

реформ. На державному рівні інноваційна політика має стимулювати розвиток інноваційного потенціалу промислових підприємств та підтримувати впровадження інновацій, що забезпечить розвиток економіки країни в цілому.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Антонюк Л.Л. Інновації: теорія, механізм розробки та комерціалізації: моногр. / Л.Л. Антонюк, А.М. Поручник, В.С. Савчук. – К.: КНЕУ, 2003. – 399 с.
2. Буркинський Б.В. Інноваційна стратегія у соціально-економічному розвитку регіону: наук. вид. / Б.В. Буркинський. – О.: ІПРЕЕД НАН України. – 2007. – 140 с.
3. Давідов М.В. Шляхи організаційнофінансового забезпечення інноваційного процесу на підприємствах України / М.В. Давідов // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – № 4(82). – С. 130–134.
4. Захарченко В.І. Інноваційний менеджмент: теорія і практика в умовах трансформації економіки: навч. посіб. / В.І. Захарченко. – К.: Центр учбової літератури. – 2012. – 448 с.
5. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

УДК 664.66:658.821(477)

**Коваленко Л.А.**  
викладач кафедри фінансів  
Одеського національного економічного університету

### КОНКУРЕНЦІЯ У ХЛІБОБУЛОЧНІЙ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ

У статті розглядаються питання необхідності державного регулювання ринку хліба та хлібобулочних виробів у зв'язку зі значним тіньовим сегментом ринку, проявами нечесної конкуренції, а також збільшенням собівартості продукції за рахунок збільшення вартості сировини, енергоносіїв і інших складових виробництва, зниженням платоспроможності населення, девальвацією гривні та загальним економічним спадом в Україні. Відмічаються особливості побудови найкрупнішими операторами ринку вертикально інтегрованих структур з замкненим циклом виробничого процесу. Найкрупніші холдинги включають: посівні площі, елеватори, переробні підприємства, хлібозаводи і збутову структуру. Це надає можливість оптимізувати всі процеси виробництва, підвищити його рентабельність, а також збільшити свою частку на ринку хліба. Надано пропозиції щодо необхідності розроблення єдиної системи оподаткування для всіх – як для великих виробників, так і для невеликих пекарень. Також пропонується забезпечити дотримання вимог до якості продукції й процесу її виробництва для всіх виробників через одержання ліцензій або сертифікатів на виробництво хліба, що буде сприяти зменшенню тіньового сегменту ринку хліба

**Ключові слова:** конкуренція, ринок хліба та хлібобулочних виробів, оператори ринку хліба та хлібобулочних виробів, державне регулювання ринку хліба та хлібобулочних виробів, холдинги на ринку хліба та хлібопродуктів.

#### Коваленко Л.А. КОНКУРЕНЦИЯ В ХЛЕБОБУЛОЧНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ УКРАИНЫ

В статье рассматриваются вопросы необходимости государственного регулирования рынка хлеба и хлебобулочных изделий в связи со значительным теневым сегментом рынка, проявлениями недобросовестной конкуренции, а также увеличением себестоимости продукции за счет увеличения стоимости сырья, энергоносителей и других составляющих производства, снижением платежеспособности населения, девальвацией гривны и общим экономическим спадом в Украине. Отмечаются особенности построения крупнейшими операторами рынка вертикально интегрированных структур с замкнутым циклом производственного процесса. Крупные холдинги включают: посевные площади, элеваторы, перерабатывающие предприятия, хлебозаводы и сбытовую структуру. Это дает возможность оптимизировать все процессы производства, повысить его рентабельность, а также увеличить свой удельный вес на рынке хлеба. Даны предложения о необходимости разработки единой системы налогообложения для всех – как для крупных производителей, так и для небольших пекарен. Также предлагается обеспечить соблюдение требований к качеству продукции и процессу ее производства для всех производителей через получение лицензий или сертификатов на производство хлеба, что будет способствовать снижению теневого сегмента рынка хлеба.

**Ключевые слова:** конкуренция, рынок хлеба и хлебобулочных изделий, операторы рынка хлеба и хлебобулочных изделий, государственное регулирование рынка хлеба и хлебобулочных изделий, холдинги на рынке хлеба и хлебопродуктов.

#### Kovalenko L.A. COMPETITION IN UKRAINIAN BAKERY PRODUCTION

In the article is discussed the necessity of state regulation of bread and bakery market due to significant shadowed market segments, unhealthy competition and also the increase of prime cost due to the increase of raw materials cost, decrease of population paying capacity, UAH devaluation and general economic recession in Ukraine. We mark the peculiarities of building by largest operators of the market the vertical integrated structures with closed production process cycle. The major holding companies include: cropping, elevators, processing companies, bread-baking plants and national sales. This gives an opportunity to optimize all production processes, amount its profitability and also amounts its weight in the bread market. The propositions about the necessity of a unitary tax system for everyone: for large plants and small bakeries are given. It is also offered to introduce the maintenance of production quality and production process for all manufacturers through the receipt of licenses and certificates for bread production. This will contribute the decrease of shadow market segment.

**Keywords:** competition, bread and bakery production market, bread and bakery market operators, bread and bakery market state regulation, holding on the bread and bakery market.

**Постановка проблеми.** Хлібопекарська галузь – одна з провідних галузей харчової промисловості України, стратегічна для будь-якої країни і є важливим індикатором продовольчої безпеки. Разом з тим сьогодні склалась тенденція до тінізації ринку виробництва хліба та хлібобулочних виробів, виникнення нечесної конкуренції, значного зростання цін на продукцію. Тому, при-

ймаючи до уваги соціальне значення галузі, а також кризові явища, постає необхідність в підвищенні ролі державних органів контролю за виробництвом та ціноутворенням у хлібопекарській галузі на базі аналітичних досліджень діяльності підприємств-виробників.

Оскільки хліб є соціально важливим продуктом, діяльність виробників підпадає під вплив держав-

ного регулювання. Регулювання стосується ціноутворення, а саме визначення граничної норми рентабельності на масові соціальні сорти хліба. Подорожчання стратегічного продукту харчування – хліба, яке відбулося в 2014 р. та в першому кварталі 2015 р., не тільки викликало великий суспільний резонанс, але й може стати серйозним випробуванням в забезпеченні продовольчої безпеки держави й індикатором урядової продовольчої політики. Враховуючи вищезазначене, необхідність дослідження стану і перспектив розвитку підприємств – виробників хлібобулочної продукції набуває першочергового значення.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженням розвитку хлібобулочної промисловості України займаються провідні вчені: П.Т. Саблук, Л.І. Баранівська, О.М. Васильченко, Є.В. Єрмаков, О.О. Терещенко, В.Г. Федоренко., О.А. Опря, С.В. Петруха, Л.В. Дейнеко, А.О. Коваленко, Л.В. Старшинська, Е.І. Шелудько, В. Белік, Л.І. Карнаушенко, Ю.Л. Труш, М.П. Сичевський, Л.М. Чернелевський та багато інших. В останній час з'явилося багато публікацій аналітиків компаній Pro-Consulting, «Публічний аудит», InVenture Investment Group, AR-group та багатьох інших фахівців щодо необхідності удосконалення політики державного регулювання хлібобулочної галузі як стратегічної галузі із забезпечення населення хлібопродуктами.

**Мета статті.** Виявлення існуючих тенденцій в діяльності підприємств – виробників хліба та хлібобулочної продукції, прогноз на найближчу перспективу, а також надання пропозицій щодо поліпшення ситуації за результатами проведеного дослідження.

**Виклад основного матеріалу.** Обсяг ринку хліба та хлібобулочних виробів України скорочується рік у рік. З цього приводу директор Аналітичного департаменту компанії Pro-Consulting О. Соколов висловлює думку, що показник місткості цього ринку прямо пов'язаний з обсягом внутрішнього виробництва, оскільки експорт і імпорт незначні та не впливають на ринок хлібопродуктів. Місткість ринку хліба та хлібобулочних виробів України в натуральному вираженні в останні роки демонструє негативну динаміку. Але у грошовому вираженні ситуація протилежна [1].

За даними Державної служби статистики України, на протязі 2003–2014 рр. відбувалося значне зниження виробництва хліба та хлібобулочних виробів – з 2335 тис. т у 2003 р. до 1335 тис. т у 2014 р., що менше на 1000 тис. т, або на 42,8% (рис. 1).

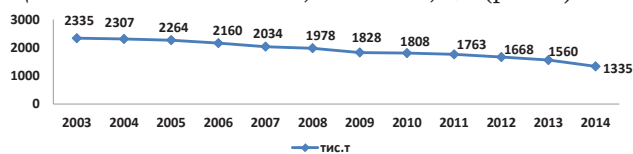


Рис. 1. Динаміка виробництва хліба та хлібобулочних виробів в Україні у 2003–2014 рр., тис. т [2]

Аналітик компанії In Venture Investment Group А. Рудь стверджує, що загальний економічний спад в Україні, девальвація гривні, зниження платоспроможності населення, збільшення частки тіньового виробництва хліба є основними стримуючими факторами розвитку галузі й будуть надалі приводити до скорочення ринку хліба та хлібобулочних виробів [3].

Треба зазначити, що ринок хліба та хлібобулочних виробів, а особливо сегмент соціальних сортів, знаходиться під жорстким державним контролем. Виробництво соціальних сортів хліба характеризувалося в 2013 р. відносно низькою рентабельністю

виробництва (близько 1–2,5%). У першу чергу це пов'язане з ростом цін на борошно та державним регулюванням цін на хліб.

Незважаючи на відносно низьку рентабельність виробництва соціальних сортів хліба, даний вид товарної категорії у 2013 р. займав 80% загального обсягу виробництва хліба в Україні, суттєво випереджаючи преміальні й функціональні сорти хліба – 5% і 3% відповідно (рис. 2) [3].

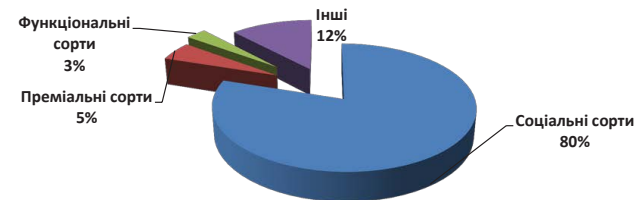


Рис. 2. Структура виробництва хліба та хлібобулочних виробів в Україні у розрізі товарних категорій в 2013 р., % [3]

У зв'язку з низькою рентабельністю частина виробників намагається розширити асортимент своєї продукції за рахунок випуску кондитерських та хлібобулочних виробів або ж скорочуючи масштаби виробництва.

Як наслідок, у найближчі кілька років очікується істотне скорочення в портфелі замовлень виробників соціальних сортів і нарощування виробництва більш рентабельних видів продукції, які не підпадають під державне регулювання [3].

Якщо розглядати структуру виробництва хліба та хлібобулочних виробів в Україні в 2014 р., то найбільша питома вага припадає на хліб пшеничний – 44,2% (рис. 3).

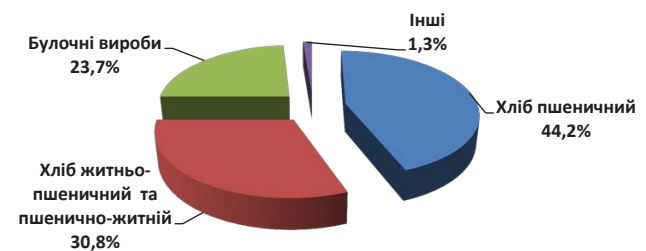


Рис. 3. Структура виробництва хліба та хлібобулочних виробів в Україні за 9 місяців 2014 р. у натуральному вираженні, % [4]

Собівартість продукції в останній час стрімко зростає за рахунок збільшення вартості сировини, енергоносіїв та інших складових виробництва. Виходячи із цих факторів, рентабельність діяльності операторів ринку хліба та хлібобулочних виробів знижується.

За даними Держкомстату України, рентабельність операційної діяльності (відношення прибутку від операційної діяльності до витрат операційної діяльності) знизилась протягом 2010–2012 рр. з 2,5% до 0,9%, а в 2013 р. збільшилась до 4,7% (рис. 4).

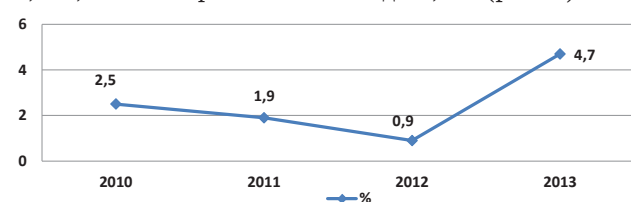


Рис. 4. Динаміка рентабельності операційної діяльності підприємствами хлібобулочної промисловості України у 2010–2013 рр., % [2]

Особливістю ринку хліба є наявність регіональних лідерів серед виробників. Для підвищення ефективності та рентабельності діяльності основні оператори ринку все частіше обирають вертикально інтегровану схему побудови виробничого процесу, що включає посівні площі, елеватори, переробні підприємства, хлібозаводи та збутову інфраструктуру. Замкнений виробничий цикл у таких холдингах надає можливість оптимізувати всі процеси виробництва та підвищити його рентабельність.

Аналіз динаміки питомої ваги великих компаній на ринку хліба свідчить про те, що більше 50% внутрішнього виробництва хлібопродуктів здійснювали шість великих компаній. На протязі 2012–2014 рр. питома вага цих перших шести компаній збільшилась з 58% у 2012 р. до 64,9% у 2014 р. (табл. 1).

Таблиця 1  
Динаміка питомої ваги великих компаній  
у виробництві хлібобулочних виробів в Україні  
у 2012–2014 рр., %

Назва підприємств	2012 р.	2013 р.	Станом на 01.07.2014 р.
1. Холдинг «Золотий врожай» (Група Lauffer)	20	21	21
2. ПАТ «Київхліб»	15	15	15
3. Холдингова компанія «Хлібні інвестиції»	6	9	8,5
4. Компанія «Формула смаку»	7	8	8
5. Хлібокомбінат «Кулиничі»	4	8	8
6. Концерн «Хлібпром»	6	4	4,4
Всього питома вага перших шести компаній	58	65	64,9
Інші підприємства	42	35	35,1

Розроблено автором на основі: [3; 5]

За підсумками 2012–2013 рр. та першого півріччя 2014 р. лідером ринку хліба та хлібобулочних виробів є холдинг «Золотий урожай» (Група Lauffer), що володіє майже 30 підприємствами хлібної промисловості в східній і південній частині України. Частка ринку холдингу «Золотий урожай» за період 2012–2014 рр. збільшилася на 1% і склала станом на 01.07.2014 р. 21% від загального обсягу виробництва в Україні.

Друге місце за обсягами виробництва займає ПАТ «Київхліб», його частка ринку хліба та хлібобулочних виробів становить 15%. За оцінками аналітиків ринку, останнім часом ця компанія переживає труднощі у зв'язку з жорсткістю конкурентної боротьби в Київській області та у Києві [3].

Суттєво збільшила частку на ринку хліба та хлібобулочних виробів холдингова компанія «Хлібні інвестиції» – з 6% у 2012 р. до 9% у 2013 р., в 2014 році її частка склала 8,5%. Компанія «Формула смаку» та хлібокомбінат «Кулиничі» також збільшили свої частки з 7% до 8% та з 4% до 8% відповідно. Концерн «Хлібпром» скоротив свою частку на ринку з 6% в 2012 р. до 4% в 2013 р. та дещо підвищив її у 2014 р. – до 4,4% [3; 5].

До складу холдингу «Золотий врожай» (Група Lauffer) входять більше 30 підприємств, зокрема: ПАТ «Одеський коровай»; ТОВ «Білгород-Дністровська паляниця»; ТОВ «Котовський хлібозавод»; ТОВ «Торговий дім «Коровай» та ін. Холдинг випускає продукцію під торговими марками: «Булкін», «Булкін. Тостові хліби», «Булкін. Духмяний хліб», «Топтига».

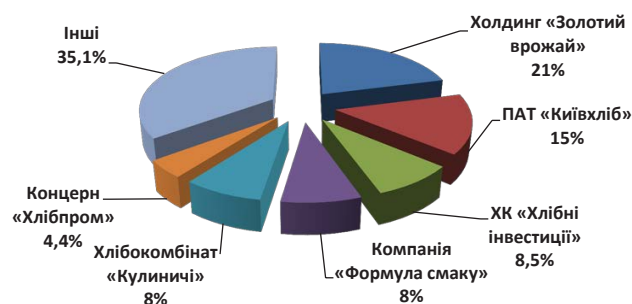


Рис. 5. Структура виробництва хліба і хлібобулочних виробів в Україні станом на 01.07.2014 р. за основними виробниками, % [5]

ПАТ «Київхліб» виробляє продукцію під торговими марками «Київхліб», «БКК», «Гаряча штучка».

ПАТ «Концерн «Хлібпром» належать торгові марки «Вінниця хліб», «Хлібна хата», «Bandinelli», «Живий злак», «Львівський хліб», «Наминайко», «Panerini», «Любляна».

ТОВ «Холдингова компанія «Хлібні інвестиції» виробляє продукцію під торговою маркою «Цар хліб», група компаній «Формула смаку» – під торговою маркою «Формула смаку», ТОВ «Хлібокомбінат «Кулиничі» – під торговою маркою «Кулиничі» [3].

За дослідженням компанії AR-group, за підсумками дев'яти місяців 2014 р. лідирують компанії «Група Lauffer», «Київхліб», «Хлібні інвестиції», «Кулиничі», «Формула смаку», «Концерн «Хлібпром». За підсумками дев'яти місяців 2014 р. їх сумарна частка склала 52% від загального обсягу виробництва [6].

У цей же період компанії «Формула смаку», «Група Lauffer», «Київхліб» знизили обсяги виробництва хлібобулочних виробів.

Негативна динаміка виробництва «Групи Lauffer» обумовлена тим, що частка її виробничих потужностей перебуває у зоні ведення воєнних дій на території Донецької та Луганської областей. При цьому «Група Lauffer» спромоглась залишити за собою місце лідера серед виробників хлібобулочних виробів в Україні. А зменшення обсягів виробництва другого за величиною виробника в Україні – компанії «Київхліб» відбулося під впливом зростання рівня конкуренції з боку компаній «Хлібні інвестиції» та «Кулиничі», які, незважаючи на загальну тенденцію зниження виробництва, збільшили виробничі потужності та продемонстрували зростання обсягів виробництва [6].

Оцінюючи складну ситуацію на ринку хліба, генеральний директор компанії «Хлібпром» В. Аверченко висловлює думку про те, що для українського ринку хліба характерний високий рівень тінізації та, як наслідок, жорсткість конкуренції. За офіційною статистикою, в Україні за рік виробляється майже 1,3 млн. т хліба. Згідно з оцінками виробників, обсяги виробництва набагато вище – 3,4 млн. т, тобто у тіні перебуває до 60% ринку хлібобулочних виробів. Дрібні компанії не платять ПДВ, далеко не всі офіційно працевлаштовують працівників, легально закуповують сировину й забезпечують належну якість продукції. Тому ціни великого виробника вище, ніж у дрібної пекарні, що, у свою чергу, також негативно впливає на обсяги продажів. У зв'язку з цим В. Аверченко зазначає, що тінізація ринку буде стримувати різке зростання цін з боку великих виробників, оскільки у малих пекарень ціни нижче. В результаті великі виробники будуть балансувати між економічно обґрунтованою ціною та тою ціною, яку пропонують невеликі компанії [7].



Ми підтримуємо думку цього автора про те, що ринок хліба повинен бути конкурентним і не потрібно створювати його штучні обмеження. Умови роботи повинні бути рівні як для великих виробників, так і для невеликих пекарень. Для цього, вважає В. Аверченко, по-перше, повинна бути сформована єдина система оподаткування для всіх виробників, по-друге, висунуті однакові вимоги до якості продукції та процесу її виробництва. Виробники повинні одержувати ліцензії або сертифікати на виробництво хліба. В. Аверченко справедливо затверджує, що саме у такий спосіб можна вивести ринок з тіні й забезпечити безпеку масового продукту на ринку, що надасть додаткові надходження в бюджет, які можна направити на адресу допомоги найменш забезпеченим споживачам [7].

Також можна підтримати думку В. Аверченка про те, що неконтрольовані обсяги виробництва хлібопродуктів є прямою підставою для підвищення ціни на хліб. Адже чим більше товарів проводиться без контролю держави, тем вище собівартість продукції офіційних виробників [7].

**Висновки.** Протягом 2003–2014 рр. в Україні відбувалось значне зниження виробництва хліба та хлібобулочні виробів. Собівартість продукції підприємств хлібопекарської галузі в останній час стрімко зростає за рахунок збільшення вартості сировини, енергоносіїв і інших складових виробництва. Внаслідок цього рентабельність діяльності операторів ринку хліба та хлібобулочних виробів знижується.

Основні оператори ринку хлібопродуктів обирають вертикально інтегровану схему виробничого процесу, що надає можливість оптимізувати всі процеси виробництва та підвищити рентабельність.

Більше 50% внутрішнього виробництва хліба та хлібобулочних виробів припадають на шість великих компаній, за підсумками дев'яти місяців 2014 р. їх сумарна частка склала 52% від загального обсягу виробництва;

Для українського ринку хліба характерний високий рівень тінізації та жорстка конкуренція виробників. Дрібні компанії встановлюють ціни нижче, ніж у великого виробника, оскільки не всі вони є платниками ПДВ, часто нелегально закупають сировину та не забезпечують належну якість продукції, не працевлаштовують легально працівників тощо.

Щодо перспектив розвитку національного ринку хлібопродуктів, можна стверджувати наступне:

– загальний економічний спад в Україні, девальвація гривні, зниження платоспроможності населення, збільшення частки тіньового виробництва

хліба є основним стримуючим фактором розвитку галузі та буде надалі приводити до скорочення ринку хліба та хлібобулочних виробів;

– тінізація ринку буде стримувати різке зростання цін з боку великих виробників, оскільки у малих пекарень ціни нижче за рахунок ухиляння від багатьох легальних витрат. У результаті великі виробники будуть балансувати між економічно обґрунтованою ціною та ціною, запропонованою невеликими пекарнями;

– найближчі кілька років очікується істотне скорочення замовлень виробників соціальних сортів хлібопродуктів і нарощування виробництва більш рентабельних видів продукції, які не підпадають під державне регулювання.

Для поліпшення роботи виробників і ліквідації тінізації на ринку хліба необхідно розробити єдину систему оподаткування, яка створить рівні умови діяльності як для великих виробників, так і для невеликих пекарень, а також встановити єдині вимоги до якості продукції та процесу її виробництва для всіх виробників, які повинні будуть одержувати ліцензії або сертифікати на виробництво хліба.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Соколов А. Исследование рынка хлеба: тенденции и перспективы для Украины / А. Соколов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ubr.ua/market/industrial/ssledovanie-rynka-hleba-tendencii-i-perspektivy-dlia-krainy-215444>.
2. Офіційний веб-сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua/>.
3. Рудь А. Анализ рынка хлеба и хлебобулочных изделий в Украине / А. Рудь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://inventure.com.ua/analytics/investments/analiz\\_rynka\\_hleba\\_i\\_hlebobulochnyh\\_izdeliy\\_v\\_ukraine](https://inventure.com.ua/analytics/investments/analiz_rynka_hleba_i_hlebobulochnyh_izdeliy_v_ukraine).
4. Арасланова-Абраменкова А. Все меньше хлеба: рынок ХБИ в 2015 году продолжит сокращаться / А. Арасланова-Абраменкова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://pishcheprom.rbc.ua/rus/analytics/vse-menshe-hleba-rynok-hbi-v-2015-godu-prodolzhit-sokrashchatsya-28012015134600>.
5. Полевая Л. Цена на хлеб, или Чьими интересами пожертвует государство / Л. Полевая [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://agronews.ua/node/42733>.
6. Анализ рынка хлеба и хлебобулочных изделий в Украине 2014 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ar-group.kiev.ua/novosti/16-analiz-rynka-hleba-i-hlebobulochnyh-izdeliy-v-ukraine-2014>.
7. Аверченко В. Потребителю сложно объяснить, что хлеб не может быть дешевым – глава «Хлебпрома» / В. Аверченко [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://podrobnosti.mk.ua/2015/03/09/potrebitelyu-slozhno-ob-yasnit-cto-hleb-ne-mozhet-byt-deshevym-glava-hlebproma.html>.