етапі орієнтуються на ефект масштабу товарного асортименту, щорічно розробляючи і впроваджуючи у виробництво десятки нових видів хлібобулочних та кондитерських виробів.

Хлібопекарське підприємство, реалізуючи стратегічну внутрішньогосподарську мету підвищення прибутковості діяльності, повинно швидко реагувати на неочікувані зміни попиту, пристосовуватись до не передбачуваних соціальних змін та їх наслідків. Оновлення і гнучкість – ключові чинники асортиментної політики. моральне та фізичне застарівання хлібопекарського обладнання вітчизняних хлібозаводів. Хлібопекарські підприємства мають потребу і бажання в технічному відновленні. Але на думку фахівців галузі, низькі темпи оновлення обладнання зберігаються і надалі через низьку рентабельність виробництва та відсутність державної підтримки держави. Модернізація великих і розвиток малих виробників галузі вимагають нового обладнання. Серед основних постачальників імпортного обладнання для хлібопекарських підприємств домінують італійські компанії (частка на ринку хлібопекарського машинобудування 25-30 %), які спеціалізуються на поставках важкого й допоміжного устаткування, однак ігнорують сегменти хімічних добавок і компонентів. Національне хлібопекарське машинобудування поки характеризується епізодичним розвитком, що є результатом занепадання самої галузі та складної економічної ситуації в країні.

Сучасне хлібопекарське виробництво представляє собою динамічну систему, що постійно розвивається, яка включає матеріально-технічне, інформаційне, організаційне та наукове забезпечення. Основною проблемою, що виникає на ринку хлібобулочної продукції – небажання основного прошарку населення купувати якісну продукцію або продукцію з певними властивостями за більш високою ціною, населення звикло до низької ціни хлібобулочної продукції незважаючи на її якість. З підвищенням купівельної спроможності та розширенням потреб споживачів хлібопекарські підприємства зможуть застосовувати результати розробок, які були проведені стосовно можливості виробництва функціональної та оздоровчої хлібобулочної продукції, а також до продукції з різноманітними добавками, також слід звернути увагу на технології, що дають змогу збільшувати тривалість зберігання готової продукції зі збереженням високої якості її споживчих властивостей. Важливою тенденцією економічного розвитку даного виробництва у світі і в Україні зокрема є підвищення харчової цінності хлібобулочних виробів. Це досягається шляхом розширення асортименту продукції дієтичного призначення, головним чином за рахунок збагачення виробів життєво важливими і незамінними нутрієнтами. Аналіз світових тенденцій та тенденцій країн ближнього зарубіжжя показує, що збільшується споживання хлібобулочних та кондитерських виробів для профілактичного та лікувального харчування. Широке розповсюдження отримують вироби з диспергованого (пророщеного) зерна; вітамінізовані хлібобулочні вироби; вироби з біологічно активними добавками (кальцієм, бета каротином, ламінарією); вироби з підвищеним вмістом йоду; вироби зі зниженим вмістом вуглеводів; вироби зі зниженим

вмістом білку; вироби з додаванням лецитину або вівсяного борошна; вироби з підсолоджувачами; безсольові хлібобулочні вироби; хлібобулочні вироби з пониженою кислотністю; вироби з підвищеним вмістом харчових волокон; вироби з соєвими продуктами; вироби, збагачені фолієвою кислотою.

До напрямів економічного розвитку хлібопекарської промисловості відносяться: збільшення інвестицій у розвиток галузі, підвищення частки інвестицій; розвиток вітчизняного виробництва хлібопекарського обладнання, збільшення частки вітчизняного обладнання в обсягах поставок до 50%; створення інфраструктури провайдингу інновацій на основі тісної взаємодії галузевої, вузівської науки та бізнесу; розвиток міжнародного науково-технічного співробітництва; встановлення податкових і митних пільг при впровадженні інновацій; підвищення екологічної безпеки хлібопекарського виробництва. Хлібопекарське підприємство, як рівноправний суб'єкт ринкового простору, в першу чергу формує виробничу програму раціонального харчування для різних класів населення з метою отримання найбільшого прибутку при мінімальному ризику.

Одна з важливих причин повільного розвитку галузі – моральне та фізичне застарівання хлібопекарського обладнання вітчизняних хлібозаводів. Хлібопекарські підприємства мають потребу та бажання у технічному відновленні. Низькі темпи оновлення обладнання зберігаються і надалі через низьку рентабельність виробництва та відсутність державної підтримки. Модернізація великих і розвиток малих виробників галузі вимагають нового обладнання. Серед основних постачальників імпортного обладнання для хлібопекарських підприємств домінують італійські компанії (частка на ринку хлібопекарського машинобудування становить 25-30%), які спеціалізуються на постачанні важкого та допоміжного устаткування, однак ігнорують сегменти хімічних добавок і компонентів. Національне хлібопекарське машинобудування поки характеризується епізодичним розвитком, що є результатом занепадання самої галузі та складної економічної ситуації.

Важливе місце в асортиментній політиці підприємств хлібопекарської галузі належить впровадженню технологій та рецептур, відповідних сучасним напрямкам розвитку асортименту, підвищенню їх ролі у формуванні повноцінного за хімічним складом харчового раціону і поліпшення при цьому споживчих якостей. Разом з тим очевидно, що проблеми управління якістю та асортиментом як головні чинники збільшення виробництва в багатьох хлібопекарських підприємствах залишаються за межами повсякденної діяльності, що й позначається на обсягах реалізації та конкурентоспроможності. Хлібопекарська галузь, що має широкі масштаби виробництва і випускає соціально значущу продукцію, займає провідне місце серед усіх галузей харчової промисловості України. У даний час в Україні виробляється більше 100 найменувань хлібобулочних виробів на основі технологій, які розроблені ще вітчизняними вченими. Виробництво розвивається як за рахунок збільшення обсягів традиційних видів виробів, так і за рахунок розширення асортименту нетрадиційних сортів.

Головною тенденцією розвитку ринку зерноборошняних товарів в Україні є укрупнення та концентрація виробництва, що дозволяє оптимізувати логістичні системи, прискорити технічне переоснащення, знизити собівартість продукції і тим самим підвищити прибутковість підприємств. При цьому стрімко зменшується кількість дрібних підприємств, але розосередженість населення сприятиме збереженню певної їх кількості у окремих регіонах. Перспективним напрямком розвитку національного хлібного ринку є інтеграція виробників на основі кооперування учасників агропромислового комплексу, переробної промисловості та хлібопекарських підприємств. Основними мотивами інтеграції в сучасних умовах виступають: встановлення стабільних виробничо-господарських зв'язків між підприємствами за технологічним ланцюгом; досягнення збалансованої діяльності протягом повного життєвого циклу; зниження витрат на одиницю продукції за рахунок збільшення масштабів виробництва і підвищення цінової конкурентоспроможності продукції; накопичення капіталу для інноваційного розвитку та досягнення відповідного положення на ринку; створення сприятливих умов для диверсифікації виробництва, яка забезпечує гнучкість реакції на зміни у зовнішньому середовищі підприємства і можливості маневрування ресурсами; освоєння випуску нової продукції на основі нових виробництв для задоволення нових потреб.