

INDUSTRIA DE PANIFICAȚIE DIN UCRAINA - NOI PROVOCĂRI ÎN CONDIȚII DE RĂZBOI

Valentyna NIDELCHU, Larysa SOROKA
Universitatea Umanistă de Stat din Ismail, Ucraina
nv1110@gmail.com

Abstract

One of the strategic directions of the Ukrainian state is the bakery industry, as bread and bakery products account for 40% of the caloric content of the Ukrainian diet and are of great social importance. They are necessary for a person at any age.

The large-scale military aggression of the enemy on the territory of Ukraine has caused negative processes, which are reflected in the activity of enterprises in the bakery industry, especially in its production and sale [1].

Producers have to respond to new challenges caused by negative factors, which, in particular, are related to the increase in the price of raw materials, energy carriers and fuel and lubricants, disruption of logistical flows.

Industria de panificație este considerată una dintre cele mai dezvoltate și este reprezentată de o rețea largă de fabrici de pâine și brutării autohtone care furnizează produse populației. Pentru a răspunde nevoilor consumatorilor, și ținând cont de tendințele globale în formarea sortimentelor, producătorii introduc în mod activ noi tipuri de produse.

Situația întreprinderilor din industria alimentară ucraineană este una dificilă și incertă. Cu toate acestea, furnizarea de produse de înaltă calitate și sigure într-o gamă largă rămâne o sarcină importantă pentru producători. Studiul tendințelor pieței, determinarea contextului de activitate a industriei de panificație, precum și studiul nevoilor consumatorilor prezintă un interes considerabil și permite alegerea unei strategii de dezvoltare în condiții dificile de existență.

Piața pâinii și a produselor de panificație este unul dintre cele mai importante domenii ale economiei, care are un mare potențial și asigură populației produse alimentare de bază. Astăzi, industria de panificație ucraineană, cu ajutorul capacităților sale de producție, mecanizării proceselor tehnologice și extinderii sortimentului, este capabilă să ofere populației diverse tipuri de produse de panificație la un preț acceptabil. Valoarea nutritivă a produselor de panificație este de mare importanță, deoarece acestea asigură mai mult de 50% din necesarul zilnic de energie al unei persoane și aproximativ 75% din necesarul de proteine vegetale. Piața Ucrainei este reprezentată de un număr mare de întreprinderi autohtone. O parte semnificativă a produselor alimentare este importată. Cu toate acestea, o caracteristică a pieței de pâine și produse de panificație din Ucraina este oferta de aproape 100% de produse de producție internă [2]. Acest lucru se datorează faptului că pâinea și produsele de panificație au un termen de valabilitate redus și trebuie vândute într-o perioadă scurtă de timp. Capacitatea produselor de panificație de a-și pierde rapid proprietățile de consum și dificultatea de a le transporta pe distanțe lungi protejează piața internă de importul de mărfuri importate și, prin urmare, le permite producătorilor autohtoni să evite concurența cu întreprinderile străine. În același timp, astfel de caracteristici de calitate ale produselor limitează activitatea întreprinderilor de

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-Non-Commercial 4.0. International License

panificație și le obligă să lucreze în condiții în care volumele de producție trebuie să fie egale cu consumul de produs.

În prezent, piața produselor de panificație, ca și până acum, are o acoperire teritorială și regională extinsă - întreprinderile de panificație operează în toate regiunile Ucrainei, în special în detrimentul exploatașilor mari, care își extind geografic locația capacităților și a rețelei de vânzare (Tabelul 1).

În același timp, procesele de redistribuire a proprietății, lupta competitivă pe piață și fenomenele de criză din țară au dus la scăderea numărului de întreprinderi industriale producătoare de produse de panificație și făină. În ultimii cinci ani, numărul acestora a scăzut cu 33%, la 1.007 unități, dar în același timp, numărul personalului de producție, de asemenea, a fost redus cu o treime.

Tabelul 1. – Principalii participanți pe piața pâinii și a produselor de panificație din Ucraina.

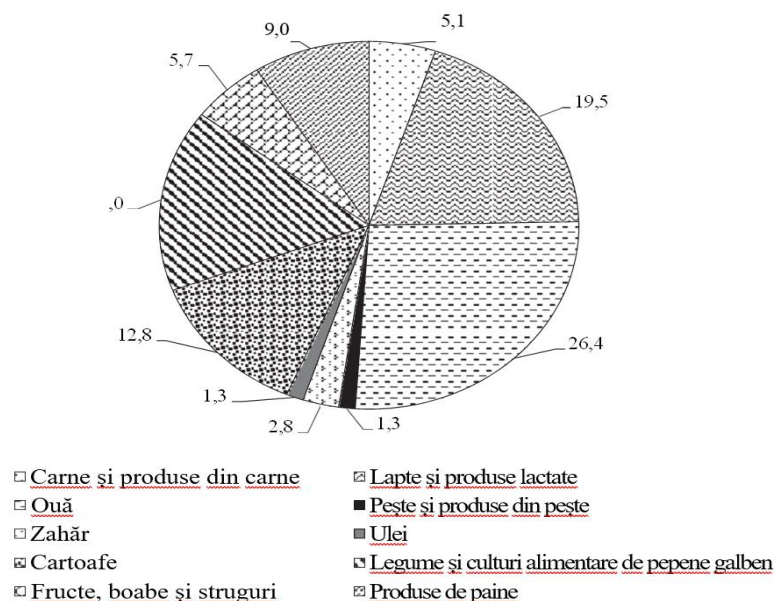
Lanț de provizionare	Numărul de participanți	Jucătorii principali
Producția	Peste 100 de fabrici de pâine și peste 400 de mini-brutarii	Companie publică „Kyivhlib”, SRL „Investiții în pâine”, Companie publică „Concern „Khlibprom”, SRL „Fabrica de pâine Kulynychi”, Grupul de companii „Formula Smaku”, Grupul de companii „Hlibodar”
Angro	Peste 100 de participanți	SRL August-Ky, SRL Athena Group, SRL Tema-B, SRL Hekta, SRL Alta Vista
Retail	Lanțuri de retail, supermarketuri, magazine, piețe alimentare	
Consumatorii finali	Populația Ucrainei	

Sursa: elaborat pe baza [3,4]

Pâinea și produsele de panificație sunt principalele produse alimentare consumate de toate categoriile de populație, indiferent de locul de reședință, sex, statut social și nivelul de venit. Prin urmare, industria de panificație, care furnizează populației cu aceste produse, este importantă din punct de vedere strategic pentru traiul societății și garantarea securității alimentare a statului. Industria panificației din Ucraina a atins cel mai înalt nivel de dezvoltare în anii 1970. În acel moment, a fost realizată construcția în masă a fabricilor de pâine, dotate cu noi echipamente de coacere și tehnologii pentru producerea unei game largi de produse de panificație, care a fost îmbunătățită constant. Ucraina a ocupat o poziție de lider în ceea ce privește producția de pâine și produse de panificație de înaltă calitate, deoarece potențialul științific și tehnic al industriei a fost dezvoltat și îmbunătățit în mod activ [5].

Figura 1. – Distribuția consumului de produse alimentare în 2022, incluse în coșul de consum, kg pe persoană/an.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-Non-Commercial 4.0. International License

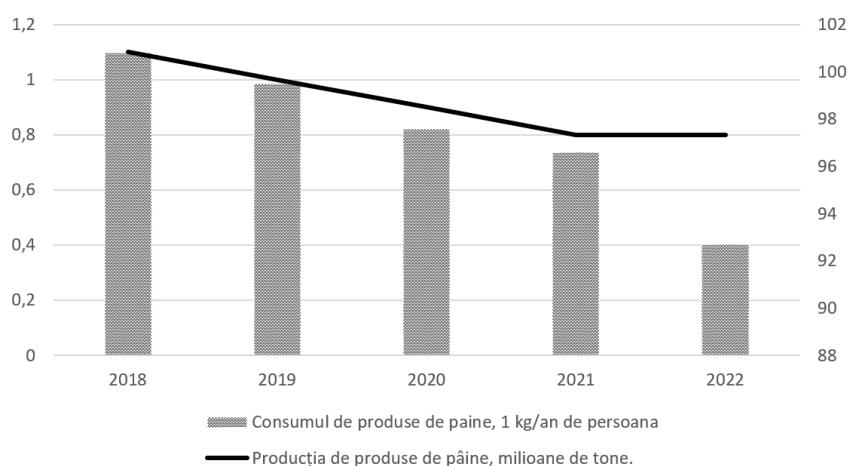


Sursa: elaborat pe baza [6; 7]

În 2022, produsele de pâine prezentau 9% din consum, sau 92,7 kg de persoană pe an, ca procent din principalele produse alimentare incluse în coșul de consum (Figura 1). Conform statisticilor oficiale, consumul mediu zilnic de pâine este de 250 g de persoană, cu o normă stabilită de 270 g în coșul alimentar.

În ciuda importanței sale în alimentația umană, în ultimii ani s-a înregistrat o scădere a producției și consumului de produse de pâine (Figura 2).

Figura 2. – Dinamica producției și consumului de pâine și produse de panificație în Ucraina pentru 2018–2022.



Sursa: realizată de autori conform [6; 7].

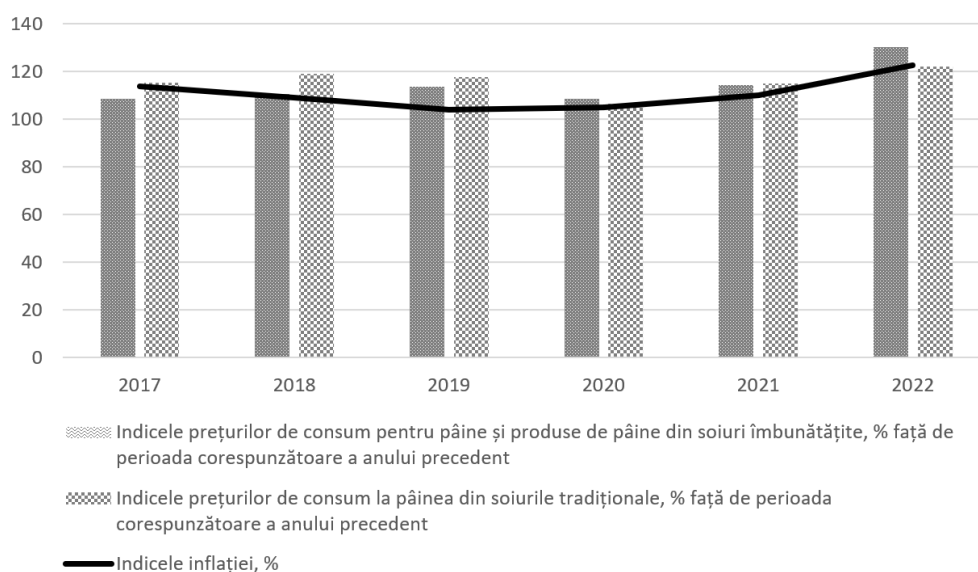
Printre principalii factori care cauzează dinamica negativă a acestor indicatori, este posibil să se evidențieze creșterea prețului pâinii și o schimbare a culturii de consum.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-Non-Commercial 4.0. International License

De la începutul războiului la scară largă, producătorii industriei de panificație s-au confruntat cu noi provocări legate de distrugerea infrastructurii energetice și întreruperile de curent, o creștere semnificativă a costului logisticii și procesele de migrație ale populației, ceea ce a dus la o reducere a volumelor de producție în 2022 cu cel puțin 20%.

Pe fondul creșterii prețurilor la produsele din coșul principal de consumatori, se constată o creștere semnificativă a costului pâinii (Figura 3).

Figura 3. – Dinamica inflației și indicele prețurilor de consum pentru pâine și produse de panificație în Ucraina pentru 2017–2022.



Sursa: realizată de autori pe baza [6; 7].

Datele date arată că creșterea prețurilor la pâine și produse de panificație are loc pe fondul creșterii proceselor inflaționiste. Creșterea prețului pâinii se datorează în primul rând prețurilor ridicate la materiile prime: făină, zahăr, ouă, ulei și produse grase, precum și creșterea prețurilor la purtători de energie și combustibil și lubrifianți [6]. Astfel, în 2022, prețurile de consum la pâine și produse de panificație din rețete îmbunătățite au crescut cu 30,3%, tipurile tradiționale de pâine - cu 22,1%, în timp ce inflația în Ucraina pentru anul a fost de 22,6% [7; 8].

Analiza sortimentului de grup de pâine și produse de panificație în perioada 2018-2022 indică o reducere a volumului producției industriale de tipuri tradiționale de pâine de o rețetă simplă și cea mai scăzută gamă de preț, și anume pâine de secară, grâu, secară-grâu, produse de panificație (Tabelul 2) [6; 7].

Tabelul 2. – Sortimentul grupului de producție de pâine și produse de panificație în Ucraina pentru perioada 2018-2022.

Tip de produs	Volumul producției de pâine și produse de panificație, mii de tone				
	2018	2019	2020	2021	2022
Pâine de secară	9.3	6.5	8.3	6.2	5.4
Pâine de grâu	449.1	408.1	364.9	322.4	350.6
Pâine de secară-grâu și grâu-secara	342.3	305.9	269.4	242.4	252.8
Produse de patiserie	265.2	245.3	238.1	211.4	223.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-Non-Commercial 4.0. International License

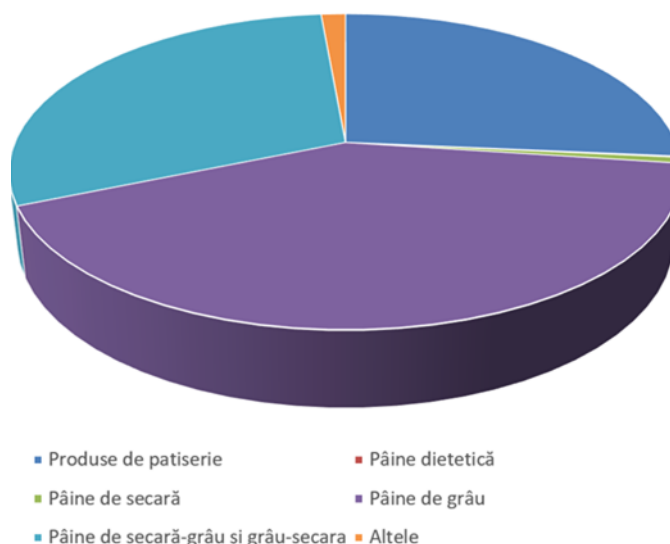
					4
Pâine dietetică	1.6	1.5	1.3	1.0	1.1
Altele	5.6	7.7	10.9	11.4	11.8

Sursa: realizată de autori conform [6].

În același timp, conform datelor furnizate, există o creștere semnificativă a producției de alte tipuri care aparțin unei categorii de preț mai mari, de exemplu, produse de panificație cu proprietăți suplimentare: pâine fără gluten, produse din făină fortificată, fără proteine, cu aditivi etc. Astfel, față de 2018, în 2022, volumele de producție pe acest segment au crescut cu 110,7% [6; 7].

Figura 4 prezintă structura gamei de produse de panificație în anul 2022.

Figura 4. – Structura sortimentului de pâine și produse de panificație în 2022.



Sursa: realizată de autori pe baza [6].

Diagrama demonstrează clar că pâinea de grâu are cea mai mare pondere în sortimentul de produse de pâine (Figura 4). Pâinea din secară-grâu și produsele de panificație ocupă, respectiv, aproape o treime, respectiv o pătrime din sortiment. Aceasta arată că majoritatea populației cumpără tipuri tradiționale de pâine. Cu toate acestea, popularitatea altor tipuri de pâine tinde să crească.

Datorită invaziei pe scară largă a țării agresoare pe teritoriul Ucrainei, întreprinderile din industria alimentară s-au aflat în condiții dificile și incerte de existență, ceea ce le afectează negativ activitățile sub un risc constant de existență. În special, se observă probleme semnificative în logistică, lucrul cu furnizorii, vânzările de produse, asigurarea producției cu căldură neîntreruptă, alimentare cu apă și energie. Prin urmare, atunci când se analizează contextul industriei, este important să se reevalueze factorii externi și interni, precum și oportunitățile și amenințările, caracteristice întreprinderilor din industria de panificație.

Tabelul 3 prezintă datele de analiză SWOT, cele mai tipice întreprinderilor din industria de panificație, ale căror produse au fost determinate a fi cele mai populare în rândul consumatorilor în urma unui sondaj prin chestionar.

Tabel 3. – Analiza SWOT pentru întreprinderile din industria de panificație.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-Non-Commercial 4.0. International License

Mediul intern	Puncte forte (avantaje)	Puncte slabe (dezavantaje)
	<ul style="list-style-type: none"> - imaginea pozitivă a producătorilor; - utilizarea de materii prime de înaltă calitate; - o gamă largă de produse de panificație; - un număr mare de puncte de vânzare; - utilizarea maximă a capacităților disponibile; - asigurarea socială a salariaților; - sprijinul material al angajaților; - un sistem eficient de tratare a reclamațiilor 	<ul style="list-style-type: none"> - costul ridicat al unor produse de panificație; - plecarea muncitorilor cu înaltă calificare în străinătate din cauza operațiunilor militare; - neîndeplinirea atribuțiilor oficiale; - probabilitatea erorilor de producție din cauza lipsei de experiență și competență; - scăderea profitabilității vânzătorilor; sistem de marketing mai bine stabilit și mai productiv al concurenților
Mediul extern	Oportunități	Amenințări
	<ul style="list-style-type: none"> - libertate mai mare în implementarea cerințelor legislației în vigoare, lipsă de reglementare. - utilizarea de software licențiat, sisteme de operare sigure, actualizarea, testarea și scanarea sistemului informatic al întreprinderii; - stabilizarea situației politice și economice din Ucraina; - creșterea veniturilor populației; - trecerea la standardele europene; creșterea numărului de furnizori alternativi și posibilitatea de evaluare și selectare a furnizorilor; 	<ul style="list-style-type: none"> - inspecții fara avertisment, amenzi mari pentru nerespectare; - concurență neloială: dumping, utilizarea de materii prime mai ieftine; - schimbările climatice, secetele duc la creșterea prețurilor materiilor prime de bază, modificări ale caracteristicilor acestora; - creșterea prețurilor materiilor prime, combustibilului, utilizarea surselor alternative de energie electrică; - un număr mare de producători giganți din industria de panificație cu produse mai ieftine; - condiții nefavorabile de producție din cauza ostilităților din țară;

Sursa: realizată de autori pe baza [8].

Având în vedere analiza SWOT, strategia propusă pentru dezvoltarea întreprinderilor din industria panificației este strategia de păstrare a poziției existente. În condițiile necesității de conservare a resurselor și de optimizare a condițiilor de producție, o astfel de strategie va face posibilă asigurarea stabilității capacității și consolidarea poziției pe piața a producătorilor.

Întreprinderile din industria de panificație lucrează în condiții moderne extrem de complexe, care se caracterizează prin întreruperi în furnizarea de energie electrică, raiduri aeriene frecvente și opriri ale producției din cauza bombardării.

Există o creștere a prețului echipamentelor tehnologice, materiilor prime și resurselor de combustibil și energie, precum și o rotație mare a personalului, ceea ce duce la scăderea eficienței întreprinderilor și le afectează profitabilitatea.

În ciuda faptului că întreprinderile de panificație produc un produs esențial pentru uzul zilnic, ele trebuie să îmbunătățească constant procesele de producție, relațiile cu furnizorii de materii prime și consumatorii de produse de panificație, să stabilească legături cu instituțiile de cercetare în vederea extinderii gamei și tehnologiei sale. producție, pentru a produce și a vinde un produs de calitate.

Iar cel mai important lucru în aceste condiții este să perseverezi, să păstrezi echipa și să faci totul pentru ca pâinea să nu fie în lipsă.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-Non-Commercial 4.0. International License

Considerăm monitorizarea situației din industria de panificație, ținând cont de schimbările rapide care au loc în stat, ca domenii promițătoare de cercetare ulterioară, și pentru a consolida poziția producătorilor - pentru a extinde gama de produse de panificație pentru depozitare pe termen lung.

Întreprinderile din industria de panificație lucrează în condiții moderne destul de dificile, care se caracterizează printr-o concurență sporită între întreprinderile producătoare și o scădere a cererii pentru produsele din industrie, ceea ce determină o reducere a volumului producției industriale de pâine și produse de panificație. Creșterea prețurilor la echipamentele tehnologice, materiile prime și resursele de combustibil și energie, precum și fluctuația ridicată a personalului, duc la o scădere a eficienței întreprinderilor, ceea ce afectează profitabilitatea, rentabilitatea și, în general, starea financiară a întreprinderilor autohtone. Studiul rezultatelor activității întreprinderilor de panificație indică necesitatea sprijinului statului pentru a asigura dezvoltarea industriei, precum și căutarea rezervelor și modalităților de creștere a eficienței activității întreprinderilor de panificație, ținând cont de noile tendințe. care apar în condițiile moderne ale dezvoltării economiei Ucrainei.

Bibliografie

1. Bondarenko-Beregovych V. Studiu privind starea actuală, particularitățile și tendințele în dezvoltarea securității economice a întreprinderilor din industria de panificație. *Buletinul KHNAU. Seria: Științe Economice*. 2019. Nr 2. P. 199-208.
2. Durbalova N. Vector de inovare și investiții de dezvoltare a întreprinderilor de panificație. *Economia industriei alimentare*. 2019. Nr. 11 (3). P. 66-72. <http://doi.org/10.15673/fie.v11i3.1463>
3. Nikolayenko S., Kulish S., Yanchenko A. Analiza producției de pâine și produse de panificație în Ucraina. *Jurnalul economic Pryazovsky*. 2020. Volum 3 (20). P. 252-257. <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2020-3-43>
4. Novoytenko I., Malinovskiy V. Starea și principalele tendințe ale dezvoltării industriei de panificație din Ucraina. *Economie eficientă*. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11_2020/54.pdf
5. Voytenko O., Kiyko V., Yanchyk M. Tendințele de dezvoltare ale industriei de panificație din Ucraina: Materiale 88 International. De știință conf. de tineri oameni de știință, absolvenți și studenți „Realizări științifice ale tineretului – rezolvarea problemelor nutriției umane în secolul XXI”. (Kiev, aprilie - mai 2022). Kiev: NUHT. Partea 1. P. 74. URL: <http://conferencenuft.ho.ua/Books%20of%20abstracts/2022/Part%201.pdf>
6. Serviciul de Stat de Statistică al Ucrainei. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (data aplicării: 24.10.2020).
7. Anuarul Statistic al Ucrainei pentru 2021; sub redacție Werner I. Kiev, 2022. 447 p.
8. Pâinea obișnuită în timpul războiului a devenit un simbol și speranță de supraviețuire. URL: <https://harch.tech/2022/12/30/oleksandr-taranenko-zvyhajnyj-hl%D1%96b-u-chas-vijny-stav0symvolom-ta-nafieu-na-vyzyvannia>