

Валентина ВАЩЕНКО

ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ХЛІБА НОВОГО АСОРТИМЕНТУ НА РИНКУ УКРАЇНИ

Хлібопекарська промисловість України за період незалежності зазнала структурних змін. Конкуренція з боку численних міні-пекарень, застаріле обладнання та брак досвіду роботи в умовах ринкової економіки стали поштовхом до визначення пріоритетів – модернізація підприємств, виробництво якісних продуктів, розширення асортименту, створення власних торговельних мереж та обслуговування споживача на сучасному рівні.

Деякими підприємствами введено виготовлення хлібопекарських виробів у недопеченому стані з використанням технології глибокого вакуумування. Обсяги виробництва таких виробів поки що невеликі, однак вони користуються попитом. Розвиток мереж супермаркетів – потенційних споживачів цієї продукції – уможливило наступний етап впровадження: пакування напівфабрикатів у середовищі інертного газу для покращання транспортувальних можливостей. На сучасному етапі здійснюється співпраця з мережами в Одеській, Київській та Дніпропетровській областях.

© Валентина Ващенко, 2010

В Україні спостерігається підвищення попиту на багатоконпонентні вироби зі складною рецептурою, виготовлення яких потребує залучення ручної праці.

На сьогоднішній день питання про упакування хліба не має альтернативи. Воно продиктоване вимогами реалій: з одного боку – це законодавчий важіль (подовження терміну придатності упакованої продукції, а також необхідність маркування), з другого – маркетинговий (формування вимогливішого споживача). Найкращим пакувальним матеріалом для хліба та хлібобулочних виробів завдяки оптимальному співвідношенню ціна/якість на сьогодні визнаний поліпропілен. Київське підприємство ІТАК пропонує двувісноорієнтований (ВОРР) і неорієнтований (СРР) поліпропілен. Плівка досить еластична, добре розтягується, завдяки чому є стійкою до проколів скоринкою хліба, а її висока паро- та низька газопроникність дають змогу запобігти швидкому підсиханню виробу. Цей пакувальний матеріал забезпечує необхідний рівень санітарно-гігієнічних характеристик у комплексі з екологічною безпекою, що є невід’ємною складовою його якості [1; 2].

Мета дослідження – визначення конкурентоспроможності на ринку України хліба нового асортименту: *Панський, Трапезний, Апетитний, Гроно, Вишуканий*, які користуються підвищеним попитом у споживачів. У їхній рецептурі переважає житнє борошно обдирне та текстуроване, а також до складу входить борошно пшеничне першого гатунку, цукор, зерно сої, солод житній, патока, кунжут, віденські прянощі (кмин, фенхель, коріандр), кориця, курага, родзинки тощо. Енергетична цінність (калорійність) цих видів хліба перебуває в межах 230.0–280.0 ккал/100 г, виготовляють тільки формовим масою нетто 0.5 кг.

Для визначення органолептичних властивостей хліба розроблено 5-балову шкалу оцінки (табл. 1).

Таблиця 1

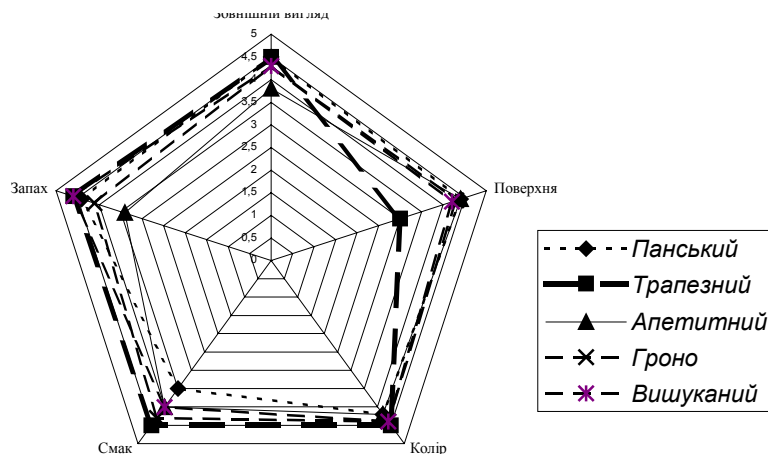
5-балова шкала органолептичної оцінки хліба

Показник	Бал	Характеристика
1	2	3
Зовнішній вигляд: форма	5	Правильна, прямокутна або овальна, не пом’ята, не розпливчаста
	4	Правильна з легкими притисками
	3	Злегка прим’ята і розпливчаста
	2	Розпливчаста, з боковими випливами
	1	Неправильної форми, розпливчаста, прим’ята
поверхня	5	Гладка або злегка шорсткувата, без підривів
	4	Гладка, шорсткувата, борошниста
	3	Гладка з незначною зморшкуватістю
	2	Зморшкувата, борошниста, з тріщинами
	1	Дуже шорстка з великими тріщинами та підривами

Закінчення таблиці 1

1	2	3
колір	5	Світло-коричневий, притаманний певному виду виробів
	4	Світлий з коричневатим відтінком
	3	Світлий з сіруватим відтінком
	2	Світлий, не властивий цьому виду
	1	Блідий
Смак	5	Солодкуватий, властивий виду виробів, без стороннього присмаку
	4	Не солодкий, без стороннього присмаку
	3	Пустий, з незначним кислуватим присмаком
	2	Кислуватий, не властивий цьому виду виробів із незначним стороннім присмаком
	1	Дуже кислий або прісний, зі стороннім присмаком
Запах	5	Виражений, властивий виду виробів, без стороннього запаху
	4	Достатньо виражений, властивий виду виробів
	3	Не виражений, зі стороннім кислуватим запахом
	2	Сторонній
	1	Сторонній, не властивий хлібним виробам

На основі проведеної органолептичної оцінки за 5-бальною шкалою побудовано "пелюсткову" діаграму (рисунк).



"Пелюсткова" діаграма органолептичних показників якості хліба

Найбільший п'ятикутник ("пелюстка") належить хлібу *Гроно*, що свідчить про отримані ним високі дегустаційні оцінки за всіма показниками. Решта зразків отримали досить високі оцінки за винятком хліба *Вишуканого* (смак – 3.2 бала) та *Панського* (запах – 3.2 бала).

Процес формування конкурентоспроможності продукції на підприємствах хлібопекарської галузі в сучасних ринкових умовах складається з двох взаємопов'язаних частин: перша орієнтована на внутрішнє середовище з точки зору оптимальної організації виробництва й описується послідовним переліком етапів у відповідності з життєвим циклом товарів; друга направлена на зовнішнє середовище й розкривається функціями управління конкурентоспроможністю продукції [3].

В умовах ринкової економіки конкурентоспроможність товару є головним чинником успіху підприємства. Вона припускає оптимальне поєднання якості, ціни, дизайну та можливості післяпродажного обслуговування. Конкурентоспроможність – це порівняльна характеристика товару, що містить комплексну оцінку всієї сукупності виробничих, комерційних, організаційних і економічних показників щодо виявлених вимог ринку чи властивостей іншого товару. Конкурентоспроможність досліджуваного товару визначають відповідно до інших товарів і завжди конкретно, виходячи зі ступеня задоволення запитів потенційних покупців [4; 5].

При визначенні ступеня переваги одного товару над іншим в тих умовах, в яких здійснюється експлуатація або використання товару споживачем, застосовується метод кваліметричної оцінки, який дає змогу отримати показник якості у вигляді деякої цифрової величини. Для забезпечення об'єктивної оцінки якості товару необхідно формалізувати критерії якості, тобто подати їх у вигляді масиву цифрових даних [6].

За результатами кваліметричної оцінки найкращим зразком виявився хліб *Гроно*, значення інтегрального показника якості якого дорівнює 0.75. Всі інші зразки мали нижчі значення (табл. 2).

Відомо, що високої якості товару недостатньо для того, щоб він користувався найбільшим попитом у споживачів. Номенклатура показників для визначення конкурентоспроможності дещо ширша, оскільки якість є лише однією з її складових. До показників, які забезпечують конкурентоспроможність продукції, відносять функціональність під час товароруху та при використанні за призначенням (харчова, біологічна, енергетична цінність, здатність до зберігання); економічність виробництва й товароруху (собівартість, ціна споживання); естетичність згідно з експертною оцінкою.

Таблиця 2

Кваліметрична оцінка якості хліба

Показник	$a(i)$	$P_i(em)$	$p_i(бр)$	Панський		Трапезний		Апетитний		Гроно		Вишуканий	
				p_i	P_i	p_i	P_i	p_i	P_i	p_i	P_i	p_i	P_i
Форма, балів	0.15	5.00	3.00	4.50	0.75	4.50	0.75	3.80	0.40	4.30	0.65	4.30	0.65
Поверхня, балів	0.15	5.00	3.00	4.40	0.70	3.00	0.00	4.40	0.70	4.30	0.65	4.20	0.60
Колір, балів	0.10	5.00	3.00	4.20	0.60	4.50	0.75	4.20	0.60	4.40	0.70	3.90	0.45
Стан м'якушки, балів	0.05	5.00	3.00	4.50	0.75	3.10	0.05	4.10	0.55	4.70	0.85	4.50	0.75
Смак, балів	0.20	5.00	3.00	3.50	0.25	4.50	0.75	4.00	0.50	4.30	0.65	4.00	0.50
Запах, балів	0.15	5.00	3.00	4.40	0.70	4.60	0.80	3.40	0.20	4.10	0.55	4.60	0.80
Вологість, %	0.03	49.00	52.00	46.20	1.93	47.90	1.37	47.80	1.40	48.80	1.07	47.40	1.53
Кислотність, град.	0.02	11.00	12.00	9.50	2.50	9.30	2.70	10.10	1.90	9.30	2.70	9.90	2.10
Пористість, %	0.05	50.00	46.00	55.60	2.40	52.30	1.58	54.70	2.18	52.80	1.70	50.30	1.08
Упаковка, балів	0.10	5.00	3.00	3.00	0.00	3.00	0.00	4.00	0.50	4.10	0.55	3.00	0.00
Інтегральний ПЯ	1.00			0.70		0.63		0.59		0.75		0.63	

Отже, при розрахунку інтегрального показника відносної конкурентоспроможності (ІПВК) досліджуваних зразків хліба необхідно провести поділ показників якості на групи: функціональні, естетичні та економічні.

Оскільки за комплексним показником якості хліб *Гроно* отримав вищу оцінку, то його при визначенні конкурентоспроможності вважаємо базовим, а всі інші зразки – конкуруючими.

На основі збірних параметричних індексів функціональних, естетичних та економічних показників розраховано інтегральний показник відносної конкурентоспроможності дослідних зразків хліба (табл. 3).

Таблиця 3

Розрахунок інтегрального показника відносної конкурентоспроможності хліба

Показники	a(i)	Панський			Трапезний			Апетитний			Вишуканий			
		Гроно	P _к	q ₁	p ₁	P _к	q ₁	p ₁	P _к	q ₁	p ₁	P _к	q ₁	p ₁
<i>Функціональні</i>														
Колір, балів	0.10	4.40	4.2	1.05	0.16	4.50	0.98	0.15	4.20	1.13	0.17	4.40	0.98	0.15
Смак, балів	0.15	4.30	3.50	1.23	0.15	4.50	0.96	0.11	4.00	1.19	0.14	4.00	1.08	0.13
Запах, балів	0.15	4.10	4.40	0.93	0.13	4.60	0.89	0.12	3.40	1.21	0.17	4.60	0.89	0.12
Вологість, %	0.03	48.8	46.2	1.06	0.02	47.90	1.02	0.02	47.80	1.02	0.02	47.40	1.03	0.02
Кислотність, град.	0.02	9.30	9.50	0.98	0.02	9.30	1.00	0.02	10.10	0.92	0.02	9.90	0.94	0.02
Пористість, %	0.05	52.80	55.60	0.95	0.03	52.30	1.01	0.03	54.70	0.90	0.03	50.30	1.05	0.03
P (функ.)			0.51			0.45			0.55			0.47		
<i>Естетичні, балів</i>														
Форма	0.15	4.30	4.50	0.96	0.14	4.50	0.96	0.14	3.80	1.13	0.17	4.30	1.00	0.15
Поверхня	0.15	4.30	4.40	0.98	0.15	3.0	1.48	0.22	4.40	0.98	0.15	4.20	1.02	0.15
Стан м'якушки	0.05	4.7	4.5	1.04	0.05	3.1	1.5	0.05	4.1	1.15	0.05	4.5	1.04	0.05
Упаковка	0.10	4.10	3.00	1.37	0.08	3.0	1.52	0.09	4.00	1.03	0.06	3.0	1.64	0.10
P (ест.)			0.48			0.6			0.48			0.38		
<i>Економічні</i>														
Роздрібна ціна, грн	–	3.24	3.48	0.93		3.00	1.08		4.02	0.81		4.44	0.73	
P (екон.)			0.93			1.08			0.81			0.73		
ІПВК			1.06			0.96			1.27			1.16		

Результати досліджень свідчать, що лише хліб *Трапезний* має нижчу конкурентоспроможність порівняно з *Гроно*, а хлібні вироби *Апетитний*, *Вишуканий* і *Панський*, у яких значення ІПВК більше за одиницю, мають конкурентні переваги перед базовим зразком. Це можна пояснити тим, що хліб *Гроно* з'явився на ринку першим із досліджуваних зразків нового асортименту житньо-пшеничної продукції, а решта виробів розроблялися за удосконалішими рецептурами й технологією.

Отже, п'ять зразків житньо-пшеничного хліба нового асортименту визначені як конкурентоспроможні на ринку України та мають свого споживача. Для подальшого розширення асортименту хлібних виробів необхідне оновлення матеріально-технічної бази підприємств, прогресивних технологій, розширення сфери застосування сучасного устаткування, повнішого завантаження наявних виробничих потужностей та скорочення витрат, що й уможливить підвищення конкурентоспроможності продукції на вітчизняному ринку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Мудра О.* Краще беремо на озброєння / О. Мудра // Харчовик. — 2007. — № 21 — С. 1—4.
2. *У пакуванні – перевага* // Хлебопекарское и кондитерское дело. — 2008. — № 3. — С. 37.
3. *Глухов А.* Оценка конкурентоспособности товара и способы ее обеспечения / А. Глухов // Маркетинг. — 2003. — № 6. — С. 9—11.
4. *Голубков Е. П.* Маркетинговые исследования: теория, практика, методология / Е. П. Голубков. — М. : Финпресс, 2002. — 365 с.
5. *Сидоренко О. В.* Товарознавчі складові ринкознавства : навч. посіб. / О. В. Сидоренко. — К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2001. — 90 с.
6. *Васюкова А. Т.* Современные технологии хлебопечения : учеб.-практ. пособ. / А. Т. Васюкова, В. Ф. Пучкова. — М. : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К^о", 2008. — 224 с.