УДК 339.137.2

Мартіянова Марина Павлівна, Смітія Христина Олександрівна
Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця
(Харків, Україна)

НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ХЛІБОПЕКАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація. *Досліджено сутність організаційно-економічних основ підвищення конкурентоспроможності продукції. Визначено основні проблеми підвищення конкурентоспроможності хлібопекарської галузі. Запропоновано перелік напрямів підвищення конкурентоспроможності продукції хлібопекарських підприємств, враховуючи специфіку галузі.*

Ключові слова: *конкурентоспроможність, конкурентоспроможність продукції, підприємство, конкуренція, хлібопекарська галузь.*

Аннотация. *Исследована сущность организационно-экономических основ повышения конкурентоспособности продукции. Определены основные проблемы повышения конкурентоспособности хлебопекарной отрасли. Предложен перечень направлений повышения конкурентоспособности продукции хлебопекарных предприятий, учитывая специфику отрасли.*

Ключевые слова: *конкурентоспособность, конкурентоспособность продукции, предприятие, конкуренция, хлебопекарная отрасль.*

Martiyanova Marina P., Smitiia Khrystyna A.
Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics
(Kharkiv, Ukraine)

DIRECTIONS OF INCREASE OF COMPETITIVENESS OF PRODUCTS OF BAKING ENTERPRISES

Abstraction. *The essence of organizational-economic bases of increase of competitiveness of production is investigated. The basic problems of increasing the competitiveness of the bakery industry are determined. The list of directions of increase of competitiveness of production of the baking enterprises, considering specificity of branch is offered.*

Keywords: *competitiveness, product competitiveness, enterprise, competition, baking industry.*

Конкурентоспроможність продукції, напрями підвищення її рівня безумовно залежать від специфіки галузі, в якій функціонує підприємство. На сучасному етапі розвитку хлібопекарська галузь переживає не найкращі часи, зумовлені складною економічною ситуацією та поетапним підвищенням цін на енергоносії та сировину, відсутністю фінансових та інвестиційних ресурсів, застарілою матеріально-технічною базою, наявністю меморандумів про непідвищення цін на «соціальні» сорти хліба. Всі ці фактори зумовили загострення конкурентної боротьби на ринку, і першочерговим завданням сьогодні стає збереження потенціалу хлібопекарської галузі України шляхом

підвищення економічної ефективності діяльності вітчизняних підприємств та розробки напрямів підвищення конкурентоспроможності продукції.

Дослідженню питань щодо підвищення конкурентоспроможності продукції присвячені роботи багатьох відомих вчених. Зокрема, дане питання висвітлено в наукових працях Іванова Ю. Б., Клименко С. М., Обідіної Я. І., Поліщук І. І., Федорової Т. В. та інших. Проте вивчення наукових праць свідчить про необхідність адаптації до ринкового середовища методичних підходів щодо підвищення конкурентоспроможності продукції хлібопекарських підприємств, враховуючи специфіку галузі.

Метою роботи є дослідження існуючих теоретико-методичних положень щодо підвищення конкурентоспроможності продукції та обґрунтування напрямів її підвищення для підприємств хлібопекарської галузі.

В умовах кризового стану економіки України продовжується скорочення виробництва практично всіх основних видів продуктів харчування. Проте, розрахований індикатор достатності споживання у 2016 р [1] засвідчує, що раціон сучасного українського споживача не є збалансованим та в значній мірі заповнений більш доступними продуктами, насамперед це хліб і хлібобулочні вироби.

Хлібопекарська галузь виступає однією з провідних ланок народного господарства та харчової промисловості, яка забезпечує населення продукцією першої необхідності – хлібом та хлібобулочними виробами.

Необхідно зазначити, що зниження загального виробництва і споживання хліба в Україні пояснюється погіршенням економічного становища населення, підвищенням цін на хліб, розвитком домашнього хлібопечення і міні-пекарень. Зникає необхідність у великій кількості потужних підприємств з комплексно-механізованими лініями і безперервним виробничим процесом.

Незважаючи на всі кроки, які роблять вітчизняні виробники, сьогодні ринок хлібобулочних виробів України насичений продукцією невисокої якості, ціни на яку досить великі. Серед причин низької конкурентоспроможності продукції вітчизняних підприємств хлібопекарської галузі можна виділити наступні [2]:

1. Висока собівартість продукції. Так, наприкінці 2015 р. – початку 2016 р. відбулося значне подорожчання хлібопродуктів. Це пов'язано із складною економічною ситуацією в Україні та поетапним підвищенням цін на енергоносії та сировину. У більшості областей виробники не отримують дотацій від держави, але підписали меморандум про непідвищення цін на «соціальні» сорти хліба, які повинні обов'язково бути в асортименті кожного підприємства. Так, державна підтримка виробництва соціального хліба здійснюється через надання підприємствам борошна з Аграрного фонду. Борошно Аграрного фонду є цільовим, його відпуск здійснюється виключно в межах заявок обласних державних адміністрацій безпосередньо хлібопекарським підприємствам для випікання хліба за простою рецептурою [3].

Дані Аграрного фонду України свідчать про непропорційне розподілення пільгового борошна між областями нашої країни, що вказує на пріоритетність окремих виробників та активну позицію обласних державних адміністрацій у лобіюванні інтересів своїх місцевих виробників хлібопродуктів. Таким чином, варто звернути увагу державних органів управління на необхідність пропорційного

розподілення обсягів сировинної підтримки хлібопекарських підприємств, оскільки соціальні сорти хліба займають близько 70 % обсягу виробництва хлібопродуктів.

2. Фізичний та моральний знос основних виробничих засобів і технологій. Сучасне виробництво, яке працює в умовах жорсткої конкуренції, широкого діапазону товарів на ринку і швидкого оновлення їх асортименту, постійно диктує високі вимоги до обладнання. Проте сьогодні більшість великих підприємств галузі працює на застарілому обладнанні, не маючи достатніх фінансових ресурсів для модернізації та оновлення виробничих ліній. Модернізація існуючого або покупка нового технологічного обладнання дасть можливість підприємствам випускати продукцію більш високої якості. Створення повного виробничого циклу хлібопекарських підприємств, що ґрунтується на взаємодії суб'єктів господарювання (сільське господарство – виробництво та надання якісної й доступної сировини для виготовлення хліба та хлібобулочних виробів; науково-дослідні установи – розробка енерго-, ресурсозберігаючих технологій, нових асортиментних груп тощо) надасть можливості підвищити рівень конкурентоспроможності продукції вітчизняних підприємств, закріпити та зміцнити їх позицію на державному ринку хлібопродуктів.

3. Неефективна система контролю якості на підприємстві. Низька якість хлібобулочної продукції обумовлена низькою якістю сировини, порушення технології виготовлення, режиму транспортування, зберігання і реалізації. Для підвищення конкурентоспроможності продукції підприємствам, по-перше, необхідно впроваджувати ефективні системи контролю якості, які повинні бути розроблені з урахуванням специфіки діяльності підприємства і відповідних елементів, наведених в Міжнародних стандартах ISO серії 22000. Важливо зазначити, що для забезпечення ефективної системи контролю якості на підприємстві повинна бути створена окрема служба, яка відстежує тенденції на ринку і розробляє технологію нових високоякісних виробів, власна сертифікована і належним чином обладнана лабораторія, висококваліфіковані та досвідчені фахівці.

4. Проблеми в ціноутворенні. Головною проблемою хлібопекарської галузі є ціноутворення: ріст складових собівартості хлібної продукції випереджає можливості підвищення цін на хліб. Водночас слід врахувати, що процес виробництва сировини та хліба здійснюється за принципами ринкових законів. Однак як тільки хліб потрапляє на прилавки магазинів – спрацьовує його статус «соціального продукту». Підприємства хлібопекарської промисловості функціонують в умовах обмеженої свободи ціноутворення соціальних (масових) сортів хлібу, тому існує можливість вирішення проблем підвищення ефективності за рахунок зростання цін на хліб першого і другого ґатунку. Так, чим більша частка соціальних сортів хліба на підприємствах галузі, тим гостріше постає проблема економічної ефективності, пов'язана з підвищенням ринкових цін на паливо і електроенергію, а також на сировинні компоненти, серед яких особливе місце посідає борошно.

5. Відсутність ефективної маркетингової діяльності підприємств. Враховуючи насиченість ринку виробниками хлібопекарської продукції та рівень їх конкурентоспроможності, слід акцентувати увагу на тому, що реалізувати готову продукцію складніше, ніж забезпечити процес її виробництва. Аналіз виробничо-господарської діяльності вітчизняних

хлібопекарських підприємств виявив невідповідність їх маркетингової діяльності вимогам, що висуваються ринком. Це стало основною причиною низького рівня їх конкурентоспроможності. При розробці комплексу маркетингу хлібопекарського підприємства доцільно враховувати: особливості формування та задоволення попиту населення, які відповідають специфіці виробничо-збутової діяльності конкретного підприємства; інтеграцію елементів комунікаційної політики, спрямованої на пропагування здорового харчування споживачів хлібопродуктів; оптимізацію асортиментної політики на основі запропонованої класифікації хлібобулочних виробів лікувально-профілактичної та дієтичної спрямованості, а також здійснювати брендінг продукції як перспективний напрям збутової політики [5, с. 183].

Стратегією розвитку аграрного сектору економіки України на період до 2020 року [4] визначено, що одним із пріоритетних напрямів є забезпечення конкурентоспроможності вітчизняної продукції. Це в свою чергу дало поштовх для більш детального вивчення вітчизняними науковцями організаційно-економічних основ підвищення конкурентоспроможності продукції підприємств хлібопекарської галузі.

Федорова Т. В. вважає, що саме хлібопекарська галузь, на відміну від інших продовольчих галузей, потерпає від недостатнього інноваційного забезпечення, що об'єктивно вимагає особливої дослідницької уваги. Тому для підвищення конкурентоспроможності хлібобулочної продукції, вона пропонує застосування саме інноваційних напрямів (рис.1).

Рис.1. Інноваційні напрями підвищення конкурентоспроможності хлібобулочної продукції [5, с. 137]

Дослідивши сучасний стан галузевого ринку, Обідіна Я. І. пропонує наступні напрями підвищення конкурентоспроможності продукції хлібопекарських підприємств [6]:

1. Покращення якості сировини за рахунок більш досконалих технологій її вирощування та зберігання, розширення сировинної бази;
2. Приведення якості продукції у відповідність з європейськими та світовими стандартами;
3. Впровадження оновленого асортименту хлібобулочних виробів;
4. Розробка цінової стратегії для хлібобулочних виробів преміум-класу (продукція з додатковими властивостями, наповнювачами, корисними мікроелементами);

5. Використання високопродуктивних та енергозберігаючих технологій;
6. Удосконалення системи підготовки і підвищення кваліфікації персоналу підприємства;
7. Удосконалення збутової системи та формування ефективних каналів збуту.

Проаналізувавши роботи вітчизняних і зарубіжних вчених, які займалися вивченням проблеми підвищення конкурентоспроможності продукції, авторами було запропоновано групування можливих заходів підвищення конкурентоспроможності продукції хлібопекарських підприємств з урахуванням специфіки галузі за наступними напрямами: підвищення якості продукції, зниження собівартості продукції, розробка маркетингових комунікацій, стимулювання збуту, забезпечення іміджу товару, диференціація продукції (рис. 2).

Рис. 2. Напрями підвищення конкурентоспроможності продукції хлібопекарських підприємств

Таким чином, аналізуючи рис. 2., можна зробити висновок, що для підвищення конкурентоспроможності хлібопекарської продукції доцільно проводити реконструкцію, технічне переозброєння і модернізацію основних виробничих засобів, впроваджувати сучасне енергозберігаюче обладнання та ефективні системи контролю якості, використовувати прогресивні технології

виробництва в напрямку отримання унікальних продуктів високої біологічної цінності, мати гарну репутацію і високий імідж, активно використовувати рекламу і комунікації інтернет-маркетингу, а також постійно удосконалювати збутову систему.

Слід зазначити, що у сучасних умовах господарювання хліб слід розглядати як товар, а не лише соціальний продукт першочергової необхідності. Сучасні технології виробництва та рецептури дозволяють розширити асортимент хлібопекарської продукції преміум-сегменту та забезпечити прибутковість виробничо-господарської діяльності підприємства, оскільки ціна на даний товар формується на основі ринкового механізму, на відміну від соціальних сортів хлібу, ціна на який регулюється державою.

Важливим є також те, що хлібопекарська продукція повинна не тільки задовольняти основну потребу, а й сприяти виникненню нових для забезпечення здорового харчування, відповідати екологічним нормам та суспільним вимогам зниження витрат сировини та енергії [5, с. 141]. Тому підприємствам потрібно постійно здійснювати маркетингові дослідження, які націлені на пошук ідей створення нового або удосконалення існуючого продукту для задоволення конкретної потреби, комерціалізацію ідей, формування умов для забезпечення необхідного рівня якості.

Отже, серед безлічі проблем, що стоять перед економікою України, все зростаюче значення має проблема забезпечення конкурентоспроможності продовольчої продукції. У даній роботі авторами було запропоновано перелік напрямів підвищення конкурентоспроможності продукції хлібопекарських підприємств. Реалізація зазначених напрямів дозволить поліпшити споживчі властивості продукції і знизити ціну її споживання, що, в свою чергу, сприятиме підвищенню рівня конкурентоспроможності даної продукції. У подальших дослідженнях автори планують зосередити свою увагу на оцінці економічної доцільності впровадження запропонованих напрямів підвищення конкурентоспроможності хлібобулочної продукції.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ:

1. Офіційні дані Державного комітету статистики України / Режим доступу: http:// www.ukrstat.gov.ua.
2. Поліщук І. І. Проблеми та перспективи розвитку хлібопекарської галузі в Україні / І. І. Поліщук, Я. О. Ящишена // Молодий вчений. – 2016. – № 5. – с. 131-133.
3. Оцінка стану продовольчої безпеки України у 2015 році [Електронний ресурс] // Пояснювальна записка, 2016. – Режим доступу: www.me.gov.ua/file/link/.../file/Zvit_2015.doc
4. Про схвалення Стратегії розвитку аграрного сектору економіки на період до 2020 року: Розпорядження КМУ від 17.10.2013 р. № 806-р. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/806-2013-%D1%80
5. Федорова Т. В. Підвищення конкурентоспроможності підприємств хлібопекарської галузі / Т. В. Федорова – Житомир, 2015. – 247 с.
6. Обідіна Я. І. Заходи з підвищення конкурентоспроможності хлібопекарських підприємств та економічна доцільність їх впровадження / Я. І. Обідіна // Агросвіт, – 2009. – № 20. – с. 34-39.