

Дослідження ринку хліба та хлібобулочних виробів України та обґрунтування товарних інновацій виробників на ньому

Кузьо Н.Є.

старший викладач кафедри маркетингу і логістики
Національного університету «Львівська політехніка»

Косар Н.С.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри маркетингу і логістики
Національного університету «Львівська політехніка»

Пагута М.Г.

студентка
Національного університету «Львівська політехніка»

У статті досліджено стан ринку хліба та хлібобулочних виробів України на підставі аналізу вторинної маркетингової інформації про обсяги їх промислового виробництва та структуру споживання хлібопекарської продукції. Визначено, що конкурентні позиції виробників хліба та хлібобулочних виробів в умовах посилення конкуренції та прихильності споживачів до них залежать від наявності у структурі їх товарного асортименту інноваційної продукції. Встановлення напрямів продуктових інновацій є індивідуальним для кожного виробника, визначається наявною структурою його асортименту, потребами споживачів та потребує належного обґрунтування з використанням методів економіко-математичного моделювання.

Ключові слова: ринок хліба та хлібобулочних виробів, продуктові інновації, структура споживання хліба та хлібобулочних виробів, потреби споживачів, метод аналізу ієрархій.

Кузьо Н.Є., Косар Н.С., Пагута М.Г. ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА ХЛЕБА И ХЛЕБОБУЛОЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ УКРАИНЫ И ОБОСНОВАНИЕ ТОВАРНЫХ ИННОВАЦИЙ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ НА НЕМ

В статье исследовано состояние рынка хлеба и хлебобулочных изделий Украины на основании анализа вторичной маркетинговой информации об объемах их промышленного производства и структуру потребления хлебопекарной продукции. Определено, что конкурентные позиции производителей хлеба и хлебобулочных изделий в условиях усиления конкуренции и приверженность потребителей к ним зависят от наличия в структуре их товарного ассортимента инновационной продукции. Выбор направлений продуктовых инноваций является индивидуальным для каждого производителя, определяется имеющейся структурой ассортимента, потребностями потребителей и требует надлежащего обоснования с использованием методов экономико-математического моделирования.

Ключевые слова: рынок хлеба и хлебобулочных изделий, продуктовые инновации, структура потребления хлеба и хлебобулочных изделий, потребности покупателей, метод анализа иерархий.

Kuzo N.Je., Kosar N.S., Pahuta M.H. THE STUDY OF BREAD AND BAKED GOODS MARKET OF UKRAINE AND JUSTIFICATION OF PRODUCT INNOVATIONS CONDUCTED BY MANUFACTURERS ON THAT MARKET

This article deals with study of bread and baked goods market of Ukraine based on analysis of secondary marketing information in field of volumes of industrial production and the structure of consumption for baking products. It was discovered; that the competitive positions of bread and baked goods producers in conditions of increasing competition and also commitment of consumers to them depends on the presence of innovative products in structure of their product assortment. Setting the directions for product innovations is individual for each manufacturer and is determined by existing structure of its assortment along with demands of consumers. That process has to be substantiated with the use of methods of economic and mathematical modeling.

Keywords: bread and baked goods market, product innovations, structure of consumption of bread and bakery products, needs of consumers, method of hierarchy analysis.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Хліб та хлібобулочна продукція посідають важливе місце в раціоні населення України, оскільки вони призначені для щоденного задоволення фізіологічних потреб

людей. Проте диференціація потреб споживачів залежно від їх доходу, уподобань, можливостей вживання різних видів хліба та хлібобулочних виробів внаслідок особливостей їх здоров'я актуалізує питання розширення

товарного асортименту виробників хліба та хлібобулочних виробів шляхом втілення у їх діяльність інноваційних підходів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Особливості, проблеми та перспективи розвитку хлібопекарської промисловості в Україні аналізуються у низці наукових публікацій [1–5]. У роботі [6, с. 33–34] встановлені основні передумови та напрями зростання ефективності функціонування підприємств у цій сфері.

У науковій літературі розглядаються також питання інноваційного розвитку підприємств хлібопекарської галузі. У дослідженні [7, с. 11–13] визначено основні напрями продуктивних інновацій підприємств хлібопекарської галузі, подано алгоритм оцінки рівня їх готовності до реалізації інноваційної стратегії, обґрунтовано процес планування та реалізації інноваційної стратегії для хлібопекарського підприємства. Пропозиції щодо розширення товарного асортименту підприємств, які займаються випічкою хліба та хлібобулочних виробів, за рахунок безбілкових продуктів харчування без глютену подано у роботі [8, с. 166].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Проведений аналіз літературних джерел свідчить про те, що значна увага науковців приділяється питанням аналізу стану ринку хліба та хлібобулочних виробів України, встановленню його тенденцій розвитку, проблем та перспектив. Проте існує незначна кількість публікацій стосовно напрямів товарних інновацій у цій сфері та обґрунтування найбільш оптимальних для конкретного підприємства хлібопекарської галузі.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є аналіз тенденцій ринку хліба та хлібобулочних виробів України та розроблення рекомендацій щодо перспектив розвитку хлібопекарських підприємств на ньому з використанням інноваційних видів товарів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ринок хліба та хлібобулочних виробів є однією із найважливіших сфер економіки, що має великий потенціал та забезпечує населення основними продуктами харчування. Сьогодні хлібопекарська галузь України за допомогою своїх виробничих потужностей, механізації технологічних процесів та розширення асортименту здатна забезпечити населення різноманітними видами хлібобулочних виробів за прийнятною ціною. Харчова цінність хлібобулочних виробів має велике значення, адже вони забезпечують

більше 50% добової потреби людини в енергії і близько 75% потреби у рослинному білку [9].

Ринок України представлений великою кількістю вітчизняних підприємств. Значна частина продовольчих товарів імпортується. Проте особливістю ринку хліба та хлібобулочних виробів України є майже стовідсоткове забезпечення продукцією вітчизняного виробництва. Це пояснюється тим, що хліб і хлібобулочні вироби мають короткий термін зберігання та повинні бути реалізовані протягом короткого проміжку часу. Здатність хлібопекарської продукції швидко втрачати споживчі властивості та неможливість транспортування її на великі відстані захищає вітчизняний ринок від ввезення імпортованих товарів і, як наслідок, дає змогу вітчизняним виробникам уникати конкуренції із закордонними підприємствами. Водночас такі якісні характеристики продукції обмежують діяльність хлібопекарських підприємств і змушують їх працювати в умовах, коли обсяги виробництва повинні дорівнювати споживанню продукції [2, с. 27]. В Україні у 2015 р. функціонували 1 747 підприємств, що займаються виробництвом хліба та хлібобулочних виробів, при цьому у структурі обсягів виробництва 80% припадають на великі промислові підприємства [1, с. 195].

Негативні тенденції в економіці України відобразилися і на основних показниках ринку хліба та хлібобулочних виробів. Динаміка виробництва хліба і хлібобулочної продукції протягом 2000–2016 рр. зображена на рис. 1.

Зменшення виробництва хліба та хлібобулочних виробів в Україні протягом останніх років було зумовлено такими чинниками:

- зниження купівельної спроможності населення;
- зростання цін на хліб та хлібобулочні вироби, яке зумовлене девальвацією гривні;
- виникнення великої кількості малих підприємств, міні-пекарень, фізичних осіб-підприємців;
- втрата ринків збуту та зупинка виробничих потужностей на окупованих територіях Криму, Донецької і Луганської областей.

Аналіз ринку хліба та хлібобулочних виробів показав, що провідні позиції у виробництві за підсумками першого півріччя 2015 р. зайняли такі компанії, як ПАТ «Київхліб» та «Група Lauffer». Структуру ринку хліба та хлібобулочних виробів за виробниками наведено на рис. 2.

На рис. 3 та 4 відображена структура ринку хліба та хлібобулочних виробів за видами продукції у 2016 р. та I півріччі 2017 р. За аналізований період зменшилася

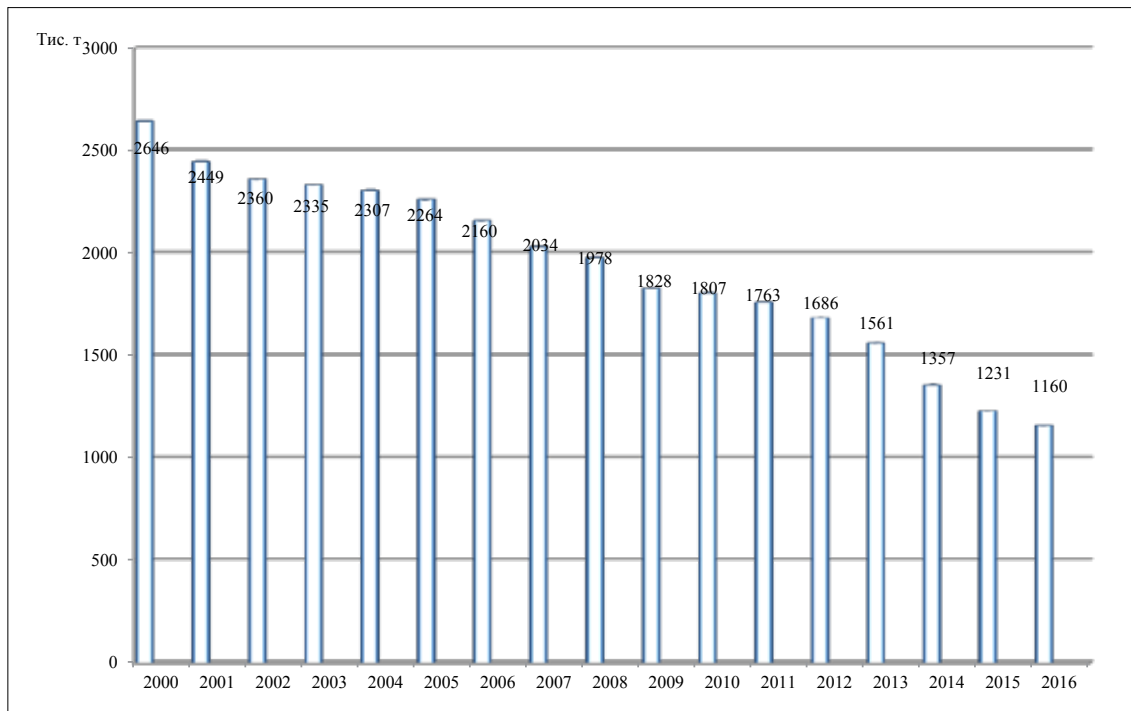


Рис. 1. Динаміка виробництва хліба і хлібобулочної продукції

Джерело: складено на основі [10]

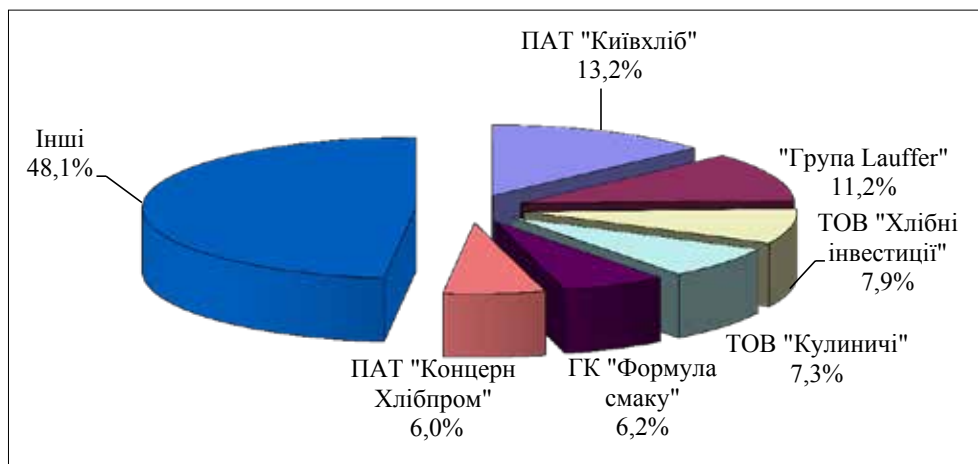


Рис. 2. Структура ринку хліба та хлібобулочних виробів за виробниками (січень-грудень 2015 р.)

Джерело: складено на основі [11]

частка пшеничного, житньо-пшеничного та дієтичного хліба, проте збільшилась частка інших видів хліба та хлібобулочних виробів, що свідчить про те, що споживачі віддають перевагу інноваційним видам продукції у цій сфері. Аналіз вторинної інформації показує, що сьогодні розвиток ринку хліба та хлібобулочних виробів відбувається переважно за рахунок нетрадиційних сортів, зростає попит на нові сорти хліба з більш складною рецептурою і здобу, тоді як споживання «соціаль-

ного» хліба є досить стабільним протягом вже кількох років (його частка становить близько 50%) [4].

Враховуючи ситуацію зменшення споживання хліба та хлібобулочних виробів на ринку, доцільними вважаємо розроблення та підтримання продуктових інновацій підприємствами хлібопекарської промисловості для того, щоб викликати зацікавлення споживачів. Основні напрями продуктових інновацій для одного із найбільших виробників

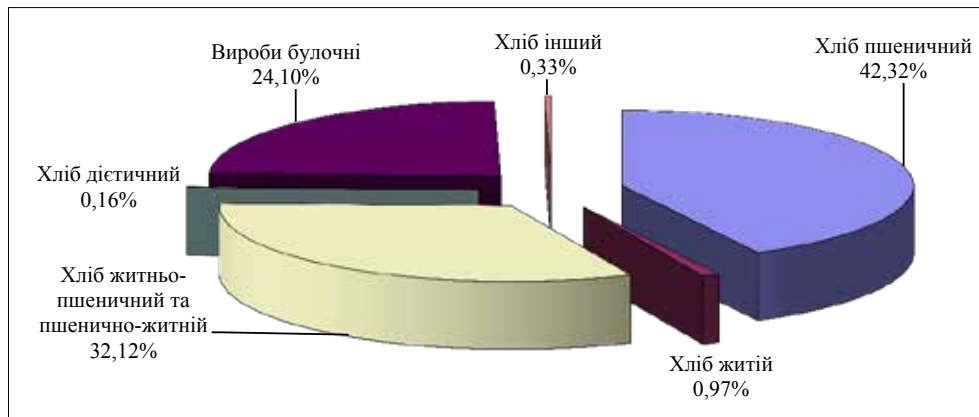


Рис. 3. Структура ринку хлібобулочних виробів за видами у 2016 р.

Джерело: складено на основі [12]

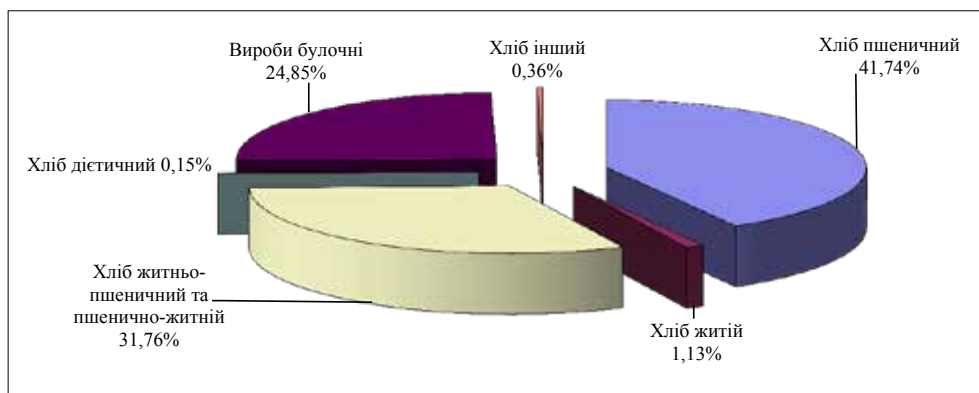


Рис. 4. Структура ринку хлібобулочних виробів за видами у I півріччі 2017 р.

Джерело: складено на основі [13]

України, а саме ПАТ «Концерн Хлібпром», відображені на рис. 5.

Проте впровадження таких інновацій вимагає їх належного обґрунтування з урахуванням переваг споживачів.

Для визначення пріоритетних напрямів впровадження інновацій для ПАТ «Концерн Хлібпром» використаємо метод аналізу ієрархій на підставі усереднених результатів опитування споживачів хліба та хлібобулочних виробів у продуктових магазинах, які пропонують хліб та хлібобулочні вироби, у м. Львові протягом квітня-червня 2017 р.

Для проведення дослідження формуємо матрицю для попарної оцінки напрямів впровадження інновацій для ПАТ «Концерн Хлібпром». Для розрахунку було використано 9-бальну шкалу, запропоновану Т. Сааті [14, с. 53]. Результати дослідження подано в табл. 1.

Визначимо матрицю для попарної оцінки видів товарів для першого напрямку «Елітні сорти хліба із сировини вищої якості» (табл. 2).

Визначимо матрицю для попарної оцінки видів товарів для другого напрямку «Заморожена продукція» (табл. 3).

Визначимо матрицю для попарної оцінки видів товарів для третього напрямку «Упакована продукція» (табл. 4).

Аналогічно було визначено матриці для попарної оцінки видів товарів для інших напрямів.

Після проведених розрахунків для всіх напрямів продуктивних інновацій необхідно визначити власне значення, індекс узгодженості та відношення узгодженості. Результати досліджень вважаються прийнятними, якщо відношення узгодженості не більше 0,1 (табл. 5) [14, с. 25].

Враховуючи дані табл. 5, можна зробити висновки, що результати досліджень є достовірними. Далі визначимо найбільш привабливі види інноваційних товарів для ПАТ «Концерн Хлібпром».

Отже, враховуючи проведені дослідження, можна зробити висновки, що пріоритетними

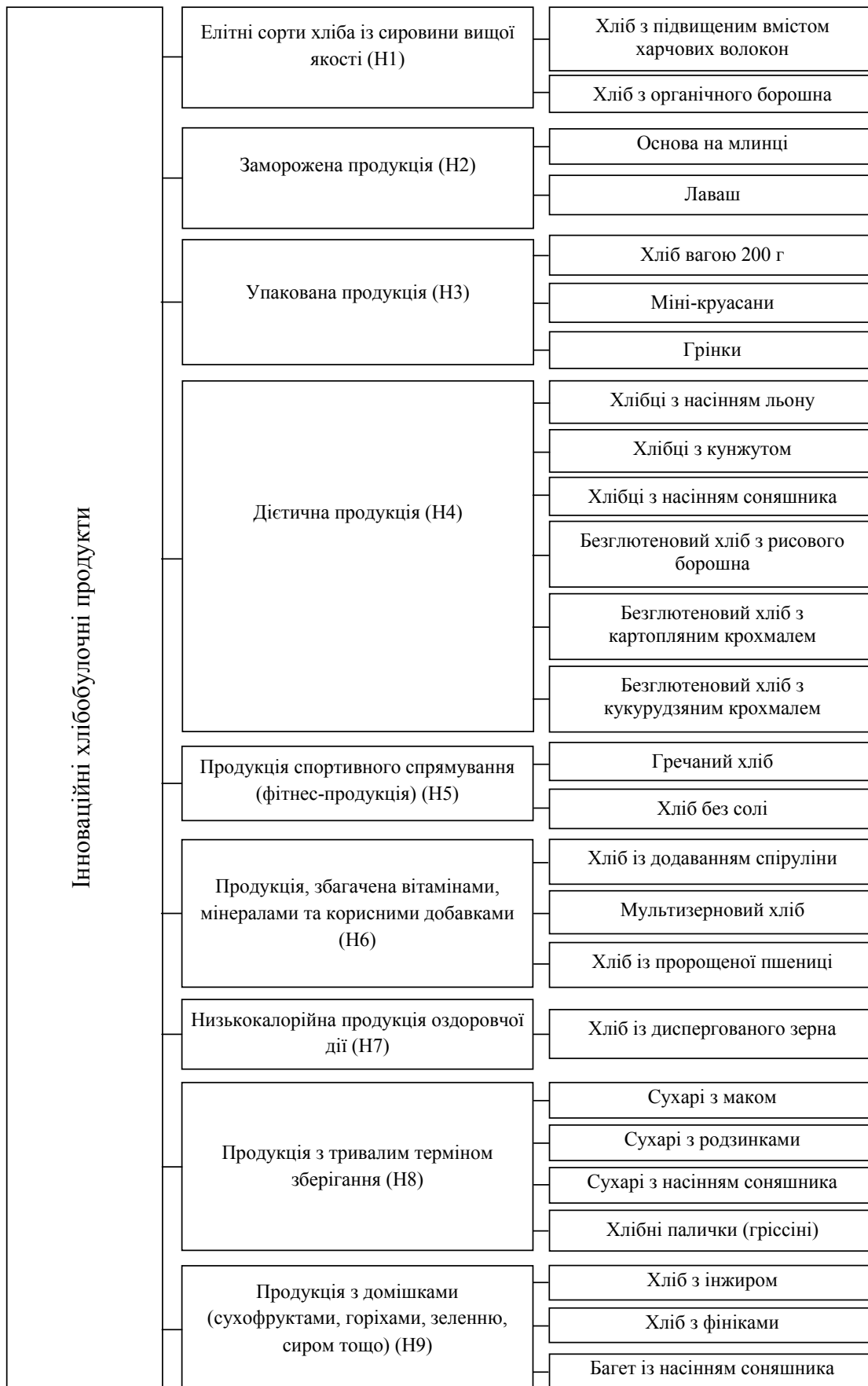


Рис. 5. Основні напрями продуктових інновацій для ПАТ «Концерн Хлібпром»

Таблиця 1

Оцінка напрямів впровадження інновацій для ПАТ «Концерн Хлібпром»

	H1	H2	H3	H4	H5	H6	H7	H8	H9	Вектор пріоритетів	Нормований вектор
H1	1,00	0,33	0,20	0,20	3,00	0,20	0,33	0,14	2,00	0,45	0,04
H2	3,00	1,00	0,33	0,33	2,00	0,20	1,00	0,20	0,50	0,62	0,05
H3	5,00	3,00	1,00	1,00	3,00	1,00	3,00	1,00	3,00	1,95	0,17
H4	5,00	3,00	1,00	1,00	3,00	0,20	1,00	0,20	3,00	1,21	0,10
H5	0,33	0,50	0,33	0,33	1,00	0,33	1,00	0,33	0,50	0,46	0,04
H6	5,00	5,00	1,00	5,00	3,00	1,00	3,00	0,33	5,00	2,31	0,20
H7	3,00	1,00	0,33	1,00	1,00	0,33	1,00	0,20	2,00	0,80	0,07
H8	7,00	5,00	1,00	5,00	3,00	3,00	5,00	1,00	5,00	3,24	0,28
H9	0,50	2,00	0,33	0,33	2,00	0,20	0,50	0,20	1,00	0,55	0,05

Таблиця 2

Оцінка видів товарів для напрямку «Елітні сорти хліба із сировини вищої якості»

Види товарів	Хліб з підвищеним вмістом харчових волокон	Хліб з органічного борошна	Вектор пріоритетів	Нормований вектор
Хліб з підвищеним вмістом харчових волокон	1	0,2	0,45	0,17
Хліб з органічного борошна	5	1	2,24	0,83

Таблиця 3

Оцінка видів товарів для напрямку «Заморожена продукція»

Види товарів	Основа на млинці	Лаваш	Вектор пріоритетів	Нормований вектор
Основа на млинці	1,00	3,00	1,73	0,75
Лаваш	0,33	1,00	0,58	0,25

Таблиця 4

Оцінка видів товарів для напрямку «Упакована продукція»

Види товарів	Хліб вагою 200 г	Міні-круасани	Грінки	Вектор пріоритетів	Нормований вектор
Хліб вагою 200 г	1	0,33	2	0,87	0,25
Міні-круасани	3	1	3	2,08	0,59
Грінки	0,5	0,33	1	0,55	0,16

напрямами впровадження інновацій для ПАТ «Концерн Хлібпром» є хлібні палички (грис-сіні), мультизерновий хліб, міні-круасани, сухарі з родзинками, хліб із диспергованого зерна. Таке оновлення асортименту дасть змогу покращити фінансові результати досліджуваного підприємства через збільшення попиту на його товари.

Висновки з цього дослідження. В умовах сьогодення на ринку хліба і хлібобулочних виробів в Україні спостерігається висока конкуренція. Хлібопекарські підприємства пропонують широкий асортимент виробів з різноманітними смаковими властивостями, поживною цінністю, а також урізноманітнюють його новими зразками, хоча постійно ско-

рочуються обсяги промислового виробництва хліба та хлібобулочних виробів.

Через ситуацію зменшення споживання хліба та хлібобулочних виробів населенням підприємствам хлібопекарської промисловості необхідно обґрунтувати напрями продуктивних інновацій з урахуванням наявної структури їх товарного асортименту та переваг споживачів через їх дослідження та визначення пріоритетних напрямів впровадження інноваційних товарів з використанням методу аналізу ієрархій.

Подальші дослідження будуть присвячені визначенню впливу брэнда на прихильність споживачів на ринку хліба та хлібобулочних виробів України.

Таблиця 5

Визначення достовірності результатів дослідження

Напрями продуктивних інновацій	Власне значення, λ_{max}	Індекс узгодженості	Відношення узгодженості
Напрями інновацій	10,063	0,133	0,092
Елітні сорти хліба із сировини вищої якості	2,000	0,000	0,000
Заморожена продукція	2,000	0,000	0,000
Упакована продукція	3,047	0,023	0,040
Дієтична продукція	6,113	0,023	0,018
Продукція спортивного спрямування (фітнес-продукція)	2,000	0,000	0,000
Продукція, збагачена вітамінами, мінералами та корисними добавками	3,025	0,013	0,022
Продукція з тривалим терміном зберігання	4,105	0,035	0,039
Продукція з домішками (сухофруктами, горіхами, зеленню, сиром тощо)	3,025	0,013	0,022

Таблиця 6

Визначення найбільш привабливих видів інноваційних товарів для ПАТ «Концерн Хлібпром»

Види товарів	Важливість напряму	Оцінка видів товарів	Зважена оцінка	Пріоритетність
Хліб з підвищеним вмістом харчових волокон	0,04	0,17	0,007	21
Хліб з органічного борошна	0,04	0,83	0,033	11
Основа на млинці	0,05	0,75	0,038	8
Лаваш	0,05	0,25	0,013	19
Хліб вагою 200 г	0,17	0,25	0,043	6
Міні-круасани	0,17	0,59	0,100	3
Грінки	0,17	0,16	0,027	14
Хлібці з насінням льону	0,10	0,08	0,008	20
Хлібці з кунжутом	0,10	0,14	0,014	18
Хлібці з насінням соняшника	0,10	0,25	0,025	15
Безглютеновий хліб з рисового борошна	0,10	0,41	0,041	7
Безглютеновий хліб з картопляним крохмалем	0,10	0,04	0,004	23
Безглютеновий хліб з кукурудзяним крохмалем	0,10	0,07	0,007	21
Гречаний хліб	0,04	0,83	0,033	11
Хліб без солі	0,04	0,17	0,007	21
Хліб із додаванням спіруліни	0,20	0,16	0,032	12
Мультизерновий хліб	0,20	0,66	0,132	2
Хліб із пророщеної пшениці	0,20	0,18	0,036	9
Хліб із диспергованого зерна	0,07	1	0,070	5
Сухарі з маком	0,28	0,10	0,028	13
Сухарі з родзинками	0,28	0,26	0,073	4
Сухарі з насінням соняшника	0,28	0,12	0,034	10
Хлібні палички (гриссіні)	0,28	0,52	0,146	1
Хліб з інжиром	0,05	0,48	0,024	16
Хліб з фініками	0,05	0,11	0,006	22
Багет із насінням соняшника	0,05	0,41	0,021	17

ЛІТЕРАТУРА:

1. Завертаний Д.В. Сучасний стан та перспективи розвитку хлібопекарської галузі України / Д.В. Завертаний // Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління. – 2015. – Т. 14. – Вип. 2. – С. 194–203.
2. Костецька Н.І. Ринок хліба і хлібобулочних виробів України: стан і перспективи розвитку / Н.І. Костецька // Галицький економічний вісник. – 2015. – Т. 48. – № 1. – С. 26–31.
3. Навольська Н.В. Дослідження ринку хліба і хлібобулочних виробів в Україні / Н.В. Навольська // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2016. – Вип. 11. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://global-national.in.ua/archive/11-2016/93.pdf>.
4. Прокіп М.І. Стан хлібопекарської галузі в Україні / М.І. Прокіп [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/20_DNI_2013/Economics/9_142783.doc.htm.
5. Струнін В.В. Вітчизняний ринок хлібобулочних виробів: сучасний стан та перспективи розвитку / В.В. Струнін, Т.М. Філоненко // Ефективна економіка. – 2014. – № 12. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=3661>.
6. Давидюк Ю.В. Напрями підвищення економічної ефективності діяльності підприємств хлібопекарської галузі / Ю.В. Давидюк, Н.Ю. Самійленко // Вісник Хмельницького національного університету. – 2011. – № 2. – Т. 3. – С. 32–35.
7. Говоруха Ж.А. Формування інноваційної стратегії підприємств хлібопекарної галузі : автореф. дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (харчова промисловість)» / Ж.А. Говоруха ; Нац. ун-т харч. технологій. – К., 2011. – 21 с.
8. Дробот В.І. Розробка нових видів безбілкових хлібобулочних виробів / В.І. Дробот, А.М. Грищенко // Наукові праці Одеської національної академії харчових технологій. – 2010. – Т. 1. – Вип. 38 (1). – С. 164–167.
9. Вітчизняний ринок хлібобулочних виробів: сучасний стан та перспективи розвитку [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=3661>.
10. Виробництво основних видів промислової продукції [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
11. В I півріччі виробництво хлібобулочних виробів скоротилось на 13,6% [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://agravery.com/uk/posts/show/v-i-pivricci-virobnictvo-hlibobulocnih-virobiv-skorotilos-na-136>.
12. Виробництво промислової продукції за видами в Україні за 2016 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
13. Виробництво промислової продукції за видами в Україні за січень-червень 2017 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
14. Саати Т. Принятие решений. Метод анализа иерархий / Т. Саати ; пер. с англ. – М. : Радио и связь, 1993. – 278 с.