

УДК 339.137.2:664.64  
DOI: 10.15673/ie.v11i3.1463

**Дурбалова Н.І.**

аспірант

кафедра менеджменту і логістики

Одеська національна академія харчових технологій

вул. Канатна, 112, м. Одеса, Україна, 65039

E-mail: [durbalova.nataly@ukr.net](mailto:durbalova.nataly@ukr.net)

ORCID: 000-0002-0739-1265

## ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНИЙ ВЕКТОР РОЗВИТКУ ХЛІБОПЕКАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Хлібопекарська галузь України має стратегічне значення для населення, забезпечує продовольчу безпеку країни. Однак, при всій своїй вагомості, в останні роки у галузі відбуваються негативні процеси, що впливають на техніко-економічні показники діяльності, якість сировини та виробів.

Метою даної статті є обґрунтування вектору розвитку означених підприємств на основі інвестиційно-інноваційних процесів, проаналізовано проблеми хлібопекарської галузі, запропоновано інноваційні підходи щодо розробки нових видів продукції. Фундаментом застосування інвестиційно-інноваційних процесів є особисті потреби, можливості виробництва та попит окремих груп споживачів.

Сумісне застосування інвестиційно-інноваційних технологій дозволяє підприємствам розробляти нові види продукції поліпшеної якості, на основі регулювання біотехнологічних процесів виробництва, і як наслідок сприяє розширенню асортименту. Розробка нових підходів щодо поліпшення якості хлібобулочних виробів дозволить перевести виробу у площину «здорового» призначення.

**Ключові слова:** інновації, інвестиції, стратегія, хліб та хлібобулочні вироби, ринок, конкуренція.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

**Постановка проблеми та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями.** Сучасні умови функціонування української економіки вимагають від підприємств харчової промисловості реалізації нових ідей, реалізації інноваційно-інвестиційної стратегії. В умовах жорсткої конкуренції, як внутрішньої та і зовнішньої, інвестиції та інновації відіграють важливу роль у стратегічному розвитку підприємства.

Економічні проблеми взаємодії інвестиційних та інноваційних процесів полягають в передбаченні настання умов для кардинальних змін виробничого потенціалу підприємства. Інноваційні ідеї, продукти, технології та управлінські рішення визначають успіх суб'єктів підприємницької діяльності, забезпечують фінансову стабільність. Проблема вибору стратегії розвитку підприємства гостро постає в агропромисловому комплексі, зокрема, на підприємствах хлібопекарської галузі.

Основна продукція хлібопекарських підприємств хліб і хлібобулочні вироби різних сортів і видів – є необхідним продуктом щоденного споживання. Це обумовлює стратегічне значення хлібопечення як галузі, що забезпечує населення країни харчовим продуктом, який задовольняє значну частину добової потреби в життєвій енергії та поживних речовинах. Тому стабільне ефективне господарювання хлібопекарських підприємств має

для країни важливе соціально-економічне і політичне значення.

Продовольча безпека повинна забезпечуватись державним регулювання виробництва і управління рухом продовольства, інвестиційно-інноваційною діяльністю. Отже, тісний взаємозв'язок інвестицій та інновацій на підприємстві не дозволяє розглядати ці процеси відокремлено один від одного. Формування мобільних інвестиційно-інноваційних систем, які динамічно розвиваються це, на наш погляд, один з основних етапів на шляху досягнення фінансово-економічної стабільності підприємств харчової промисловості. Таким чином, головна задача це розробка моделі, побудованої з використанням інвестиційних та інноваційних можливостей підприємства, що базується на маркетингових дослідженнях і яка сприяє збільшенню суми виручки, а отже і прибутку при дотриманні обов'язкової вимоги збереження собівартості продукції, що гарантує соціально-економічний ефект в умовах безперервної інфляції. Це є надзвичайно актуальною дослідницькою задачею і має як наукове, так і практичне значення.

**Аналіз останніх публікацій по проблемі.** Теоретичним підґрунтям даного дослідження є праці відомих вітчизняних та зарубіжних науковців: Амосова А., Голубкава С., Дегтяренко В., Ковальова В., Котлера Ф., Фатхудинова Р., Ілляшенка С., Красноку-

тської Н., Чухрай Н. та інші. Різноманітні вектори стратегічного розвитку підприємств хлібопечення України знайшли відображення у працях вітчизняних вчених, а саме Білоусової М., Васильченка О., Дробот В., Нетяжука Н., Опрі О., Перелигіна М., Шубравської О. та ін. Однак, залишається невирішеним питання спільного, ефективного використання інвестиційно-інноваційних процесів, що дають змогу зміцнити свої позиції на означеному ринку та збільшити прибутку. Важливість даного питання зумовила актуальність і вибір теми дослідження.

**Формулювання цілей дослідження.** Метою статті є обґрунтування вектору розвитку означених підприємств на основі інвестиційно-інноваційних процесів.

Об'єктом дослідження є економічні відносини, пов'язані з інвестиційно-інноваційними процесами на хлібопекарських підприємствах.

Предметом дослідження є управління

інвестиційно-інноваційними процесами на хлібопекарських підприємствах.

**Виклад основних результатів та їх обґрунтування.** Хліб і хлібобулочна продукція є головним стратегічним продуктом, що споживається всіма категоріями населення, незалежно від місця проживання, статі, соціального статусу та рівня доходів, гарантує продовольчу безпеку держави.

Основні потужності хлібозаводів розташовуються переважно у передмістях великих міст, що певним чином сприяє підвищенню зайнятості населення сільських територій й розширенню географії постачання основної продукції галузі – хліба нетривалого зберігання – на відстань до 150–200 км. [3]. Основна частка виробництва хліба та хлібобулочних виробів належить вертикально-інтегрованим компаніям. Основні суб'єкти ринку хлібобулочних виробів та їх частка наведено на рис. 1.

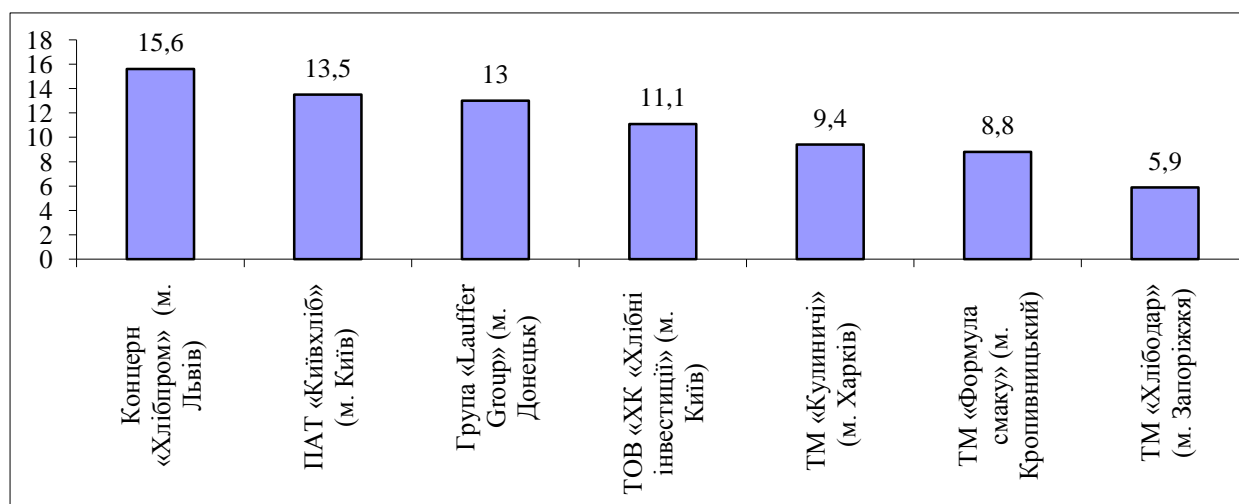


Рис. 1. Основні суб'єкти ринку хлібобулочних виробів України у 2018 р. \*

\* розроблено автором на основі [4]

За статистичними даними структура виробництва хліба така: 76 % – масові сорти, елітні сорти – 7 %, у т.ч. хліб групи «здоров'я» – 3 %, а також інші види хліба та хлібобулочних виробів – 14 % [5].

Найбільші виробничі потужності в Україні має компанія «Lauffer Group», середньодобовий обсяг випуску хлібобулочних виробів – 800 т, який задовольняє 71 % потреби Одеської області у хлібі. До складу компанії входять 35 хлібозаводів, які розташовані в Донецькій, Луганській, Харківській, Дніпропетровській, Одеській областях. У Одеській області «Lauffer Group» належать чотири хлібозаводи – № 2 та 4 в Одесі, № 3 у Білгород-Дністровському та № 1 у Подільську. Їх сукупна виробнича потужність – 220 тон на добу [6].

Головний лідер ринку це ПАТ «Київхліб», який об'єднує дев'ять виробничих майданчиків у м. Києві та області, виробничі потужності складають 755 т/добу хлібобулочних і 26 т/добу кондитерських

виробів [7]. Торговельна марка «Кулиничі», об'єднує 10 спеціалізованих хлібопекарських комплексів у Харківській, Київській та Полтавській областях, виробнича потужність складає 650 т/добу [8]. На вітчизняному ринку хліба та хлібобулочних виробів, за статистичними даними, діють 400 міні-пекарень з виробничою потужністю від 1 т на рік [6]. В Одеській області розташовані такі крупні хлібозаводи:

ПАТ «Одеський коровай» – виробнича потужність 200 т/доб. хліба, булочок і здоби. Асортимент продукції налічує 300 найменувань.

ТОВ «Котовський хлібозавод» – виробнича потужність 21 т/доб. Асортимент підприємства налічує 155 позицій.

ТОВ «Білгород-Дністровська паляниця» випускає 20 т/доб. Асортимент підприємства налічує 200 найменувань [12].

Фактори зниження рівня виробництва хліба в Україні за останні 10 років є наступними: зростаюча

«тінізація» ринку, зниження рівня ефективності господарської діяльності, спад купівельної спроможності населення, зростання цін на продукцію галузі, поява великої кількості приватних міні-пекарень, втрата ринків збуту та війна на сході, зниження обсягів промислового виробництва, низька якість сировини, 90 % знос основних засобів, відсутність транспортної і збутової інфраструктур, податковий тягар [12, 14].

Соціально-економічний розвиток підприємств харчової промисловості, зокрема хлібопекарських, залежить від інвестиційно-інноваційної стратегії, її ефективність визначає загальний вектор розвитку виробництва. Одним з основних напрямків інвестиційно-інноваційної діяльності, з нашої точки зору, це інвестування соціально-господарського розвитку на основі застосування інноваційних технологій та розробці нових інноваційних продуктів, що дають змогу підвищити соціально-економічну ефективність. Під інвестиційно-інноваційною взаємодією ми розуміємо місію, цілі (стратегічні, тактичні, оперативні) та завдання інноваційної діяльності, на які в пріоритетному порядку слід витратити наявні та залучити додаткові інвестиційні ресурси.

Фундаментом розвитку інвестиційно-інноваційної системи вважається правильне розуміння сутності місії підприємства, як «відкритої соціально-економічної системи», тісна взаємодія з навколишнім середовищем. Дана стратегія підприємства, спрямована на вирішення конкретних оперативних завдань, формується під впливом сукупності зовнішніх та внутрішніх факторів, що утворюють стратегічний інвестиційно-інноваційний імідж підприємства. Слід наголосити, що одним з ключових етапів формування взаємодії інвестиційної та інноваційної систем є застосування маркетингових досліджень для визначення ефективності та пріоритетності, як джерел інвестиційних ресурсів, так і напрямів інноваційної діяльності.

В останні роки в галузі багато зроблено щодо вдосконалення технології виробництва хлібобулочних і кондитерських виробів, розширенню асортиментного ряду, модернізації виробництва. Виробники розширюють асортимент за рахунок не скільки використання нових технологій, скільки застосуванням добавок (кунжут, льон, родзинки, спеції, горіхи, кокосова стружка тощо), наповнювачів [11].

У сучасних умовах основною метою підприємств хлібопечення є стабілізація фінансово-господарської діяльності за рахунок максимального використання власних ресурсів і можливостей. Тому необхідно збільшувати обсяги виробництва за такими видами продукції, які допоможуть освоїти нові ринки збуту, а також розробляти нові види продукції, яка допоможе збільшити загальну прибутковість капіталу. Основні напрями розширення асортименту хлібобулочних виробів, ми бачимо у розробці продукції для спеціального дієтичного харчування, з використанням солодових екстрактів та сухих квасив, з новими смаковими якістьями, виробництво на лініях

з прискореним тістоприготуванням, розробка заходів націлених на подовження строків реалізації та збереження свіжості хліба, впровадження нових технологій з використанням нетрадиційних видів начинок, оновлення асортименту (розробка нових) дрібно штучних здобних виробів, подовження термінів зберігання продукції [11].

Основними складовими комплексного підходу до управління виробництвом і реалізацією продукції є маркетингова, інноваційна та інвестиційна діяльність. Маркетингові дослідження охоплюють всі виробничо-збутові сфери і служать основою для прийняття управлінських рішень, тому роль їх надзвичайно висока. У зв'язку з цим, інвестиційно-інноваційну стратегію необхідно базувати саме на маркетингових дослідженнях. Нами визначено, що при формуванні інвестиційно-інноваційної стратегії на основі маркетингових досліджень повинні вирішуватися наступні інформаційно-аналітичні завдання:

1. Розробка концепції маркетингу та визначення основних методів управління інвестиційним та інноваційним потенціалом підприємства;
2. Визначення ефективних джерел залучення інвестиційних ресурсів;
3. Визначення пріоритетних напрямів інноваційної діяльності;
4. Розробка інвестиційно-інноваційної стратегії підприємства, відповідно до його виробничих, технічних та фінансових можливостей.

В умовах мінливого зовнішнього середовища, жорсткої конкуренції товаровиробників на перший план виходять проблеми негайного реагування на поточні вимоги споживачів та впровадження у виробництво нових виробів, які задовольняли б потенційним потребам споживачів. Зокрема, при стратегії підприємства на орієнтацію на споживача, для реалізації конкурентних переваг необхідно забезпечити відповідність випущеної продукції сучасним технічним характеристикам та дизайну; стандартам якості і надійності; мати конкурентоспроможну ціну; виробляти продукцію в виробничих системах, що забезпечують достатню гнучкість і мобільність тощо.

Отже, для підприємств найважливішим завданням розвитку є диверсифікація виробництва, підвищення якості та розширення номенклатури продукції, що випускається. Однак в економічній ситуації, коли пропозиція перевищує попит, підприємство повинно докладати певних зусиль, для того щоб виробляти продукцію, яка в порівнянні з іншими, могла б найкраще задовольняти попит споживача. Необхідно забезпечити можливості адекватного сприйняття виробничою системою впливу зовнішнього середовища і зміни внутрішніх умов, а також сприйняття всіх змін у виробництві, викликаних попитом і пропозицією товарів.

Механізм забезпечення конкурентних переваг, підприємства повинен не тільки будуватися на реагуванні на якісно нові зміни зовнішнього

середовища, а й попереджувати їх шляхом зміни власної поведінки. Це може бути здійснено шляхом впровадження у виробництво нових виробів, що вимагає значних витрат часу і ресурсів, яких у сучасних підприємств явно недостатньо. Тому важливою властивістю, необхідною для досягнення мети в умовах невизначеного зовнішнього середовища, є конкурентоспроможність і певна система організації та управління діяльністю, що базується на цій властивості.

Інноваційно-орієнтована діяльність підприємства передбачає не тільки підготовку виробництва, але і отримання додаткового прибутку від реалізації продукції, що не має аналогів на ринку. Причому додатковий дохід зростає, якщо підприємство прагне випустити на ринок такий товар, який задовольняє не тільки поточним, а й потенційним вимогам споживачів. Тому в умовах жорсткої конкуренції важливо випередити конкурентів і представити на ринок товар в ті терміни, які визначені в результаті маркетингового дослідження ринку, іншими словами, різноманітними засобами намагатися скорочувати тривалість циклу розробки, підготовки та освоєння нових виробів.

Одним з найважливіших принципів маркетингового підходу до управління підприємством є цільова орієнтація всіх елементів виробничої системи, а також виробничої і соціальної інфраструктури, на вирішення проблем, що виникають у потенційного споживача товарів. Найважливішими завданнями маркетингового підходу до управління виробництва товарів і послуг слід вважати:

- запобігання витрати ресурсів на виробництво продукції, яка не користується попитом;
- цільове використання всіх видів ресурсів для забезпечення повного задоволення потреб і

запитів потенційних покупців;

– формування умов для розширеного відтворення і підтримки на ринках сприятливого іміджу підприємства як надійного ділового партнера.

Не дивлячись на особливу значимість хліба в раціоні людини, сучасна нутриціологічна характеристика хлібобулочних виробів вказує на цілу низку невирішених проблем формування їх якості, актуальних для хлібопечення. Це незбалансований хімічний склад, низький вміст незамінних компонентів; високі енергетична цінність та глікемічний індекс масових видів продукції; вміст фітину, інших антипоживних речовин, підвищення застосування дріжджів, впровадженням прискорених технологій зумовлюють проблеми засвоюваності основних поживних і біологічно активних речовин тощо. Крім того хлібобулочні вироби є суттєвим джерелом NaCl і цукру в раціоні людини [13].

Таким чином, перспективними і актуальними напрямками досліджень є розробка інноваційних технологій з покращенням хімічним складом, збагачених дефіцитними нутрієнтами, зі скоректованими глікемічним індексом та вмістом солі, більш безпечних за рахунок зниження вмісту поліпшувачів, мікотоксинів, з антиоксидантними, протекторними, імуномодельючими властивостями [14]. Надалі, необхідно довести економічну доцільність впровадження у виробництво нових хлібобулочних виробів, для цього було здійснено аналіз фінансового стану підприємств, які досліджуються. Для здійснення аналізу фінансового стану було обрано фінансову звітність двох підприємств хлібопекарської галузі різних областей України: ПАТ «Запорізький хлібо завод №3» Київської обл., ПАТ «Ізяславський хлібо завод» Хмельницької обл. Основні показники їх діяльності наведено у табл. 1.

Таблиця 1

## Показники фінансового стану підприємств хлібопекарської галузі України\*

Показники	ПАТ «Запорізький хлібо завод №3»					ПАТ «Ізяславський хлібо завод»				
	2014	2015	2016	2017	2018	2014	2015	2016	2017	2018
	<b>Показники майнового стану</b>									
Робочий капітал, млн. грн.	20,1	17,7	15,8	31,8	43,4	7,4	8,9	10,1	10,7	12,2
Коефіцієнт зносі, %	46	53	59	65	65	60	60	67	67	57
	<b>Показники ліквідності</b>									
Загальний показник ліквідності	1,0	1,05	0,90	0,82	0,63	0,32	0,289	0,30	0,29	0,29
Коефіцієнт покриття	1,9	1,7	1,4	2,5	1,9	7,2	9,2	10,8	12,6	10,0
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,7	0,8	0,1	0,7	0,2	1,5	3,2	3,8	3,4	3,4
Інтегральний показник платоспроможності	5,6	6,2	2,3	7,1	3,3	15,4	26,9	32,7	31,9	28,5
	<b>Показники фінансової стійкості</b>									
Тип фінансової стійкості	нормальна			абсолютна			абсолютна			
Коефіцієнт автономії	0,5	0,4	0,6	0,6	0,7	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9
Коефіцієнт фінансової залежності	2,2	2,4	1,8	1,7	1,4	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1

Продовження табл.1

Показники	ПАТ «Запорізький хлібозавод №3»					ПАТ «Ізяславський хлібозавод»				
	2014	2015	2016	2017	2018	2014	2015	2016	2017	2018
	Показники рентабельності підприємств									
Рентабельність продукції, %	32,1	15,8	26,5	33,6	39,5	43,9	49,0	54,8	53,8	58,6
Рентабельність підприємства, %	2,1	-5,5	6,5	13,2	2,9	23,8	25,0	17,7	17,1	27,7

\* розраховано автором на основі даних підприємств

З наведеної таблиці 1 можна зробити висновок, що підприємства були кредитоспроможним, незважаючи на незадовільні значення ряду показників. Головною їх перевагою є наявність грошових коштів і прибутковість діяльності.

Для реалізації проекту інноваційного проекту підприємствам необхідно закупити нову, додаткову технологічну лінію, вартістю 1578 тис. грн. На основі аналізу, виявлено, що у підприємств є достатня кількість власних коштів, для придбання нової лінії. З нашої точки зору, реалізація запропонованої інвестиційно-інноваційної стратегії, сприятиме підвищенню ефективності господарської діяльності підприємств, що характеризується показниками ефективності виробничої (операційної), фінансової та інвестиційної діяльності. Реалізація даної стратегії призведе до поліпшення фінансового стану підприємств.

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** Таким чином, впровадження запропонованої інвестиційно-інноваційної стратегії, на хлібопекарських підприємствах, допоможе підвищити ефективність господарської діяльності підприємств. В результаті проведеного розрахунку ефективності за всіма видами діяльності (операційної, інвестиційної, фінансової) отримано

такі результати: виручка від реалізації ↑ на 2476,3 тис. грн.; прибуток від реалізації ↑ на 412,7 тис. грн.; рентабельність реалізованої продукції ↑ на 0,2 %; вартість основних виробничих фондів ↑ на 1578 тис. грн.; рентабельність виробничих фондів ↑ на 0,4 %; рентабельність власного капіталу ↑ на 0,8 %, чистий прибуток ↑ на 188,1 тис. грн.; чистий дохід ↑ на 347,1 тис. грн.

В результаті реалізації запропонованої стратегії спостерігається два ефекту: перший, це соціальний, так як з появою нових хлібобулочних виробів люди зможуть підтримувати своє здоров'я, другий, економічний, так як хлібопекарські підприємства зможуть поліпшити показники своєї господарської діяльності. Для підвищення ефективності діяльності хлібопекарських підприємств пропонується наступне:

1. Використовувати на хлібопекарських підприємствах модель управління інвестиційно-інноваційними процесами, яка об'єднує три складові: маркетинг, інвестиції, інновації, необхідні підприємствам для подальшого успішного розвитку своєї діяльності.

2. Розробляти і впроваджувати у виробництво нові види хлібобулочних виробів, особливо лікувально-профілактичного призначення.

## Література

1. Нетяжук М.В. Економічний механізм регулювання розвитку хлібопекарної промисловості: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.07.01: захист 17.12.2005 / наук. кер. Якубовський М. М. Київ: НДЕІ, 2005. 20 с.
2. Опря О.А. Розвиток ринку хлібобулочних виробів: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.07.02: захист 27.02.2006 / наук. кер. Худолій Л. М. Київ: ННЦ «Інститут аграрної економіки», 2006. 20 с.
3. Credit-rating: [Веб-сайт]. Київ, 2019. URL: <http://www.credit-rating.ua> (дата звернення: 26.06.2019).
4. Навольская Н.В. Исследование рынка хлеба и хлебобулочных изделий Украины // maxrise-consulting.com. Харків, 2019. URL: <https://maxrise-consulting.com/analiz-rynka-hleba/> (дата звернення: 27.06.2019).
5. Статистичний щорічник України за 2017 рік / за ред. Вернер І. Є. Київ: МПС, 2018. 541 с.
6. Аграрне інформаційне агентство: [Веб-сайт]. Одеса, 2019. URL: <http://agravery.com> (дата звернення: 29.06.2019).
7. Офіційний сайт організації ПАТ «КиївХліб»: [Веб-сайт]. Київ, 2019. URL: <http://kyivhlib.com.ua> (дата звернення: 29.06.2019).
8. Офіційний сайт Київського обласного хлібопекарського комплексу (ТМ «Кулиничі»): [Веб-сайт]. Київ, 2019. URL: <http://www.kulinichi.com/ua> (дата звернення: 29.06.2019).
9. Навольська Н.В. Дослідження ринку хліба і хлібобулочних виробів в Україні // Глобальні та національні проблеми економіки. 2016. Т. 1, вип. 11. С. 438-441.
10. Бергер В.В. Дослідження ринку хлібопекарної та кондитерської галузей України // Вісник соціально-економічних досліджень / НАН України. Київ, 2017. Т. 1, вип. 1. С. 64-70.
11. Соколова Н.Ю., Котузаки О.М., Пожиткова Л.Г. Аналіз проблем хлібопекарської галузі, стан ринку та актуальні шляхи розширення асортименту // Зернові продукти і комбікорми. 2018. Т. 3, вип. 18. С. 51-55. doi: 10.15673/gpmf.v18i3.1074

12. Офіційний веб-сайт Державного комітету статистики України: [Веб-сайт]. Київ, 2019. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 25.06.2019).

13. Іоргачова К. Г., Лебеденко Т. Є. Хлібобулочні вироби оздоровчого призначення з використанням фіто добавок. К.: Прес, 2015. 464 с.

14. Лебеденко Т. Є., Соколова Н. Ю., Кожевникова В. О. Современные представления о пищевой ценности хлебобулочных изделий. Основные направления для их коррекции // Зернові продукти і комбікорми. 2015. Т. 2, вип. 58. С. 19-25.

15. Нікішина О.В., Бібікова Н.О. Інтеграційні механізми розвитку українського ринку хліба та хлібобулочних виробів // Економіка харчової промисловості. 2018. Т. 1, вип. 10. С. 25-34. doi: 10.15673/fe.v10i1.862

Стаття надійшла 2.07.2019

Стаття прийнята до друку 16.07.2019

Доступно в мережі Internet 16.10.2019

**Дурбалова Н.И.**

аспірант

кафедра менеджмента и логистики

Одесская национальная академия пищевых технологий

ул. Канатная, 112, г. Одесса, Украина, 65039

E-mail: [durbalova.nataly@ukr.net](mailto:durbalova.nataly@ukr.net)

ORCID: 000-0002-0739-1265

## ИННОВАЦИОННО-ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ВЕКТОР РАЗВИТИЯ ХЛЕБОПЕКАРСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Хлебопекарная отрасль Украины имеет стратегическое значение для населения, обеспечивает продовольственную безопасность страны. Однако, при всей своей значимости, в последние годы в отрасли происходят негативные процессы, влияющие на технико-экономические показатели деятельности, качество сырья и изделий. В условиях жесткой внутренней и внешней конкуренции инвестиции и инновации играют важную роль в стратегическом развитии предприятия.

Целью данной статьи является выбор вектора развития указанных предприятий на основе инвестиционно-инновационных процессов, проанализировать проблемы хлебопекарной отрасли, предложить инновационные подходы по разработке новых видов продукции. Фундаментом применения инвестиционно-инновационных процессов являются личные потребности, возможности производства и спрос отдельных групп потребителей.

Философские проблемы взаимодействия инвестиционных и инновационных процессов заключаются в предвидении наступления условий для кардинальных изменений производственного потенциала предприятия. Инновационные идеи, продукты, технологии и управленческие решения определяют успех субъектов предпринимательской деятельности, обеспечивают финансовую стабильность. Проблема выбора стратегии развития предприятия остро стоит в агропромышленном комплексе, в частности, на предприятиях хлебопекарной отрасли.

Совместное применение инвестиционно-инновационных технологий позволяет предприятиям разрабатывать новые виды продукции улучшенного качества, на основе регулирования биотехнологических процессов производства, и как следствие способствует расширению ассортимента. Разработка новых подходов по улучшению качества хлебобулочных изделий позволит перевести изделия в плоскость «здорового» назначения.

**Ключевые слова:** инновации, инвестиции, стратегия, хлеб и хлебобулочные изделия, рынок, конкуренция.

**Durbalova N.**

Postgraduate student

Department of Management and Logistics

Odessa National Academy of Food Technologies

Kanatna str., 112 Odesa, Ukraine, 65039

E-mail: [durbalova.nataly@ukr.net](mailto:durbalova.nataly@ukr.net)

ORCID: 000-0002-0739-1265

## INNOVATIVE AND INVESTMENT VECTOR OF BAKERIES DEVELOPMENT

The baking industry of Ukraine is of strategic importance to the population, it provides food security to the country. However, with all its significance, in recent years in the industry there are negative processes

that affect the technical and economic performance, quality of raw materials and products. In the context of severe internal and external competition, investments and innovations play an important role in strategic development of the enterprise.

The purpose of this article is to justify the vector of development of the above-mentioned enterprises on the basis of investment-innovation processes, to analyze the problems of the bakery industry, to offer innovative approaches on the development of new products. The basis for applying of investment and innovation processes is personal needs, production opportunities and demand of individual consumer groups.

Philosophical problems of the interaction of investment and innovation processes are found in anticipation of the onset of conditions for radical changes in the enterprise's production potential. Innovative ideas, products, technologies and management decisions determine the success of business entities, provide financial stability. The problem of choosing a business development strategy is acute in the agro-industrial complex, in particular, in the baking industry.

The cooperative application of investment and innovation technologies allows enterprises to develop new types of products of improved quality, based on the regulation of biotechnological processes of production, and as a result contributes to the expansion of the range. The development of new approaches to improve the quality of bakery products will allow the products to be converted into a "healthy" destination.

**Key words:** innovation, investment, strategy, bread and bakery products, market, competition.

### References

1. Netiazhuk, M. V. (2005). *Ekonomichnyi mekhanizm rehuliuвання розвитку khlibopekarnoi promyslovosti*. (PhD dissertation). [Abstract]. 1-20. (UMI No. kand. ekon. nauk: 08.07.01).
2. Opria, O.A. (2006). *Rozvytok rynku khlibobulochnykh vyrobiv*. (PhD dissertation). [Abstract]. 1-20. (UMI No. kand. ekon. nauk: 08.07.02).
3. Sredit-rating. (2019). Retrieved June 26, 2019, from <http://www.credit-rating.ua>.
4. Navolskaia, N. V. (2016). *Issledovanie rynku khleba i khlebobulochnykh izdelii Ukrainy*. Retrieved June 27, 2019, from <https://maxrise-consulting.com/analiz-rynka-hleba/>.
5. Verner, I. Ye. (Ed.). (2018). *Statystychnyi shchorichnyk Ukrainy za 2017 rik*. Kyiv: MPS.
6. Ahrarne informatsiine ahentstvo. (2019). Retrieved June 29, 2019, from <http://agravery.com>.
7. Ofitsiyni sait orhanizatsii PAT «KyivKhib». (2019). Retrieved June 29, 2019, from <http://kyivhlib.com.ua>.
8. Ofitsiyni sait Kyivskoho oblasnoho khlibopekarskoho kompleksu (TM «Kulynychny»). (2019). Retrieved June 29, 2019, from <http://www.kulinichi.com/ua>.
9. Navolska, N. V. (2016). *Doslidzhennia rynku khliba i khlibobulochnykh vyrobiv v Ukraini. Hlobalni Ta Natsionalni Problemy Ekonomiky, 1(11), 438–441.*
10. Berher, V. V. (2017). *Doslidzhennia rynku khlibopekarnoi ta kondyterskoi haluzei Ukrainy. Visnyk Sotsialno-Ekonomichnykh Doslidzhen, 1(1), 64–70.*
11. Sokolova, N. Yu., Kotuzaky, O. M., & Pozhytkova, L. H. (2018). *Analiz problem khlibopekarskoi haluzi, stan rynku ta aktualni shliakhy rozshyrennia asortymentu. Zernovi Produkty i Kombikormy, 3(18), 51–55.* doi: 10.15673/gpmf.v18i3.1074
12. Ofitsiyni veb-sait Derzhavnogo komitetu statystyky Ukrainy. (2019). Retrieved June 25, 2019, from <http://www.ukrstat.gov.ua>.
13. Iorhachova, K. H., & Lebedenko, T. Ye. (2015). *Khlibobulochni vyrobny ozdorovchoho pryznachennia z vykorystanniam fito dobavok*. Kyiv: Pres.
14. Lebedenko, T. Ye., Sokolova, N. Yu., & Kozhevnykova, V. O. (2015). *Sovremennye predstavleniia o pishchevoi tsennosti khlebobulochnykh izdelii. Osnovnye napravleniia dlia ikh korrektsii. Zernovi Produkty i Kombikormy, 2(58), 19–25.*
15. Nikishyna, O. V., & Bibikova, N. O. (2018). *Intehratsiini mekhanizmy rozvytku ukrainskoho rynku khliba ta khlibobulochnykh vyrobiv. Ekonomika Kharchovoi Promyslovosti, 1(10), 25–34.* doi: 10.15673/fie.v10i1.862

Received 2 July 2019

Approved 16 July 2019

Available in Internet 16.10.2019

Цитування згідно ДСТУ 8302:2015

Дурбалова Н.І. Інноваційно-інвестиційний вектор розвитку хлібопекарських підприємств // Економіка харчової промисловості. 2019. Т.11, вип. 3. С. 66-72. doi: 10.15673/fie.v11i3.1463

Cite as APA style citation

Durbalova, N. (2019). Innovative and investment vector of bakeries development. *Food Industry Economics, 11(3), 66-72.* doi: 10.15673/fie.v11i3.1463