

УДК 330.341.1

Гаргула Д.

ВИЗНАЧЕННЯ ФАКТОРІВ ВПЛИВУ НА ІННОВАЦІЙНУ ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ХЛІБОПЕКАРСЬКОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

Проаналізовано розвиток та сучасний стан хлібопекарської галузі в Україні. Розглянуто фактори, що впливають на інноваційну діяльність хлібопекарських підприємств. Визначено необхідність державної підтримки інноваційних проектів.

Ключові слова: інновації, інноваційна діяльність, хліб, хлібопекарська галузь.

Концепцію інновацій та інноваційної діяльності активно досліджують С. Ільєнко, Й. Чімо, М. Маряш, Ш. Славік, Й. Шумпетер та інші представники економічної науки. Однак слід зазначити, що дослідження вчених у галузі інноваційної діяльності не є завершеними.

Аналізом різних аспектів розвитку хлібопекарного виробництва в Україні займалися П. Борщевський, Л. Дейнеко, І. Заблодська та ін. Разом із тим, питання формування економічних механізмів регулювання розвитку хлібопекарської галузі промисловості в умовах сучасного ринку досліджено недостатньо, а інноваційна діяльність у хлібопекарській галузі практично не вивчена, хоча її розвиток має особливе значення для забезпечення сталого економічного зростання та соціальної і продовольчої безпеки України.

Інноваційна діяльність, на думку Г. Менша, – це процес, спрямований на розроблення та реалізацію результатів закінчених наукових досліджень і розробок або інших науково-технічних досягнень у новий чи вдосконалений продукт, реалізований на ринку, в новий чи вдосконалений технологічний процес, використовуваний у практичній діяльності, а також зв'язані з цим додаткові наукові дослідження і розроблення [4].

Більшість науковців і практиків розглядає інноваційну діяльність як універсальний інструмент поточного та довготермінового розвитку підприємства, спроможний впливати на зміст і спрямованість інших інструментів стратегічного маркетингу, зокрема стратегічного планування та операційного маркетингу. Інноваційна діяльність підлягає стратегічному плануванню й управлінню, ґрунтована на стратегічних планах підприємства.

тва та рекомендаціях маркетингової служби, а також її контролюють і коригують за параметрами відповідності стратегічним планам та економічної ефективності. Підставою для інноваційної діяльності можуть бути як незадоволений ринковий попит, діяльність конкурентів, так і стратегічні цілі підприємства.

Проблеми розвитку інноваційних процесів на промислових підприємствах зумовлені невизначеністю, непередбачуваністю та непрогнозованістю сучасної ситуації в Україні. Успішна інноваційна діяльність підприємствам базована на стратегічних планах підприємства, але в умовах невизначеності державних пріоритетів в економіці стратегічне планування майже неможливе. Світова практика свідчить, що навіть у розвинутих країнах без усебічної державної підтримки інноваційні процеси не можуть ефективно розвиватися. Тим більше, вона необхідна в умовах світової фінансово-економічної кризи.

Хлібопекарська промисловість є найважливішою складовою харчової промисловості. Індустріалізація технології виробництва хліба дає змогу випускати його у великих масштабах і великому різноманітті для задоволення потреб населення в різних видах хлібних та булочних виробів.

Як показали наші дослідження, обсяг промислового випуску хліба в Україні у 2010 р. становив лише 25% від 1985 р. [12].

Таблиця 1

Обсяг промислового виробництва хліба в Україні у 1975–2008 рр.

Рік	Кількість тис. т
1975	6920
1985	7348
1995	4144
2000	2461
2001	2450
2002	2356
2003	2335
2004	2307
2005	2264
2006	2160
2007	2034
2008	1978
2009	1755
2010	1684

Джерело: розраховано на основі даних Держкомстату України.

Дана тенденція пов'язана зі зменшенням чисельності населення України, збільшенням вартості хлібобулочних виробів та державним втручанням у дану галузь промисловості.

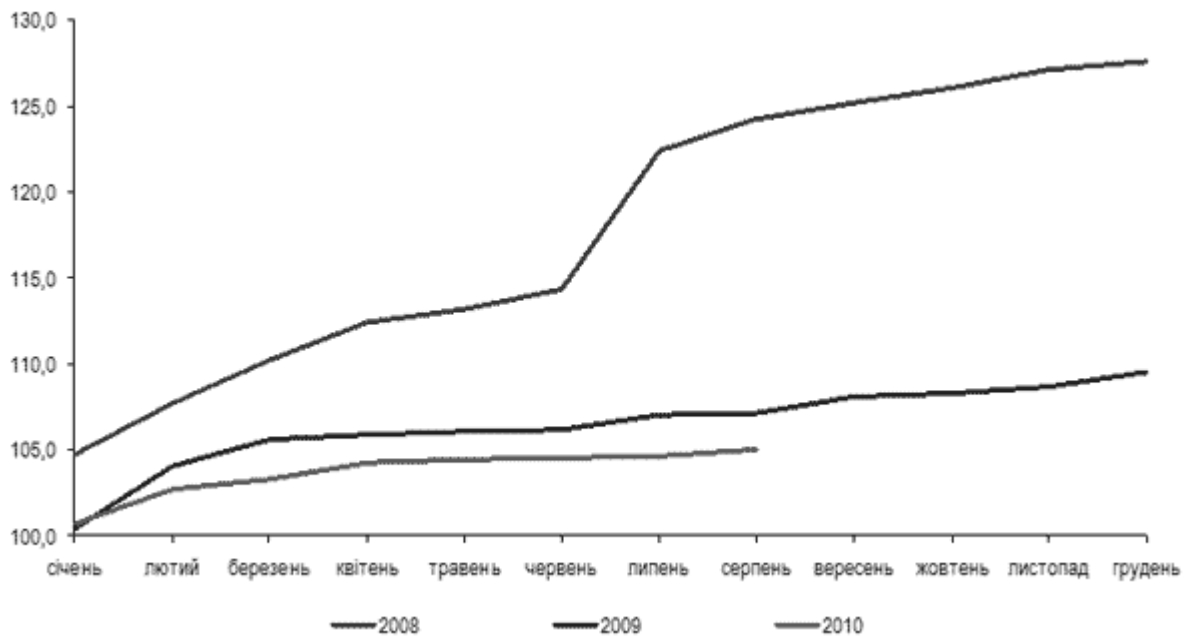


Рис. 1. Індекс цін виробників хліба та хлібобулочних виробів в Україні у 2008–2010 рр., % [12].

Враховуючи неповне завантаження обладнання та високий ступінь його зносу (70–80%), у собівартості виробництва хліба та хлібобулочних виробів половину витрат формує борошно; крім цього, значними є витрати на оплату праці (30%), на газ для випікання (10%), великі затрати енергії та ручної праці у виробничому процесі, інноваційну діяльність необхідно зосередити на оновленні устаткування хлібопекарних підприємств, із метою їх адаптації до умов середовища, в якому працює підприємство.

Незважаючи на значне зростання цін (на 27,6%) у 2008 р. та поступове майже щомісячне подорожчання хліба в 2009 та 2010 рр., підприємства галузі відчують нестачу обігових коштів та джерел формування ресурсів для впровадження інноваційних рішень [12].

Обмеженість джерел для формування інвестиційних ресурсів та їх недостатність для нормального розвитку хлібопекарної промисловості обумовлена неефективним державним регулюванням галузі. В сучасних умовах воно не спрямоване на створення законодавчого поля розвитку хлібопекарної промисловості та ринкової інфраструктури, а зводиться лише до регулювання цін на борошно і хліб. Оскільки це відбувається без урахування потреб в оновленні обладнання, воно спричинило зниження рентабельності хлібопекарного виробництва з 24,8% у 1991 р. до 2–7% у 2004–2009 рр. та відповідно до 3% в 2010 р. Зокрема, протягом кількох років рентабельність хлібопекарських підприємств обмежують обласні адміністрації, згідно з Постановою КМУ № 1548 «Про встановлення повноважень органів виконавчої влади та виконавчих органів міських рад щодо регулювання цін (тарифів)» на рівні 2–5%, що фактично становить

мінус 0,6%. При цьому іншою постановою заборонено вводити деякі витрати, наприклад, курсові різниці, до собівартості виробництва хліба. Разом із тим встановлено граничні рівні торговельних надбавок на хлібобулочні вироби 10–15% до ціни виробника. Через таку політику з 283 зареєстрованих хлібопекарських підприємств 106 хлібо заводів завершили 2008 р. зі збитками, а вже в 2010 р. 40% хлібопекарських підприємств виявилися збитковими [11]. З метою регулювання галузі Постановою від 20. 06. 2007 р. «Про доповнення додатка до Постанови Кабінету Міністрів України від 25 грудня 1996 р. № 1548» уряд надав органам виконавчої влади повноваження встановлювати граничні рівні рентабельності для виробництва борошна пшеничного I та II гатунків, борошна житнього й вироблених із нього окремих сортів соціального хліба. Крім цього, виробники хліба обов'язково повинні декларувати зміни цін (Постанова № 1222 від 17. 10. 2007 р. «Про затвердження Порядку декларування зміни оптово-відпускних цін на продовольчі товари»). Оскільки державні органи встановлюють ціни таким чином, що рентабельність хліба з борошна нижчих сортів суттєво менша порівняно з вищими, то підприємства переорієнтовують виробничі потужності на випуск продукції з пшеничного борошна вищого сорту, а також розвивають ринок у даному напрямку.

Таким чином, дрібні виробники були змушені до виходу з ринку, натомість на тлі загального скорочення виробництва великі підприємства збільшили обсяги виробництва на 3–5%. Отримані у 2009 р. збитки, за збереження обсягів виробництва, підприємства компенсували двома шляхами: підвищенням ціни на готову продукцію у 2010 р. в середньому на 5% або зменшенням витрат, наприклад, фонду заробітної плати на зазначену суму, що спричинило скорочення тисячі працівників галузі. Наслідком даних процесів стала відсутність у 2011 р. ресурсів для переоснащення підприємств [13].

Інноваційна політика підприємства має базуватися на розгляді нововведення як складного комплексу взаємозалежних видів діяльності, в результаті яких нову ідею не тільки впроваджують у виробництво, а й ринок приймає новий продукт (товар, послугу, технологію).

Одним із найскладніших чинників комерційного потенціалу промислового нововведення є попит. Основні аспекти його вивчення – характеристики та особливості кон'юнктури сукупного ринку, на який виводять новий продукт, і кон'юнктура ринку продукції, в якій втілені нові ідеї. Крім того, для визначення попиту необхідно аналізувати показники потенційного ринку, потенційного збуту, тенденції та стабільність попиту, прогнозувати тривалість і характер життєвого циклу продукту, можливості розвитку асортименту виробів.

**Рівень споживання хліба та хлібопродуктів
(у перерахунку на борошно) населенням України у 2000–2008 рр.**

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Фактичний рівень споживання кг/особу на рік	124,9	129,6	131,2	124,5	125,6	123,5	120	115,4	115,9	111,7

Джерело: розраховано на основі даних Держкомстату України.

Те, що українці зменшили споживання хліба і хлібопродуктів, посилює ринкову конкуренцію. А тому при зниженні обсягів споживання хліба єдиним резервом зростання конкурентоспроможності вітчизняних хлібопекарських підприємств є орієнтація на інноваційний шлях розвитку.

Розв'язання проблеми забезпечення хлібопекарної промисловості інвестиційними ресурсами потребує при встановленні цін на хліб враховувати необхідність оновлення технологічного парку галузі. Розрахунки економістів засвідчили, що 60% фінансових ресурсів, які підприємства хлібопекарної галузі витрачають на інновації, припадає на придбання машин, обладнання, устаткування, інформаційного та програмного забезпечення і капітальні витрати пов'язані з упровадженням інновацій. Беручи до уваги дані розрахунки, нормальне функціонування підприємств та виважена інноваційна діяльність можливі при рентабельності продукції не менше 15% [11].

Важливими факторами, що впливають на інноваційну діяльність, є розуміння та підходи до здійснення інновацій на підприємстві. Відповідальний етап практичної реалізації концепції нововведень – розроблення інноваційної стратегії підприємства. Згідно з твердженням Славіка, при формуванні інноваційної стратегії підприємства всі чинники для відбору нововведень розбивають на дві групи: чинники технологічної та конкурентної позиції фірми. Останнім необхідно приділяти посилену увагу на підприємствах хлібопекарської промисловості, через зростання конкуренції на ринку, що пов'язано з нетривалим терміном реалізації продукції, внаслідок чого виробники можуть продавати хлібобулочні вироби тільки у своєму регіоні – географічне розширення реалізації збільшує транспортні витрати, а отже, і собівартість продукції, а також знижує якість продукції, що робить її менш конкурентоспроможною порівняно з місцевою. Зіставлення оцінок технологічної та конкурентної позиції дає змогу обрати стратегію нововведень певного типу. Підприємствам необхідно розробити методичні підходи до визначення чинників конкурентної позиції фірми на

конкретному ринку, бо у більшості вітчизняних підприємств саме ця позиція є порівняно новою сферою прийняття рішень.

Інноваційна політика підприємства має базуватися на розгляді нововведення як складного комплексу взаємозалежних видів діяльності, в результаті яких нова ідея не тільки впроваджується у виробництво, а й завершується прийняттям ринком продукту (товару, послуги, технології). Розроблення стратегії інноваційної грунтоване на таких принципах, як пріоритет інноваційної діяльності над традиційною, економічність інноваційної діяльності, гнучкість інноваційної діяльності, циклічність інноваційних процесів.

При впровадженні інновацій підприємства хлібопекарської галузі обов'язково не тільки чітко дотримуватись орієнтації на потреби ринку і на результати маркетингових досліджень, а й забезпечувати даний напрямок організаційно та процедурно. Правильний розподіл коштів і процесу інновацій на етапи дає змогу обирати на кожному з них найраціональніший варіант реалізації інновації на підприємстві. Постійний інноваційний розвиток підприємств потребує насамперед підвищення зовнішньої гнучкості їхньої поведінки. Але через обмеженість коштів це негативно впливає на внутрішню гнучкість потенціалу підприємств.

Отже, основними факторами, що впливають на здійснення інновацій у хлібопекарному виробництві є, на нашу думку, політика держави стосовно регулювання норми рентабельності підприємств даної галузі, конкуренція та попит на хлібобулочні вироби і розуміння підприємством інноваційної стратегії. Для забезпечення хлібопекарної промисловості інвестиційними ресурсами необхідно при встановленні цін на хліб враховувати потребу оновлення технологічного парку галузі. Держава має також виступати ініціатором упровадження інновацій та підтримувати інноваційні підприємства.

The development and current state of the baking industry in Ukraine is described. The factors were reviewed that influence innovation activities bakery business. The need for state support of innovative projects was detected

Key words: *innovative activities, innovation, bread baking industry*

Проанализировано развитие и современное состояние хлебопекарной отрасли в Украине. Рассмотрены факторы, влияющие на инновационную деятельность хлебопекарных предприятий. Определена необходимость государственной поддержки инновационных проектов.

Ключевые слова: *инновации, инновационная деятельность, хлеб, хлебопекарная отрасль.*

Література

1. Ильенкова С. Инновационный менеджмент. – Москва: Юнити, 2001. – 234 с.
2. Čimo J., Mariaš M. Inovačná stratégia firmy. – Bratislava: Elita, 1999. – 180 s.
3. Kotler P. Marketing podľa Kotlerra. – Praha: Management press, 2000. – 821 s.
4. Lesáková D. Strategický marketingový manažment. – Bratislava: Sprint, 2001. – 340 s.
5. Meffert H. Marketing & Management. – Praha: Grada, 1996. – 552 s.
6. Schumpeter J. Teória hospodárskeho vývoja. – Bratislava: Pravda, 1987. – 478 s.
7. Slávik Š. Strategický manažment. – Bratislava: Ekonóm, 1997. – 276 s.
8. Проект закону № 8163: точка зору фахівців [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.agroprofi.com.ua/content/view/423/>
9. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
10. Загальна характеристика ринку хліба та хлібопродуктів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.credit-rating.ua/ua/analytics/analytical-articles/12894/>