

## **23. ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ РИНКУ ХЛІБОБУЛОЧНИХ ВИРОБІВ**

**О.П. Литвинюк**

*Національний університет харчових технологій*

Тенденції, що формуються на хлібопекарському ринку, визначаються також традиціями харчування і соціальною структурою суспільства. Поява оригінальних продуктів, з якими споживають хліб, нові можливості побутової техніки, спосіб життя, при якому дедалі менше часу витрачається на процес приготування їжі — усі ці чинники дають змогу підприємствам, які працюють на хлібопекарському ринку, знайти той напрямок, який дасть змогу утриматись, розвиватись, приносити користь собі і людям.

Відповідно до офіційної статистики динаміка обсягів виробництва хліба та хлібобулочних виробів в Україні має стійку тенденцію до спаду виробництва та споживання хліба [2].

Аналізуючи тенденцію споживання хліба населенням України, можна зробити висновок про поступове зниження рівня споживання цього продукту, це говорить про те, що хлібопекарським підприємствам слід змінювати стратегію господарської діяльності для утримання відповідних позицій на ринку хлібобулочних виробів.

Значна частина матеріально-технічної бази спеціалізованих хлібопекарських підприємств морально застаріла та фізично зношена (зношеність основного технологічного обладнання складає 60-80 відсотків) [1].

Важливими проблемами подальшого розвитку ринку хлібобулочних виробів є суттєве поліпшення забезпечення потреб споживачів у якісному хлібі промислової випічки за прийнятною ціною та розробки новітньої продукції, яка задовольнить все зростаючі потреби споживачів, одержання на цій основі достатньої маси прибутку підприємствами-товаровиробниками і підвищення ефективності їх діяльності.

При цьому слід врахувати, що значна частина хліба та хлібобулочних виробів виробляється малими підприємствами, які працюють на єдиному фіксованому податку та не звітують перед статистичними органами за кількість виробленої продукції. У сільській місцевості значна частина населення випікає хліб в

домашніх умовах. Крім того, модною тенденцією стало випікання хлібу в родинних міських мешканців.

Основними гравцями на ринку хлібобулочних виробів в Україні є 6-7 компаній, що контролюють майже половину ринку, кожна з яких концентрує виробничі потужності у певному регіоні. Так, однією з найбільших компаній є «Київхліб», яка підтримується столичною владою та займає 60 % київського ринку і 15 % — національного. Столичний ринок також наповнюється за рахунок продукції компаній «Хлібні інвестиції» (найрозгалуженіший холдинг, до складу якого входять заводи у багатьох обласних центрах), а також холдинг «Куліничі» (основні потужності зосереджено у центрально-східному регіоні). Південь України охоплює холдинг «ТіС», західні області — ПАТ «Концерн «Хлібпром» та «Хлібінвест», решта компаній є досить дрібними та зосереджені на виробництві продукції для окремих населених пунктів або районів. До інших крупних гравців ринку належать такі торгові марки, як ПАТ «Золотий урожай», «Формула смаку» тощо [2].

Приймаючи до уваги соціальне значення галузі а також для швидкого реагування на кризові явища, державі та підприємствам хлібопекарської галузі необхідно розробити стратегічний план спільних дій, спрямованих на розробку та удосконалення механізмів співпраці підприємств та державних установ щодо реалізації цільових програм. Адже тільки за умов спільних дій можливо забезпечити ефективне функціонування підприємств і, як наслідок, розвиток хлібопекарської галузі харчової промисловості та згодом забезпечення високих доходів бюджетів місцевого та державного рівнів.

Для того щоб покращити своє фінансове становище, підприємствам необхідно звернути увагу на можливість збільшення активів за рахунок внутрішніх ресурсів [3]. Кращим способом пошуку таких коштів могло б стати вивільнення резервів за рахунок реалізації оптимізації співвідношення попиту і пропозиції на продукцію, що виробляється, збільшенню обсягу реалізації, перенавчання персоналу, перерозподілу напрямів використання прибутку та інші.

Для підвищення якості обслуговування споживачів і якнайшвидшого задоволення їх очікувань необхідно скорочувати час і кількість складових операційного циклу за рахунок більш ефективного менеджменту.

Необхідно відзначити, що добре скоординовані і швидкі поставки продукції споживачам відповідно до їх замовлень забезпечать конкурентні переваги. Нарівні з високою якістю товарів, що поставляються, важлива здатність швидко і ефективно задовольняти замовлення споживачів.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Інноваційно-технологічні аспекти формування сучасного конкурентоспроможного АПК України [Текст]: колективна монографія / під. ред. Нестерчук Ю. О.; Уманський нац. ун-т садівництва, Ф-т економіки і підприємництва. — Умань: Сочінський, 2014 — Ч. 2. — Умань, 2014. — 260 с.

2. Офіційний сайт Державної служби статистики України. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

3. Скопенко Н.С. Інноваційний розвиток хлібопекарської галузі України: основні напрями, проблеми, ризики [Електронний ресурс] / Н.С. Скопенко. Режим доступу: [www.nbu.gov.ua/portal/natural/Vnulp/Ekonomika/2010.../14.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/Vnulp/Ekonomika/2010.../14.pdf)