

УДК 664.6 (476)

**ХАТХЕ П. В.**, студент

Научный руководитель: **ВАСИЛЬЕВ В. В.**, канд. эк. наук, доцент  
УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»

г. Горки, Республика Беларусь

## **СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ХЛЕБОПЕКАРНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

Хлебопекарная промышленность – одна из ведущих и наиболее развитых отраслей пищевой индустрии нашей республики. За последние десять лет хлебопекарная промышленность мало изменилась. Несмотря на это, в Республике Беларусь производство хлеба и хлебобулочных изделий уменьшается с каждым годом. Это уменьшение незначительно и составляет 2,8% в среднем за каждый год, начиная с 2005 г. по 2010 г. Вызвано оно снижением спроса: многие потребители покупают всего лишь полбуханки хлеба.

Хлебопекарным предприятиям придется сделать выбор в пользу более дешевого хлебопекарного и кондитерского оборудования, в том числе восстановленного.

В настоящее время большинство промышленных предприятий Беларуси нуждаются в современном и эффективном технологическом оборудовании, во внедрении современных технологий, новых подходах в деятельности маркетинговых служб. Не является исключением и департамент по хлебопродуктам Минсельхозпрода Республики Беларусь, который производит порядка 56,8% хлебобулочной продукции от общего объема, производимого в стране.

На рынке кондитерской продукции наблюдается жесткая конкуренция со стороны российских и других зарубежных производителей, которым отечественные предприятия зачастую проигрывают по ценовым, качественным параметрам, а также по вопросам упаковки, расфасовки и срокам реализации продукции. При рентабельности производства хлебобулочных изделий порядка 40% российская продукция в розницу продается дешевле, чем белорусская. В Могилевской и Гомельской областях стали появляться первые российские хлебобулочные продукты.

Серьезные просчеты наших производителей имеются и в сфере маркетинговых исследований рынка, а также рекламного представления продуктов питания.

Подытоживая вышесказанное, можно сделать вывод: конкуренция на белорусском хлебном рынке в 2011 году еще усилится. Выиграет тот, кто сможет оптимизировать работу всех служб предприятия в изменившихся рыночных условиях, продвинет маркетинг своей продукции, снизит производственные затраты и сможет удержать продаваемую цену на свою продукцию.