

ХЛЕБ И ХЛЕБОБУЛОЧНЫЕ ИЗДЕЛИЯ УКРАИНЫ: СТРАТЕГИЯ ПРОИЗВОДСТВА И ПРОДВИЖЕНИЕ

Елена ПАХОМСЬКАЯ,

Винницкий торгово-экономический институт КНТЭУ

Abstract. *The article examines the current state of production and promotion of bread and bakery products in Ukraine. The article provides basic recommendations for improving marketing activities in the field of promotion and suggests the main directions for increasing the competitiveness of bakery products.*

The market of bakery products has a number of specific features that should be taken into account in its formation and operation: bakery products are designed to meet the vital needs of the end consumer and are perishable, so they are not subject to long-term storage; the supply and demand for bakery products in all regions are traditionally large, and the range of goods on the market is quite wide; the demand for bakery products may be lower than the needs of consumers, because taking into account national traditions, as well as due to low incomes

and underdeveloped transport and marketing infrastructure, the population is partially self-sufficient through home baking; the national peculiarity of the consumption of bakery products is connected with the preference for "live breads"; as socially significant for a country where the share of the poor is still large, the bakery market is subject to state regulation, and given the regional peculiarities of market formation and the economic situation in it, the methods of state regulation may be different.

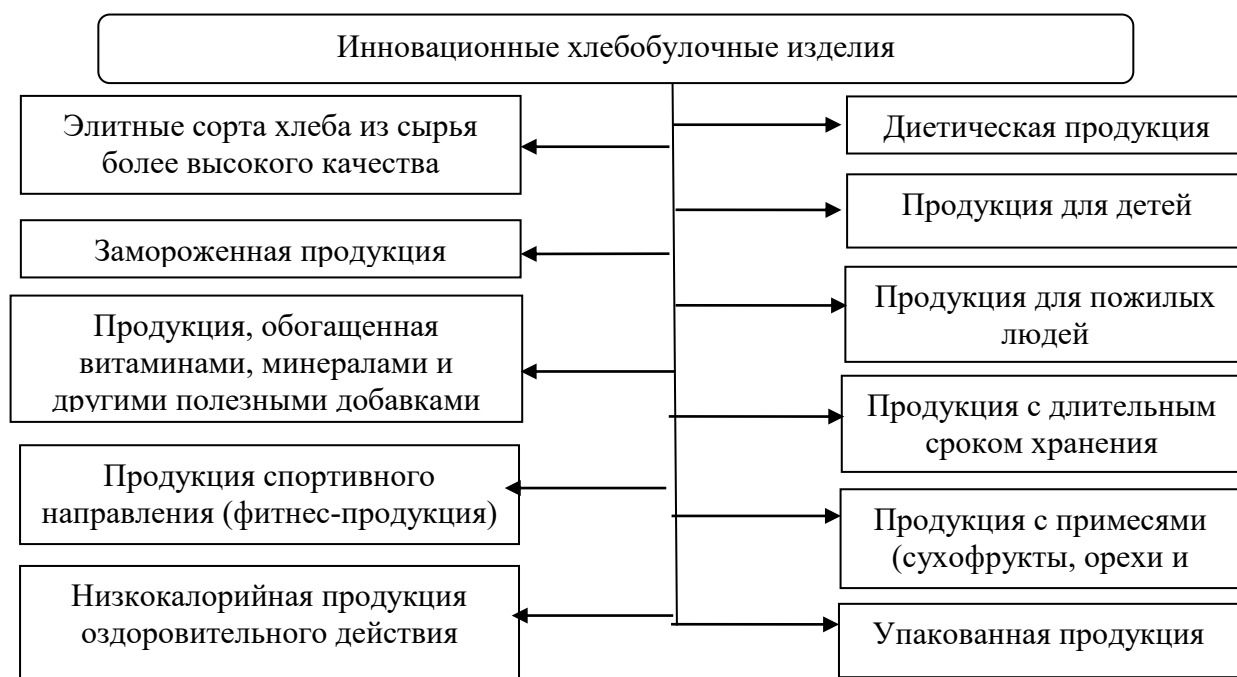
Keywords: assortment, research, consumer preference, production, market, bakery products.

Приоритетная задача Украины как европейского государства - защита жизненных интересов нации и, в первую очередь, обеспечение продовольственной безопасности. По оценкам экспертов Всемирной организации здравоохранения структура питания является одним из важных факторов, обуславливающих состояние здоровья человека. Хлеб и хлебобулочные изделия является массовым продуктом питания, а их совершенствование, повышение пищевой и энергетической ценности и уменьшения себестоимости производства постоянно находятся в поле зрения ученых и практиков.

В течение последних нескольких лет в мире устанавливается тренд на здоровый образ жизни и здоровое питание, несомненно повлияло развитие хлебопекарной отрасли как в Украине, так и во всем мире. Для Украины, которая в 2016 году занимала третье место в рейтинге стран по потреблению хлеба в расчете на 1 человека (уступив лишь Турции и Болгарии) производство здорового хлеба и хлебобулочных изделий достаточно актуально. Сегодня в супермаркетах можно найти большое количество различных видов хлеба для любого клиента. Особой популярностью среди потребителей здоровых хлебобулочных изделий пользуются бездрожжевой хлеб, органическая продукция, изделия для вегетарианцев, а также низкокалорийные хлебобулочные изделия.

Пищевая ценность хлеба зависит от вида и сорта муки, технологии изготовления и влажности изделия. В отличие от многих других продуктов, хлебные изделия способны обеспечивать организм человека в значительной количество энергии и почти всеми жизненно необходимыми веществами: белками, углеводами, витаминами, минеральными веществами, а булочные изделия еще и жирами. Так, в хлебобулочных изделиях из пшеницы высшего сорта содержится около 50% углеводов, 5-8% белков и около 1% жиров. Энергетическая ценность: 100 г продукта содержит 220 ... 250 ккал. В среднем ежедневно человек потребляет 250-350 г хлеба и около 100 г булочных изделий, что составляет 1/3 энергетической ценности суточного рациона питания взрослого человека. Кроме того, хлебобулочные изделия из пшеницы - важный поставщик в организм человека некоторых витаминов группы В (тиамин, рибофлавин, ниацин) и минеральных веществ (калий, кальций, железо, магний, фосфор) [6].

Хлебобулочные изделия по своим особенностям технологии, химического состава, биохимических характеристик сырья являются продуктами с высоким природным потенциалом в корректировке пищевого статуса Украинской. Поэтому усилия отечественных ученых и производителей направляются на совершенствование ассортимента, разработку и внедрение технологий улучшенной пищевой ценности, с скорректированным физиологическими свойствами. Растут требования и к безопасности продукции, содержания синтетических добавок и аллергенов, приоритеты потребителей смещаются к вкусным и ароматным изделиям, полученных по классическим технологиям без применения улучшителей. Более того, для отечественных предприятий, приготовления хлеба в которых характеризуется высокими затратами энергии, материальных, трудовых ресурсов, при росте цен на составляющие себестоимости и продукцию, а также колебаний качества сырья и других проблем, затрудняющих их работу, чрезвычайно важным является вопрос повышение конкурентоспособности хлебобулочных изделий, ресурсосбережения, технологической эффективности и инвестиционной привлекательности производства [7]. Наибольший удельный вес в отечественном хлебопечении Украины занимают пшеничный (около 38,6%) и ржаной (около 30,3%) хлеба. Булочные изделия формируют около 21%



рынка хлебобулочных изделий, остальные 4,9% в ассортиментном ряде составляют сдобные хлебобулочные и бараночные изделия, гренки, сухари, пирожки, пончики, пряники, печенье и тому подобное. Кроме традиционных изделий, в Украине налажен выпуск инновационной хлебной продукции (рис. 1).

В Украине стремительно развивается рынок замороженных хлебобулочных полуфабрикатов. Причиной роста популярности является удобство замороженных хлебобулочных полуфабрикатов: свежее испеченные булочки готовятся всего за 10-15 минут в духовке. Кроме того, свежий хлеб, выпеченный на месте из замороженных полуфабрикатов, пользуется большим спросом в сегментах фаст-фуда, HoReCa, которые являются основными потребителями на рынке. Приготовление блюд из замороженных полуфабрикатов не требует расширения штата - процедура приготовления может выполняться одним человеком. Кроме того, при использовании замороженных хлебобулочных полуфабрикатов отсутствует нереализованный товар, так как выпекания новых изделий происходит по мере реализации предыдущих. Как результат, в ассортименте всегда присутствуют свежее испеченные хлеб и различные булочки.

Рис. 1. Основные направления инноваций в хлебопекарной отрасли Украины

Также наличие замороженных хлебобулочных полуфабрикатов обеспечивает гарантированный запас продукции при непредвиденном росте спроса. На сегодняшний день на рынке хлебобулочных полуфабрикатов Украины расширяется ассортиментный ряд. Рынок замороженных хлебобулочных полуфабрикатов включает в себя такие виды продукции как хлеб 80-95% готовности, полуфабрикаты слоеного теста, полуфабрикаты сдобного теста, изделия для СВЧ, кондитерские изделия, пироги и др.

В Украине для повышения пищевой ценности хлебобулочных изделий применяют сырье животного и растительного происхождения. К ним относят сою, ферментированные зерновые продукты, солодовые экстракты, отруби, зародыши пшеницы, плющенное зерно, муку и зерна из льна, топинамбур, морские водоросли и др. Наиболее широко в хлебобулочных изделиях применяются вторичные молочные продукты: сыворотка (свежая, сгущенная и сухая), белковые концентраты, нежирное молоко. Эти виды сырья обогащают хлебобулочные изделия полноценными белками, углеводами, витаминами группы В, минеральными веществами, особенно кальцием и фосфором и другие. С добавлением молочной сыворотки в Украине выпускают более 10% хлебобулочных изделий.

Калорийность хлебобулочных изделий снижают за счет замены части жира, сахара и яиц, овощами такими как капуста, морковь, свекла, тыква; витаминизируют изделия в основном бета-каротином. При изготовлении хлебобулочных изделий используют в качестве добавок еламин, росторопшу, льняное и кунжутное масла, пектин, продукты и отходы сахарной, крахмалопаточной, масложировой и пивоваренной промышленности, продукты и отходы переработки плодов, овощей и зерна (зародыши пшеницы, пшеничные отруби, кукурузная мука, овсяные хлопья, плющенные зерна).

В качестве диетических добавок при производстве хлебобулочных изделий используют разнообразную природное сырье, в том числе плодовую - ягодную и овощную, продукты переработки фруктов (яблоки, айву, виноград, черную смородину и т.д.) и овощей (морковь, свекла, томаты, тыква и др.).

Стоит отметить перспективность и актуальность изготовления полуфабрикатов хлебобулочных изделий для учреждений сегмента HoReCa (пекарен, кафе, кофеен, заведений фаст-фуда), а также на экспорт за границу [3]. Основными потребителями украинских хлебобулочных изделий являются США. Динамика импорта втрое превышает темпы роста экспорта, 99% всей импортной продукции поставляется в Украину из стран Европейского Союза.

В 2018 году производство хлеба и хлебобулочных изделий в Украине составило 975 тыс.тонн, из них - 1,5 тыс.тонн диетический хлеб. Производство «здорового хлеба» делится на две группы: первая - целенаправленно занимается производством продуктов здорового питания; вторая - включает такие продукты в свой ассортимент.

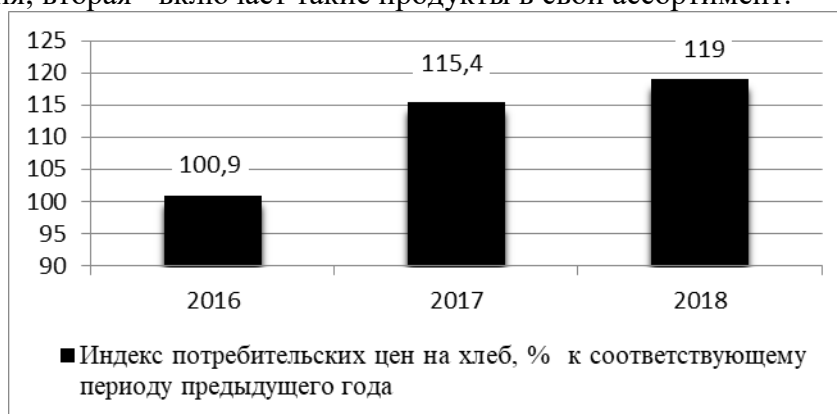


Рис. 2. Динамика производства диетического хлеба в Украине 2016-8 мес.2019 г.г., тыс.грн.

Снижение производства диетического хлеба соответствует общему тренду сокращения производства и потребления хлебобулочных изделий. Ведь кроме тенденции потребления «здорового хлеба», существует и другая - снижение поживание хлеба или полный отказ от продукта.

Результаты исследований свидетельствуют, что хлебобулочные изделия составляют 40% калорийности рациона украинцев. Несмотря на свою значимость, в области наблюдаются негативные процессы: в течение последних четырех лет объемы рынка падают из-за падения спроса в основном сегменте. Рынок характеризуется тенденцией подорожания хлеба с увеличением цен на сырьевые составляющие: мука, сахар, яйца, масложировую продукции, а также ростом цен на энергоносители и горюче-смазочные материалы. Индекс потребительских цен на хлеб растет. По 2019 цены на хлеб поднялись на 17,7% по сравнению с 2018 годом, тогда как инфляция в Украине за год составила 4,1%, то есть подорожание так называемого «хлебного корзины» состоялось более чем в 4 раза быстрее роста среднего уровня цен в стране.

По данным Государственной службы статистики Украины за 5 месяцев 2020 году в Украине было произведено 314,5 тыс. тонн хлеба и хлебобулочных изделий, что на 13,8%

меньше, чем за 5 месяцев прошлого года, пшеничного хлеба за пять месяцев было произведено 127,1 тыс. тонн, что на 14,5% меньше, чем годом ранее. При этом в мае было произведено 61,7 тыс. тон хлеба и хлебобулочных изделий недлительного хранения, что на 15,6% меньше, чем в мае прошлого года [5].

Уменьшение потребления хлеба и хлебобулочных изделий стало основной причиной падения объемов производства.

Основные тенденции на рынке хлеба и хлебобулочных изделий:

- сокращение потребления данных изделий, изменением вкусов;
- изношенность технического состояния и производственных линий на 60% -70%;
- демографическая ситуация в стране (потеря рынков сбыта АР Крым и отдельные районы Донецкой и Луганской области, снижение численности населения Украины)
- замедление темпов роста доходов населения;
- увеличение объемов выпечки хлеба небольшими пекарнями, супер- и гипермаркетами, популярными становятся мини-пекарни-кафе, в которых можно как приобрести выпечку, так и заказать на месте с различными напитками;
- увеличение выпечки хлеба населением самостоятельно (во многих регионах Украины, в частности на Западной Украине граждане предпочитают домашней выпечке или продукции, произведенной небольшими частными предприятиями);
- увеличение теневой доли рынка хлеба и хлебобулочных изделий до 60% и развития сегмента замороженных хлебных полуфабрикатов;
- укрепление национальной валюты по отношению к доллару в 2019 году, что влияет на внешнюю торговлю, так и на емкость рынка;
- средние и крупные предприятия характеризуются высоким уровнем механизации и автоматизации производства, а также постоянным расширением ассортимента продукции.

Рынок хлебобулочных изделий практически полностью представлен продукцией отечественного производства, что связано с короткими сроками хранения и сложностью транспортировки. Большинство населения покупает традиционные виды хлеба. В больших городах приобрели популярность багеты и другие виды хлеба - белковый, бездрожжевой, с добавками и т.д. Рейтинг потребительских предпочтений ежегодно имеет примерно одни и те же значения. На рынке есть ряд лидеров, которые поддерживают стабильное качество продукции в течение многих лет. Отечественные предприятия стремятся выводить все больше новых продуктов, растет популярность на нетрадиционные сорта хлеба. Компаниям все более необходимо обращать внимание на максимальную «естественность» продукции, чтобы удерживаться в лидерах по продажам, в связи с ростом спроса среди потребителей на продукты здорового питания [2].

Рынок хлеба и хлебобулочных изделий в Украине демонстрирует тенденцию к сокращению в натуральном выражении, что связано с изменением культуры потребления хлеба и потребительских предпочтений. Однако в денежных показателях рынок продолжает расти за счет подорожания продукции вместе с ростом цен на сырьевые составляющие: мука, сахар, яйца, масложировую продукцию, а также цен на электроэнергию и расходов на оплату труда.

Индекс потребительских цен на хлеб растет в течение нескольких последних лет. По 2018 цены на хлеб поднялись в среднем на 19%.

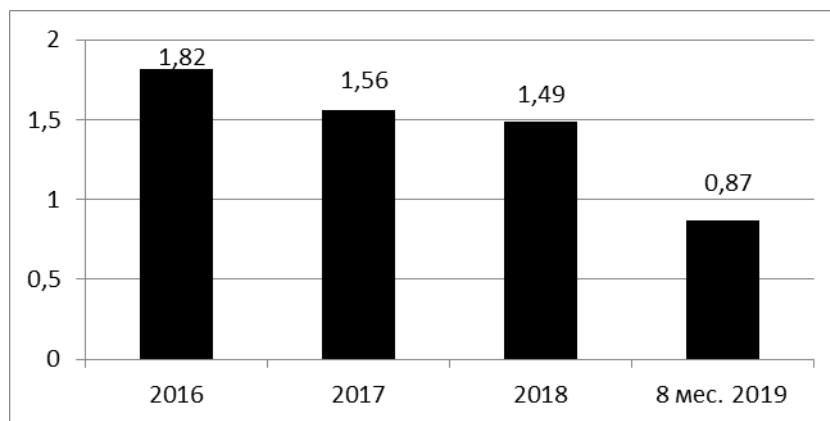


Рис. 3. Динамика индексу потребительских цен на хлеб в Украине с 2016-2018 гг., %

По статистическим данным структура производства хлеба составляет: 76% - массовые сорта, элитные сорта-7%, в т.ч. хлеб группы «Здоровье» - 3%, а также другие виды хлеба и хлебобулочных изделий - 14% [4]. Крупнейшие производственные мощности в Украине имеет компания «Lauffer Group», среднесуточный объем выпуска хлебобулочных изделий - 800 т, который удовлетворяет 71% потребности Одесской области в хлебе. В состав компании входят 35 хлебозаводов, расположенных в Донецкой, Луганской, Харьковской, Днепропетровской, Одесской областях. Их совокупная производственная мощность - 220 тонн в сутки [1]. Торговая марка «Кулинич», объединяет 10 специализированных хлебопекарных комплексов в Харьковской, Киевской и Полтавской областях, производственная мощность составляет 650 т / сутки [8]. На отечественном рынке хлеба и хлебобулочных изделий действуют 400 мини-пекарен производительностью от 1 т в год.

За последние годы в Украине много сделано по совершенствованию технологии производства хлебобулочных изделий, расширению ассортиментного ряда, модернизации производства. Производители расширяют ассортимент за счет не столько использования новых технологий, сколько применением добавок и наполнителей.

Основными проблемами развития рынка хлебобулочных изделий на современном этапе является монополизация рынка отдельными товаропроизводителями в большинстве регионов страны; снижение объемов промышленного производства хлебобулочных изделий и рост удельного веса изделий домашней выпечки в структуре среднелового потребления; сокращение ассортимента и снижение качества хлебобулочных изделий; усложнения их доставки в отдаленные от областных или районных центров селах и поселках из-за отсутствия транспортной и сбытовой инфраструктуры; низкая эффективность функционирования предприятий хлебопекарной отрасли.

Следовательно, важной задачей дальнейшего развития рынка хлебобулочных изделий является наиболее полное удовлетворение потребностей потребителей в качественном хлебе промышленной выпечки по приемлемой цене и получения на этой основе достаточной массы прибыли предприятиями-производителями хлебобулочных изделий [7].

При выборе хлебобулочных изделий украинцы ориентируются на собственные представления о «вкусной еде», цена продукта имеет значение при покупке хлеба и не влияет на решение о покупке хлебобулочных изделий.

В процессе создания новых хлебопродуктов в Украине, а также их продвижения необходимо акцентировать внимание на предпочтительные для данной группы населения показатели качества товара; эмоции, связанные с покупкой и потреблением продукта и виды информации, в которых более всего нуждается данная группа потребителей.

Изучение стратегии производства хлеба и хлебобулочной продукции в Украине позволило спрогнозировать перспективы дальнейшего развития:

• расширение ассортимента хлеба и хлебобулочных изделий при высоком качестве в целом, предоставление различных вариантов одного и того же продукта по таким показателям, как цена, виды упаковки, различные массовые доли реализуемых продуктов. Необходимо расширять ассортимент за счет таких продуктов, как национальные, йодированные, витаминизированные, низкокалорийные и другие лечебно-профилактические;

• разработке продукции для специального диетического питания, с использованием солодовых экстрактов и сухих квасов, с новыми вкусовыми качествами;

• производство на линиях с ускоренным тестом при приготовлении;

• разработка мероприятий направленных на продление сроков реализации и сохранения свежести хлеба;

• внедрение новых технологий с использованием нетрадиционных видов начинок, обновление ассортимента (разработка новых) мелкоштучных сдобных изделий;

• удлинение сроков хранения готовой продукции;

• расширение производства хлеба и хлебобулочных изделий (прежде всего, фирменных) на предприятиях малого бизнеса;

• расширение сети фирменной торговли, а также набора предоставляемых до- и послепродажных услуг;

• регулярное изучение потребительского спроса и проведение маркетинговых исследований по выбору наиболее эффективных для данного предприятия товара, цены, инфраструктуры и рекламы.

Изменение потребительского поведения стимулировало серьезные перемены в стратегии производства и продвижение хлебобулочных изделий Украины. В этой нише наблюдается ощутимый прирост потребления хлеба высокого качества, обладающего характеристиками здорового питания. Расширился ассортимент внутри всех сегментов хлебобулочных изделий; предприятия стали стремиться к идентификации своей продукции в местах продаж за счет внешнего оформления упаковки и использования марочных названий, что, в свою очередь, усилило значение маркетинговой политики производителей. Началось поглощение сильными и наиболее успешными предприятиями своих конкурентов.

Деятельность предприятий, выпускающих хлебобулочные изделия, должна осуществляться на основе концепции социально-ориентированного маркетинга, с учётом социально-экономической и демографической обстановки, интересов всех групп покупателей, общества в целом.

Будущее за теми производителями, которые смогут точно и своевременно уловить рыночные изменения и окажутся способными применить грамотную маркетинговую политику.

БИБЛИОГРАФИЯ

1. Аграрное информационное агентство: [Веб-сайт]. Одеса, 2019. URL: <http://agravery.com> (дата обращения: 22.10.2020)

2. Аналитика рынков. Финансовый консалтинг. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-hlebobulochnyh-izdelij-2020> (дата обращения: 16.10.2020).

3. Аналитика рынков. Финансовый консалтинг. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-hbi-v-ukraine-2019-god>. (дата обращения: 17.10.2020).

4. Вернер І. Є. Статистический ежегодник Украины за 2017 рік. МПС, Киев, 2018.

5. В Украине значительно сократилось производство хлеба URL: <https://glavcom.ua/economics/finances/v-ukrajini-znachno-skorotilosya-virobnictvo-hliba-689939.html> (дата обращения: 16.10.2020).

6. Карпенко П.О. Основы рационального и лечебного питания. КНТЕУ, Киев, 2011.

7. Лебеденко Т. Є. Научно-практические основы стабилизации качества хлебобулочных изделий с использованием фитоекстрингов. ОНАХТ, Одесса, 2016.

8. Официальный сайт Киевского областного хлебопекарного комплекса (ТМ «Кулинич»): [Веб-сайт]. Київ, 2020. URL: <http://www.kulinichi.com/ua> (дата обращения: 22.10.2020).