

## PROBLEM OF EFFICIENCY BREAD AND BAKERY PRODUCTS

**T. Mostenska**

*National University of Food Technologies*

**M. Sychevskyi**

*Institute of Food Resources NAAS of Ukraine*

**T.G. Mostenska**

*National University of Food Technologies*

---

**Key words:**

*Bread and bakery products*  
*Efficiency*  
*Bread market*

**Article history:**

Received 17.02.2014

Received in revised form  
26.02.2014

Accepted 10.03.2014

**Corresponding author:**

T. Mostenska

**Email:**

np.nuht@ukr.net

---

**ABSTRACT**

Article considers the problems of efficiency of functioning baking industry. Dynamics of the market capacity of bread was characterized. The main factors reducing the efficiency of production and sale of bread and bakery products was described. Based interventions to improve it. The dynamics of changes in wholesale prices for bread and bakery products and the reasons of the formation of a high level of costs in production and sales was consider. Power retailers identified as one of the factors in the formation of high-level costs. Trading networks determine pricing, policies receivables management industry. They play the role of active players in the bread market.

## ПРОБЛЕМИ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЦТВА ХЛІБА І ХЛІБОБУЛОЧНИХ ВИРОБІВ

**Т.Л. Мостенська**

*Національний університет харчових технологій*

**М.П. Сичевський**

*Інститут продовольчих ресурсів НААН України*

**Т.Г. Мостенська**

*Національний університет харчових технологій*

У статті розглянуто проблеми ефективності функціонування підприємств хлібопекарської промисловості. Охарактеризовано динаміку зміни ємності ринку хлібу. Визначено основні чинники зниження ефективності виробництва та реалізації хліба і хлібобулочних виробів й обґрунтовано заходи щодо її підвищення. Досліджено динаміку зміни оптових цін на хліб і хлібобулочні вироби та визначено причини формування високого рівня витрат. Одним із чинників формування високого рівня витрат визначено владу ритейлерів. Торгові мережі визначають цінову політику, політику управління дебіторською заборгованістю промислових підприємств, відіграють роль активних гравців на ринку хліба.

**Ключові слова:** хліб і хлібобулочні вироби, ефективність, ринок хліба.

Ринок хліба і хлібобулочних виробів, за офіційною статистикою, щорічно скорочується, а промислове виробництво хліба в Україні у 2013 р., порівняно з показниками 1990 р., скоротилось майже у 4,4 раза — з 6,7 до 1,51 млн. тонн. Порівняно з показниками 2012 р. (1679 тис. тонн) виробництво хліба та хлібобулочних виробів за 2013 р. скоротилось на 7,6 %.

В останні роки виробничі потужності хлібопекарських підприємств використовуються переважно на 30—35 %. Хлібопекарська промисловість має потужності, які можуть забезпечити добове споживання хліба й хлібобулочних виробів середньостатистичним українцем на рівні 400 г, що значно вище за раціональні норми споживання. При цьому з року в рік кількість збиткових підприємств у хлібопекарській галузі зростає.

Аналізуючи ефективність виробництва хліба в Україні, варто зазначити, що на рівень ефективності цього виду діяльності впливає декілька чинників. Найбільш вагомими із них є стан конкуренції на ринку хліба, монополізація ринку хліба шляхом створення вертикально-інтегрованих структур, ступінь регульованості ринку, методи ціноутворення, що використовуються підприємствами, рівень витрат на виробництво, який формується під впливом вартості сировини і матеріалів, масштабів і технології виробництва, влада рітейлерів тощо.

Хлібопекарська галузь характеризується високим рівнем конкурентної боротьби. В галузі сьогодні працює майже 400 великих підприємств, приблизно 500 підприємств середнього розміру та більше 1000 міні-пекарень.

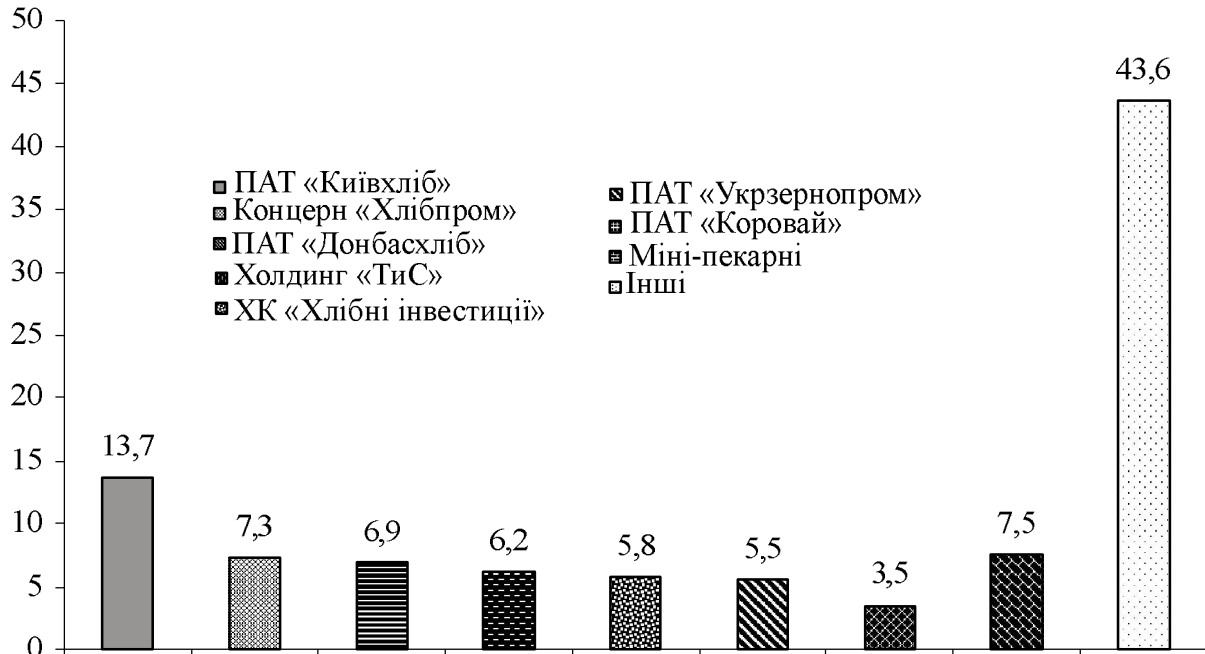
Характеризуючи ринок хліба та хлібобулочних виробів, слід зазначити, що 72 % хліба і хлібобулочних виробів виготовляють промислові хлібозаводи, розташовані у містах і районних центрах; 6 % хліба виготовляють підприємства колишньої системи Укркоопсоюзу. Ці підприємства мають невелику потужність і обслуговують сільське населення; 1,5 % хліба припадає на частку підприємств Укрпродсоюзу; 20 % хліба і хлібобулочних виробів випікають невеликі приватні пекарні. На ринку хліба та хлібобулочних виробів спостерігається високий рівень консолідації. Так, наприклад, ПАТ «Донбассхлеб» і ПАТ «Коровай» займають 78 % та 80 % ринку Донецької та Луганської областей відповідно. Загальноукраїнський ринок хліба у 2011 р. був розподілений таким чином (рис. 1).

За підсумками 2012 р., частка концерну Lauffer на ринку складала 20 %, ПАТ «Київхліб» займав близько 14 %, по 7—8 % — у ПАТ «Кулиничі», ХК «Хлібні інвестиції» і «Формула смаку», близько 5 % ринку контролює концерн «Хлібпром» [2].

При згортанні частини ринку окремими компаніями концерн Lauffer у 2013 р. виробив 300,7 тис. тонн хліба та хлібобулочних виробів, збільшивши свою частку ринку. Додатковим чинником, що посилює конкуренцію серед виробників хліба та хлібобулочних виробів, є імпорт напівфабрикатів і замороженого хліба. За експертними оцінками, протягом 5 років цей напрямок розвитку галузі може охопити 25 % ринку [1].

В Україні, яка задекларувала необхідність регулювання ринку соціальних сортів хліба, тривалий час не було визначено критерії такого регулювання, тому застосовувались різні заходи: від встановлення фіксованих цін до визначення обмежень у торгових націнках та рівні рентабельності. Такий підхід не міг

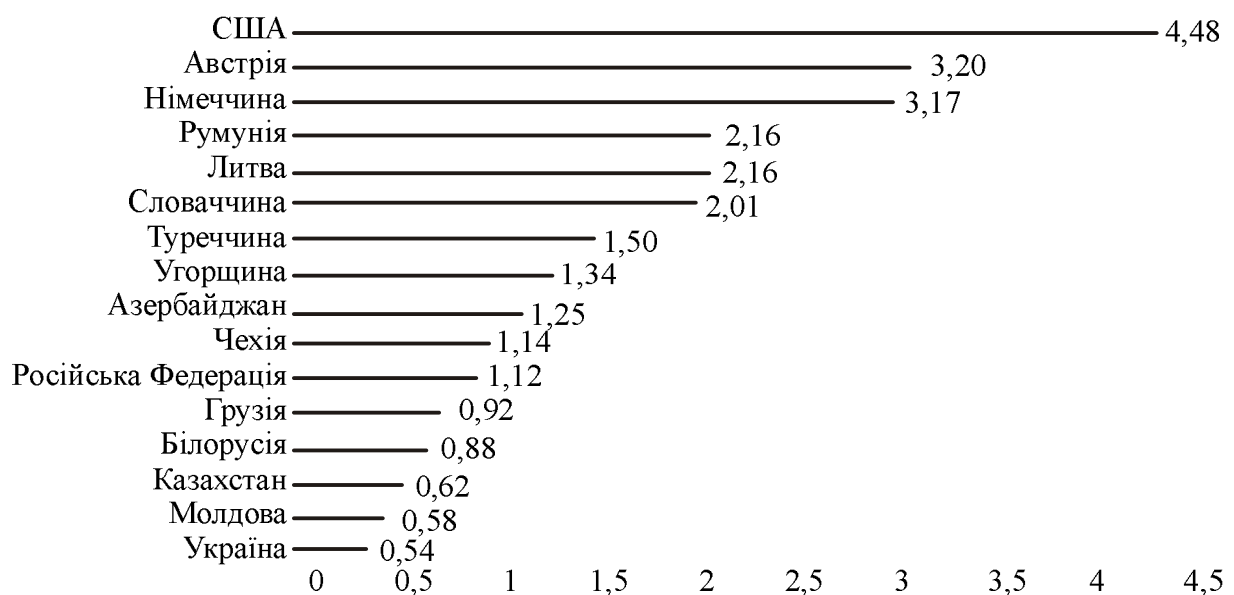
забезпечити ефективне функціонування хлібопекарських підприємств і викликав фінансові проблеми, які накопичувались протягом тривалого періоду часу, що не забезпечувало необхідних темпів навіть простого відтворення, гальмувало процес інноваційного розвитку підприємств галузі, а фінансові результати не покривали витрат на виробництво продукції.



**Рис.1. Розподіл ринку хліба і хлібобулочних виробів [1]**

Статистичні дані результатів діяльності підприємств хлібопекарської промисловості свідчать про низький рівень їх ефективності. За офіційними статистичними даними 46 % хлібопекарських підприємств збиткові [3].

З огляду на те, що український ринок хліба в останні роки був найбільш регульованим, ціни на хліб в Україні залишались найнижчими в Європі. Так, 1 кг пшеничного хліба в Україні коштував 0,54 дол. США, що майже вдвічі дешевше, ніж у Росії, та більш ніж у 7 разів дешевше, ніж у США (рис. 2).

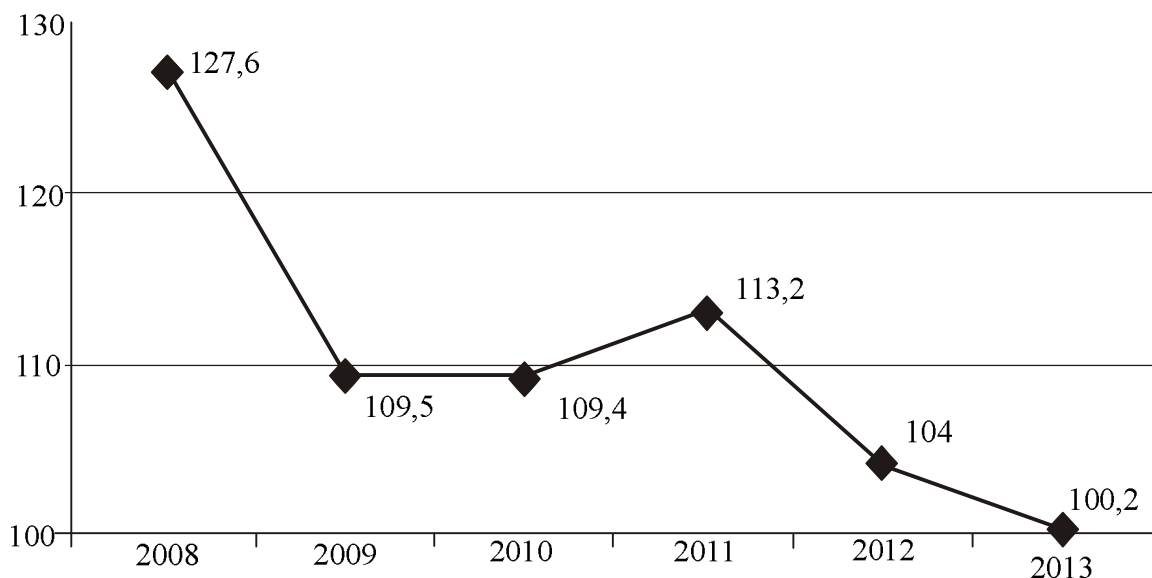


**Рис. 2. Рівень споживчих (роздрібних) цін на хліб пшеничний в окремих країнах світу на 30.01.2013, дол. США за 1 кг [4]**

Основним методом ціноутворення в хлібопекарській галузі є метод формування ціни «витрати плюс норма рентабельності», крім періодів встановлення фіксованих цін органами державної влади. Однак, враховуючи те, що ринок хліба все більшою мірою залежить від малих підприємств, формування конкурентних цін на ринку хліба ускладнюється.

Легальним великим виробникам хлібобулочних виробів нереально боротися з тими, хто не сплачує податки, а зарплату видає в конвертах. Такі виробники можуть собі дозволити демпінгувати і відбирати таким чином частку ринку [5].

Стрибок цін на хлібобулочні вироби у 2008 р. на 27,6% змінився уповільненням темпів приросту оптово-відпускних цін до 9,5—9,4% річних у 2009—2010 рр., а після чергового піку у 2011 р. темпи приросту ціни склали 13,2%. Індекси цін виробників при виробництві хліба та хлібобулочних виробів (до грудня попереднього року) демонструють тенденцію до падіння у 2012 та 2013 роках (рис. 3).



**Рис. 3. Індекси цін виробників при виробництві хліба і хлібобулочних виробів (до грудня попереднього року), % [6]**

При цьому деякі дослідники зазначають, що індекс споживчих цін на ринку хліба формують міні-пекарні та малі підприємства, продукція яких не підлягає державному регулюванню і знаходиться у більш високому ціновому сегменті, оскільки сьогодні лише одна з трьох буханок хліба, який продається у торговельній мережі, виробляється промисловими підприємствами [3].

Формування рівня витрат при виробництві хліба визначається вартістю сировини, матеріалів, енергоносіїв. Багатократне зростання їх вартості не компенсується адекватним зростанням ціни на хліб.

Так, за даними виконавчого апарату об'єднання «Укрхлібпром», упродовж 2011—2012 рр. майже на 60% подорожчали енергоносії, у 2012 р. на 12,9% збільшено рівень мінімальної заробітної плати, відбулось зростання транспортних витрат, що пов'язано зі зростанням вартості палива. АПК-інформ надало інформацію про те, що ціни на пшеничне борошно на

внутрішньому ринку, в результаті зростання цін на пшеницю на 21—24 %, вирости до 18 % і становили на кінець року на борошно пшеничне вищого гатунку (залежно від регіону), в межах 3080—3380 грн. за тону. І хоча Аграрним фондом встановлені фіксовані ціни на борошно на рівні для вищого гатунку 2896 грн./т; першого гатунку 2711 грн./т; другого гатунку 2381 грн./т та житнього 2279 грн./т., для утримання бажаного для держави рівня цін Аграрному фонду необхідно було б для задоволення потреби хлібозаводів у борошні щомісячно виводити на ринок борошна до 100 тис. тонн інтервенційних запасів. Натомість за весь 2012 р. Аграрним фондом було реалізовано лише 36,7 тис. тонн [4].

При цьому доступ до цього борошна для підприємств галузі був вибірковим, як правило, за партійною ознакою власників хлібопекарських підприємств. Крім того, намагання підприємствами утримати низькі витрати стало причиною того, що заробітна плата в галузі значно відстає від рівня заробітної плати в цілому по Україні, а плинність кадрів досягає 30 % [3].

Зменшенню витрат сприяє відмова від посередників при придбанні сировини і матеріалів. Намагання підвищити рентабельність виробництва хліба та хлібобулочних виробів стало причиною посилення тенденцій до побудови вертикально інтегрованих холдингів, які, як правило, мають свої посівні площі, елеватори, переробні підприємства, хлібозаводи і навіть збутову структуру. Такий замкнутий цикл виробництва підвищує рентабельність і знижує накладні витрати [4].

Одним із напрямів зниження витрат розглядається збільшення масштабів виробництва. Ефективність виробництва хліба в усіх країнах світу достатньо висока, причому це не залежить від розмірів підприємств, що займаються виробництвом хліба. Так, у різних країнах світу склались свої традиції виробництва хліба. В окремих країнах переважає виробництво хліба малими підприємствами. До них можна віднести Туреччину та Грецію, де частка малих підприємств складає до 96,5 % виробленого хліба, Італію — з обсягами виробництва хліба малими підприємствами 85 %, Францію — 65 %, Іспанію — 60 %.

Проте є країни з переважанням промислового виробництва хліба — Австрія, Німеччина, Велика Британія, Нідерланди, Бельгія, де 60—85 % хліба випікається на великих промислових підприємствах. До того ж у цих країнах спостерігається тенденція до зростання частки хліба, що виробляється великими промисловими підприємствами [8].

При виробництві хліба в Україні тривалий час використовувались класичні технології. Проте останнім часом все більше підприємств хлібопекарської промисловості свою діяльність спрямовують на скорочення циклу виробництва та збільшення термінів придатності готової продукції, що вимагає використання різноманітних добавок.

Використання добавок також викликано погіршенням якості борошна, що надходить на хлібопекарські підприємства. Так, за даними об'єднання «Укрхлібпром», сьогодні у виробництві борошна майже не використовується пшениця вищого гатунку. Стандарти дозволяють використовувати борошно з третьо-сортного зерна з підсортівкою 4-го і 5-го сорту. Теперішні ДСТУ знизили норми

до вмісту клейковини в борошні. Отримати хліб високої якості з борошна, де мало клейковини, неможливо [9]. Використання добавок в цьому разі дозволяє підвищити хлібопекарські властивості борошна й одержати хліб кращої якості.

На сьогодні асортимент хлібобулочних виробів в Україні налічує майже 1000 найменувань. У той же час підвищення ефективності виробництва хліба лежить у площині диверсифікації виробництва. Так, у Європі існує три основних напрями, за якими розвивається пекарська справа:

- біовиробництво — виготовлення натуральних продуктів із використанням природних інгредієнтів;
- повернення до національних хлібних традицій;
- удосконалення сучасних рецептур з використанням різноманітних натуральних наповнювачів [9].

Такі ж тенденції характерні і для вітчизняної хлібопекарської галузі. В умовах глобалізації і високого рівня конкуренції диверсифікація виробництва сприятиме зростанню обсягів реалізації готової продукції через збільшення присутності у різноманітних ринкових сегментах.

Хлібопекарська галузь, зважаючи на короткі терміни реалізації продукції, суттєво залежить від взаємовідносин, побудованих з каналами розподілу, а ефективність діяльності хлібопекарських підприємств забезпечується можливістю безперервної реалізації виробленої продукції. Концентрація на ринку роздрібної торгівлі стала причиною того, що саме торговельні мережі диктують обсяги й умови постачання хлібу. Поступово влада торговельних мереж посилюється.

В Україні ситуація з владою торговельних мереж схожа на ту, яка існує в більшості країн світу. Харчова промисловість, як і аграрно-промисловий комплекс у цілому, не може бути ареною гладіаторських боїв, оскільки вони — система життєзабезпечення. Проте сьогодні в цій системі життєзабезпечення рішення про те, якому підприємству працювати, а якому закритися приймають менеджери торговельних мереж [10]. Саме торговельні мережі диктують підприємствам політику ціноутворення, політику управління дебіторською заборгованістю, умови й терміни постачання продукції. Це стало причиною погіршення фінансового стану підприємств галузі та зростання потреби хлібопекарських підприємств у додатковому зовнішньому фінансуванні.

Часткове вирішення проблеми зменшення залежності від торговельних мереж можливе через організацію внутрішньої фірмової торгівлі й розширення кола приватних підприємців, які займаються реалізацією хліба та хлібобулочних виробів.

### **Висновки**

Підвищення ефективності виробництва хліба та хлібобулочних виробів можливе як за рахунок покращення взаємодії із зовнішнім середовищем, так і завдяки забезпеченню використання внутрішнього потенціалу підприємства. Встановлення економічно обґрунтованих цін на соціальні сорти хліба, рівний доступ до інтервенційних запасів борошна Аграрного фонду, впровадження у виробництво нових хлібобулочних виробів для різних цінових сегментів, розроблення та впровадження стратегії нішерів для забезпечення потреб

різних ринкових сегментів, розвиток перспективних напрямів, таких як виробництво замороженого хліба та напівфабрикатів, вивід із тіньового обігу хліба й хлібобулочних виробів тощо. Запровадження цих змін сприятиме підвищенню рівня рентабельності як за рахунок переорієнтації на вищі цінові сегменти, так і за рахунок забезпечення дотримання ринкових законів.

### **Література**

1. Колесник М. Рынок хлеба в Украине: тенденции и перспективы. — М. Колесник // Хлебный бизнес. — №1. — 2011.
2. Електронний ресурс. Режим доступу: <http://business—tv.com.ua>
3. Васильченко А. Хлебопеки концентрируются, власти отмалчиваются / А. Васильченко // Хлебный бизнес. — 2013. — №1.
4. Інформація про підсумки роботи підприємств хлібопекарської галузі, виконавчого апарату об'єднання «Укрхлібпром» та ЦВТЛ у 2012 році. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://ukrhlbprom.org.ua>
5. Некоторые особенности функционирования рынка хлеба в Украине // Хранение и переработка зерна. — 2013. — №3. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://ukrhlbprom.org.ua>
6. В Україні виросло нелегальне виробництво хліба. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.theinsider.com.ua>
7. Индексы цен производителей за 2013 рік. Статистичний збірник. Державна служба статистики України, 2014. — 221 с.
8. Електронний ресурс. Режим доступу: <http://www.proagro.com.ua>
9. Кушніренко Н. Який хліб ми їмо? / Н. Кушніренко. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.gk—press.if.ua>
10. Иванова А. Кто определяет, что нам есть / А. Иванова // Аргументы Недели. — 2012. — № 3 (295).

## **ПРОБЛЕМЫ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА ХЛЕБА И ХЛЕБОБУЛОЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ**

**Т.Л. Мостенская**

*Национальный университет пищевых технологий*

**М.П. Сычевский**

*Институт продовольственных ресурсов НААН Украины*

**Т.Г. Мостенская**

*Национальный университет пищевых технологий*

*В статье рассмотрены проблемы эффективности функционирования предприятий хлебопекарной промышленности. Охарактеризована динамика изменения емкости рынка хлеба. Определены основные факторы снижения эффективности производства и реализации хлеба и хлебобулочных изделий, обоснованы мероприятия по ее повышению. Исследована динамика изменения оптовых цен на хлеб и хлебобулочные изделия и определены причины формирования высокого уровня затрат при производстве и реализации продукции. Одним из факторов формирования высокого уровня расходов определена власть*

*ритейлеров. Торговые сети определяют ценовую политику, политику управления дебиторской задолженностью промышленных предприятий, играют активную роль активных игроков на рынке хлеба.*

**Ключевые слова:** *хлеб и хлебобулочные изделия, эффективность, рынок хлеба.*