

## **ДІЯЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ В ХЛІБОПЕКАРСЬКІЙ ГАЛУЗІ: ПЕРЕВАГИ ТА СТРИМУЮЧІ ЧИННИКИ**

*Виявлено чинники зниження кількості підприємств хлібопекарської галузі. Розглянуто процеси розширення зони охоплення холдингів, злиття та поглинання підприємств. Досліджено співвідношення промислових підприємств та приватних пекарень в країнах Європи. Проаналізовано процеси інвестиційної діяльності у великих хлібопекарських холдингах. Досліджено рівень конкуренції між підприємствами хлібопекарської галузі. Порівняно умови ведення бізнесу великих, середніх та малих хлібопекарських підприємств в Україні. Проаналізовано позиції виробників хлібобулочних виробів у світі. Наведено засоби досягнення конкурентних переваг вітчизняними підприємствами. Визначено переваги та стримуючі чинники діяльності великого та малого бізнесу в хлібопекарській галузі.*

*Розвиток хлібопекарської галузі відбувається за рахунок сучасних технічно оснащених промислових підприємств та малого бізнесу. Підвищенню ефективності діяльності підприємств сприяють прозорість бізнесу, рівні умови конкуренції на ринку. Важливі чинники – доступність фінансових, матеріальних та енергетичних ресурсів, вільний доступ до ритейлу.*

*Ключові слова: хлібопекарська галузь, бізнес, конкуренція, переваги, стримуючі чинники, ефективність функціонування, великі підприємства, малі підприємства.*

**O. V. Bokiyy**, res. worker,  
Food Resources Institute of NAAS

## **BUSINESS ACTIVITIES IN THE BAKING INDUSTRY: ADVANTAGES AND CONSTRAINTS**

*The factors reducing the number of enterprises of baking industry are determined. Processes of expansion of coverage holdings, mergers and acquisitions of enterprises are considered. The ratio of industrial enterprises and private bakeries in Europe and the process of investment in large baking holdings are analyzed. The level of competition between enterprises of the baking industry is considered. The business environments of large, medium and small bakeries in Ukraine are compared. In the article the positions of producers of bakery products in the world are also analyzed. Means of achieving competitive advantages of domestic enterprises are shown. Advantages and constraints of large and small businesses in the baking industry are determined.*

*The development of the baking industry is due to modern technically equipped enterprises and small businesses. Increasing of efficiency of enterprises promotes business transparency and fair competition in the market. Important factor is the availability of financial, material and energy resources, free access to retail.*

*Keywords: baking industry, business, competition, benefits, constraints, efficiency of large enterprises, small businesses*

## **ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ БИЗНЕСА В ХЛЕБОПЕКАРНОЙ ОТРАСЛИ: ПРЕИМУЩЕСТВА И СДЕРЖИВАЮЩИЕ ФАКТОРЫ**

*Выявлены факторы снижения количества предприятий хлебопекарной отрасли. Рассмотрены процессы расширения зоны охвата холдингов, слияния и поглощения предприятий. Исследовано соотношение промышленных предприятий и частных пекарен в странах Европы. Проанализированы процессы инвестиционной деятельности в крупных хлебопекарных холдингах. Исследован уровень конкуренции между предприятиями хлебопекарной отрасли. Проведено сравнение условий ведения бизнеса крупных, средних и малых хлебопекарных предприятий в Украине. Проанализированы позиции производителей хлебобулочных изделий в мире. Приведены средства достижения конкурентных преимуществ отечественными предприятиями. Определены преимущества и сдерживающие факторы деятельности крупного и малого бизнеса в хлебопекарной отрасли.*

*Развитие хлебопекарной отрасли происходит за счет современных технически оснащенных промышленных предприятий и малого бизнеса. Повышению эффективности деятельности предприятий способствуют прозрачность бизнеса, равные условия конкуренции на рынке. Важные факторы - доступность финансовых, материальных и энергетических ресурсов, свободный доступ к ритейлу.*

*Ключевые слова: хлебопекарная отрасль, бизнес, конкуренция, преимущества, сдерживающие факторы, эффективность функционирования, крупные предприятия, малые предприятия*

**Постановка проблеми.** Ефективне функціонування галузей харчової промисловості, особливо життєво важливої – хлібопекарської, досягається при створенні сприятливих умов ведення бізнесу, поєднанні державного регулювання та ринкових методів впливу на внутрішнє та зовнішнє середовище ринку. На відміну від пострадянських часів, коли хліб переважно вироблявся великими та середніми промисловими підприємствами, в Україні впродовж останніх років суттєво збільшується частка ринку малих підприємств та їх продукції, обсяги виробництва якої не обліковуються статистичною звітністю. Така ситуація суттєво впливає на безпечність та якість продукції, рівень та умови виплати заробітної плати, обсяги надходжень до бюджету. Тому питання дослідження переваг та стримуючих чинників ведення бізнесу в хлібопекарській галузі, перспектив його подальшого розвитку є своєчасним та актуальним.

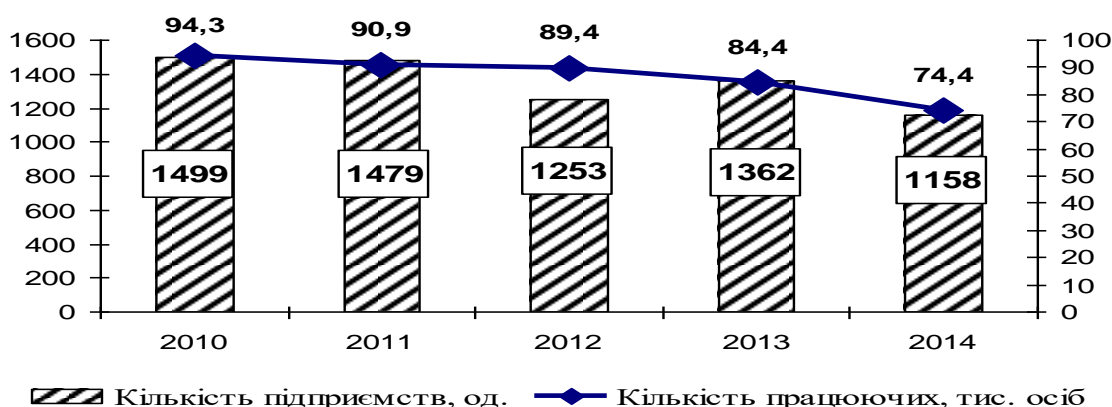
**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблеми функціонування ринку продовольства, харчової промисловості та хлібопекарської галузі були і є предметом досліджень багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених. Означені питання висвітлено в працях О.В. Васильченка [1], І.С. Кайтанського [2], Л.О. Коваленко [3], О.В. Нікішиної [4], М.П. Сичевського [5], Г. Шубіної [6] та інших дослідників. Водночас дослідження умов функціонування великого та малого бізнесу в хлібопекарській галузі потребує подальшого висвітлення.

**Мета статті** – виявлення важелів впливу на ефективний розвиток великих та малих підприємств хлібопекарської галузі на підставі визначення їх переваг та стримуючих чинників.

**Виклад основних результатів дослідження.** В 2014 р. хлібобулочні вироби займали 3,4% вітчизняного ринку харчових продуктів, напоїв і тютюнових виробів у вартісному вимірі, а разом з іншими борошняними виробами (за кодом 10.7 за КВЕД 2010 згідно з класифікацією видів економічної діяльності) – 5,8%. Водночас соціальне значення галузі та хлібобулочної продукції на ринку продовольства є пріоритетним.

Лише з 2010 р. по 2014 р. кількість підприємств, що виробляють хлібобулочні та борошняні вироби, зменшилася на 23 %, відповідно кількість працюючих – на 21 % (рис. 1).

Зниження їх кількості пояснюється перерозподілом ринку та створенням потужних комплексів шляхом об'єднання та реконструкції існуючих виробництв і будівництва нових. Окремим виробникам в Україні надавалися вибіркові преференції – земельні ділянки на пільгових умовах, вибіркоче просування продукції в популярних торговельних мережах, незалежно від ціни та якості, пільгове оподаткування. Гравцям на ринку хліба притаманні прагнення до монополізації, перерозподілу власності.



**Рис. 1. Динаміка кількості підприємств з виробництва хлібобулочних і борошняних виробів та працюючих на цих підприємствах**

*Джерело: [7]*

Тільки у м. Києві впродовж останніх п'яти років пішли з ринку три хлібопекарські підприємства, що входили до об'єднання «Київхліб» і працювали впродовж десятиріч. Натомість пропозиція промислової продукції поповнилася виробами торговельних марок «Кулиничі» (центральный офіс – ум. Харкові); «Хлібодар» (центальный офіс групи компаній розміщений в м. Запоріжжі) тощо. Збільшується горизонтальне охоплення ринку та споживачів. В останні роки пік інвестиційної діяльності та активного введення потужностей спостерігався у 2012-2013 рр., коли було побудовано потужні хлібопекарські холдинги із замкненим циклом виробництва. Тоді у Київській області було введено в дію два потужних комплекси: ТОВ «Україно-словенське спільне підприємство «Київський обласний хлібопекарський комплекс» (ТМ «Кулиничі») та ТОВ «Перший столичний хлібозавод» (потужності яких становлять відповідно 250 т і 130 т на добу) та ін. Обсяг інвестицій становив відповідно 45 і 15 млн дол. США. Спостерігалася також цілеспрямована політика витіснення потужностей з ринку з метою перерозподілу збуту. Спрацьовували суб'єктивні фактори - наближеність власників до місцевих органів самоврядування, можливість отримання дешевих кредитних ресурсів, корупційна складова тощо. Мають місце ознаки монополізації ринку та вибіркові преференції окремим виробникам: частка ключових гравців сягає 30 %.

Найбільшими добровільними об'єднаннями підприємств хлібопекарської галузі були: «Укрхлібпром» (співпрацював майже з 50 хлібопекарськими підприємствами із 17 областей України) та Всеукраїнська асоціація пекарів (ВАП), до складу якої станом на 2015 р. входило близько 36 підприємств з різних областей України, що виробляють до 70% продукції на регіональному ринку хліба. Частка ринку підприємств ВАП у виробництві

хлібобулочних виробів в Україні складає близько 40%. Об'єднання «Укрхлібпром» та Всеукраїнська асоціація пекарів координують діяльність хлібопекарських підприємств, здійснюють їх інформаційне і методичне забезпечення, розробку нормативної документації, загальногалузевих програм, представляють та захищають інтереси підприємств у державних, господарських і міжнародних організаціях.

У 2012 році було створено Національну асоціацію промислового хлібопечення, ініціаторами виступили харківські бізнесмени. Позитивним чинником галузевих структур та об'єднань з метою захисту інтересів галузі можна відмітити їх активну участь у розробці низки законодавчих актів, в тому числі проекту вітчизняного Закону про хліб, що регулює умови виробництва та реалізації хліба на всіх ділянках технологічного ланцюга. Втім, цей закон не було прийнято. Галузеві об'єднання також координують спільні дії в напрямку зміцнення ринкових позицій підприємств-членів, приймають участь у дорадчих групах при центральних органах державного управління. До їх складу входять як окремі виробники, так і великі регіональні об'єднання.

Не зважаючи на економічні труднощі, в галузі тривають інтеграційні процеси. З метою запобігання банкрутства та збитковості підприємств, відбувається їх злиття та поглинання великими гравцями на ринку.

До великих регіональних об'єднань, зокрема, можна віднести:

– ПАТ «Київхліб», охоплює більше 13 % ринку промислової продукції України. До складу компанії входить 6 виробничих майданчиків у столиці, а також 5 - в Київській області;

– ПАТ «Концерн Хлібпром», включає підприємства західного регіону у Львівській і Вінницькій областях і охоплює 5,8 % ринку України;

– ТОВ Українсько-словацьке підприємство «Кулиничі», до складу входять 10 спеціалізованих хлібопекарських комплексів в Харківській, Київській та Полтавській областях;

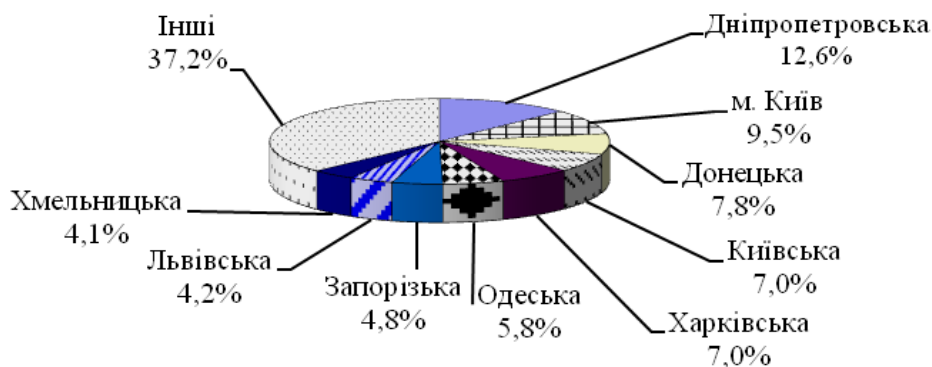
– холдингова компанія «Хлібні інвестиції», включає підприємства Луцька, Севастополя, Чернівців, Київської області, Івано-Франківська, охоплює 8 % ринку;

– група компаній «Формула смаку», представляє Черкаський, Кіровоградський, Миколаївський, Полтавський регіони, займає до 8 % ринку;

– група компаній «Хлібодар» (Запорізька та Київська обл.).

Наразі всі підприємства галузі приватизовані, потужності розміщено в основному майже пропорційно до кількості населення, за винятком великих промислових регіонів.

Найбільші виробничі потужності розташовано в Дніпропетровській, Донецькій областях та м. Києві (рис. 2).



**1.2. Рис. 2. Регіональний розподіл виробників хлібобулочних виробів в 2014 р.**

Джерело: [7]

Приклад захисту регіональних виробників – Рівненська область, яка пріоритетно представляє в своїх торговельних мережах місцеву продукцію. Найбільш монопольне становище в своїх регіонах займають відповідно: ПАТ «Одеський коровай» (торгова марка «Булкін», потужність 200-220 т на добу, Одеська область) та ПАТ «Концерн «Хлібпром» (торгові марки «Хлібна хата», «Наминайко», потужність до 300 т на добу, підприємства розташовані у Львівській та Вінницькій областях). З метою підвищення конкурентних переваг великі холдинги розміщують свої потужності в різних регіонах країни, зокрема, «Формула смаку» – в Черкаській, Кіровоградській та Миколаївській областях, «Хлібні інвестиції» – в західному регіоні України, а також у Житомирській та Київській областях. Підприємства хлібопекарської галузі в Україні повністю приватизовано, тому великий вплив на результати роботи має ефективна робота менеджерів з метою отримання максимального прибутку [8].

За видом діяльності 10.7 «Виробництво хліба, хлібобулочних і борошняних виробів», обсяг продукції, реалізованої великими підприємствами в 2014 р., становить близько 26 % (без урахування мікропідприємств); найбільше виробляють середні підприємства (67,8 % загальної реалізації продукції), табл. 1. З 2012 року підприємства розподіляються на великі, середні, малі, а також мікропідприємства за критеріями річного доходу та кількості працюючих, відповідно до статті 55 Господарського кодексу України [9].

Таблиця 1

**Основні показники роботи великих, середніх та малих підприємств з виробництва хліба і борошняної продукції в 2014 році**

	Великі	Середні	Малі	Всього
Обсяг реалізованої продукції (без ПДВ), млн. грн	4950	13172,4	1303,9	19426,2
% до підсумку	25,5	67,8	6,7	100,0
Загальна кількість працюючих, осіб	9156	56089	8835	74080
% до підсумку	12,4	75,7	11,9	100,0
Обсяг реалізованої продукції на 1 працівника на рік, тис. грн	540,6	234,8	147,6	262,2
% до підсумку	206,2	89,5	56,3	100,0
Середня кількість працівників на підприємстві, осіб	3052	267	9,4	64
Оплата праці 1 працівника, грн./міс.	4400	2306,9	519,1	2458,5
% до середньої	179,0	93,8	21,1	100,0
Частка матеріальних витрат в ціні продукції (без ПДВ), %:	62,1	68,2	70,1	66,8
Частка витрат на оплату праці в ціні продукції (без ПДВ), %:	9,8	11,8	11,4	11,3

Джерело: за оперативними даними Держстату України, без урахування мікропідприємств

Офіційна оплата праці одного працівника на малих підприємствах в 2014 р. була в 4,4 рази нижче, ніж на середніх і відповідно – у 8 разів нижче, ніж на великих. Це свідчить певною мірою і про те, що підприємства не звітують про реальні обсяги оплати праці та виробленої продукції, уникаючи оподаткування. Від’ємні фінансові результати навіть успішних компаній пов’язані з наявністю валютних кредитів у фінансовому портфелі та коливанням курсу валют. Для зменшення залежності від валютних коливань компанії переводять валютну заборгованість у національну валюту. Приміром, у компанії «Концерн Хлібпром» (м. Львів) показник ЕВІТДА (прибутку до вирахування відсотків за кредит, податків та амортизації) у 1 кварталі 2016 р. становив 21,94 млн грн, що на 6% більше, ніж за аналогічний період попереднього року. При цьому чистий дохід компанії зріс на 10% та

становив 222,3 млн грн. Водночас, чистий збиток компанії скоротився на 84,5% і склав 23,2 млн грн [10].

Більша частка всієї хлібобулочної продукції випускається невеликими підприємствами, що не обліковуються статистичною звітністю та торговельними мережами супермаркетів. Міні-пекарні та приватні виробництва здебільшого працюють з неповним циклом (зберігають та випікають заморожені напівфабрикати). Однак останнім часом розвиваються пекарні повного циклу. Виробництво промислових хлібобулочних виробів в Україні в 2014 році дорівнювало 31,7 кг на одну особу на рік, або 86,9 г на добу. Зважаючи на середньозважену річну норму 94,2 кг (табл. 2), частка неврахованого ринку мала б становити 66%. У сучасному хлібопеченні в Україні малі підприємства часто використовують прискорені технології виробництва, внаслідок чого знижується якість готової продукції. Закваски-підкислювачі, що використовуються ними при виготовленні заварних сортів хліба, містять композиції органічних кислот, а не традиційну живу мікрофлору. Це суттєво відбивається на якості, а головне – корисності продукції. Необхідно відмітити, що така продукція в значній мірі представлена на полицях ритейлу.

Таблиця 2

Структура населення України та середньозважена норма споживання хліба, %

Показник	0-6 років	6-18 років	Працездатне	Непрацездатне
Структура населення, %	7	11	62	20
Рекомендована норма споживання хліба, кг на рік:				
пшеничного	29,2	51,1	62	62
житнього	14,6	28	39	38
Середньозважена норма споживання хліба на одну особу, кг на рік	94,4			
Середня чисельність постійного населення станом на 1 квітня 2016 р., тис. осіб	42708,7			
Потреба у хлібобулочних výroбах згідно з раціональними нормами з урахуванням структури населення, тис.т	4031,7			

Джерело: Складено автором за [7,11] та оперативними даними Державної служби статистики України.

Для співставлення нами проаналізовано позиції виробників хлібобулочних виробів у світі, на підставі даних Асоціації міжнародної хлібопекарської промисловості (AIBI), куди входять 16 європейських країн (рис. 3).

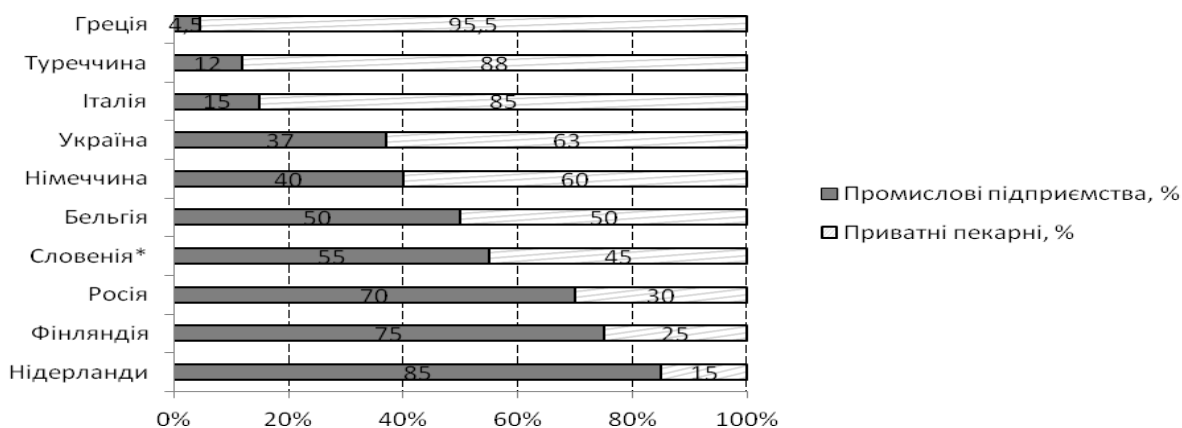


Рис. 3. Частка великих та середніх промислових підприємств у загальній структурі виробників хліба європейських країн в 2013 р.

\* за даними 2012 р.

Джерело: [12]

Як видно з рисунку, найбільша частка промислових підприємств характерна для північних країн. На півдні, в країнах розвинутого туризму ця частка є значно меншою, через наявність в таких країнах великої мережі швидкого приготування хлібобулочних виробів. Для кожної країни притаманна своя модель ведення хлібопекарського бізнесу, умови диктують ринок та споживачі. Водночас, непрозорість українського бізнесу потребує вжиття заходів з боку держави.

Порівняння умов ведення бізнесу в Україні на великих та середніх промислових підприємствах із малими (що звінують лише за обсягами виробництва) дозволило виявити їх сильні сторони та стримуючі чинники.

*Дослідження виявили, що на великих підприємствах сильними сторонами є:*

- належний контроль технологічного процесу, санітарний контроль;
- наявність лабораторій якості, що контролюють як сировину, так і готову продукцію;
- створення належних умов із впровадження системи контролю безпеки НАССР;
- належна кваліфікованість персоналу;
- офіційні заробітна плата та обсяги реалізації продукції (хоча є й винятки);
- більш суворе дотримання вимог нормативно-технічної документації (Національних стандартів, технічних умов тощо);
- можливість транспортування на відстань 150-250 км;
- умови для перейняття досвіду провідних фірм;
- соціальна захищеність робітників;
- суттєве скорочення енерговитрат та витрат праці, а також витрат сировини за рахунок якості замісу та скорочення технологічного циклу;
- дотримання вимог безпечності;
- виконання соціальних зобов'язань.

*Стримуючими чинниками для цих підприємств виступають:*

- унеможливлення швидкої зміни асортименту, через налаштування виробничих потужностей;
- віддаленість виробничих площ від торгових точок;
- висока собівартість продукції, в разі незавантаженості потужностей та застосування застарілого обладнання;
- високе податкове навантаження, через недосконалість податкової системи;
- посилений контроль з боку органів державного управління.

Важливим є також прозорість бізнесу, оскільки від цього залежить рівень безпечності продукції та обсяги надходжень до бюджету. Негативно впливає на фінансово-економічний стан підприємств галузі чинна методика калькуляції економічно обґрунтованих цін на регульовані сорти хліба. Вона не враховує міжміські перевезення, витрати на маркетинг, ретро-бонуси, страхування та інші витрати, які впливають на собівартість продукції. Погіршують їх фінансовий стан вимоги з боку торговельних мереж про прийняття виробниками 100% нереалізованої продукції з простроченим терміном реалізації, встановлення низки додаткових платежів за доступ продукції на полиці супермаркетів тощо.

*Сильними сторонами малих підприємств можна визначити:*

- можливість швидко змінювати асортимент відповідно до потреб покупців;
- менша собівартість, порівняно із великими підприємствами, які ще не оновлено;
- наближеність до споживачів (виробничі цехи ритейлу, виробництва при військових частинах тощо);
- невисокі податки;
- швидке повернення коштів торгівлі.

*Стримуючими чинниками виступають:*

- непрозора система оподаткування;
- заниження обсягів виробництва;
- залежність від порядності власників (часто до продукції додаються харчові добавки, які негативно впливають на здоров'я; удвічі збільшується кількість дріжджів);
- не завжди дотримуються вимоги чистоти, безпечності продукції, контролю на всіх ділянках виробництва;
- застосування прискорених технологій виробництва продукції, завдяки чому погіршується її якість.

### **Висновки**

Розвиток бізнесу в хлібопекарській галузі відбувається в першу чергу як за рахунок сучасних технічно оснащених підприємств, об'єднаних у холдинги, так і за рахунок малого бізнесу, що стрімко розвивається. На нашу думку, у найближчому майбутньому не варто очікувати активного будівництва нових великих потужностей, оскільки ринок хлібобулочної продукції насичений та в основному перерозподілений. Країна знаходиться в кризовому стані, значно зменшилися грошова маса та можливості інвестування. Для підвищення ефективної діяльності підприємств галузі важливо надати рівні умови конкуренції на ринку, рівний доступ як до ритейлу, так і до матеріальних та енергетичних ресурсів. Суттєво сприятиме розвитку галузі доступ до дешевих кредитних ресурсів. Важливим чинником ефективності її діяльності є дотримання всіма виробниками вимог податкового законодавства, офіційна зайнятість найманих робітників, відсутність вибіркових преференцій окремим виробникам. Необхідно забезпечити всебічне виконання вимог законодавства у сфері безпечності та якості харчових продуктів. Основними стримуючими чинниками розвитку підприємств виступають зарегульованість ціноутворення, відсутність прозорості бізнесу та нерівні умови роботи підприємств, недостатність обігових коштів для оновлення виробництва.

### **Література**

1. Васильченко А. В. Некоторые особенности функционирования рынка хлеба в Украине / А. В. Васильченко / Хранение и переработка зерна № 3 березень 2013 с.
2. Кайтанський І.С. Аналіз шляхів і резервів підвищення прибутковості хлібопекарської промисловості України / І.С. Кайтанський, В.А. Самофатова, В.В. Олійник / Економіка харчової промисловості. - № 1(25). – 2015. – с. 33-35
3. Коваленко Л.О. Проблеми та перспективи розвитку хлібопекарської промисловості економіки / Л.О. Коваленко, Т.В. Міхеєнко // Науковий вісник ЧДПЕУ. – 2014. – № 2 (22), 19-24.
4. Нікішина О.В. Пріоритети національної зернової політики та механізми їх реалізації в умовах глобалізації економіки / О.В. Нікішина // Економіка харчової промисловості. – 2012. – № 4 (16). – С. 14-22.
5. Сичевський М.П. Удосконалення організаційно-економічного механізму розвитку харчової промисловості України: Монографія / За ред. С.І. Дорогунцова. – К.: Наук. Світ, 2004. – 374 с.
6. Шубина Г. Хлебный бизнес: общая ситуация и пути выхода из кризиса / Г. Шубина // Хлебный и кондитерский бизнес. - № 6. – 2014. – С. 6-9
7. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua/>



8. . Бокій О.В. Конкуентоспроможність продукції хлібопекарської галузі України / О.В. Бокій // Вісник КНУТД № 6(81), 2014. – С. 23-30
9. Господарський кодекс України: Закон України від 16.01.2003 № 436-IV / Верховна Рада України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/436-15>
10. Офіційний сайт ПАТ «Концерн Хлібпром» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://hlibprom.com.ua/ru/news/text/377>
11. Про затвердження наборів продуктів харчування, наборів непродовольчих товарів та наборів послуг для основних соціальних і демографічних груп населення. Постанова КМУ від 14 квітня 2000 р. № 656 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/656-2000-%D0%BF>
12. AIBI Bread Market Report 2013 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.aibi.eu/wp-content/uploads/draft-AIBI-Bread-Market-report-2013.pdf>