

ШЛЯХИ ПОЛІПШЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ РИНКУ ХЛІБОБУЛОЧНИХ ВИРОБІВ УКРАЇНИ

О.В. Бокій, наук. співр.,
Інститут продовольчих ресурсів НААН

Досліджено стан ринку хлібобулочних виробів та визначено основні проблеми його діяльності. Проаналізовано структуру пропозиції на ринку, включаючи не лише підприємства харчової промисловості, а й непромисловий сектор – мережі роздрібної торгівлі, приватні пекарні, виробників фаст-фуду та продукції швидкого випікання, самозабезпечення населення. Розглянуто існуючий стан визначення обсягів “тіньового” ринку хліба та запропоновано власні підходи.

Співставлено динаміку ємності ринку хліба і хлібопродуктів та хлібобулочних виробів за різними підходами – нормативним, промисловим, згідно з фактичним споживанням продукції у натуральному та вартісному вимірі. Виявлено, що найбільш динамічно збільшувалася ємність ринку за обсягами реалізації хлібобулочних виробів промисловими підприємствами, відповідно, зменшувалася – за обсягами їх промислового виробництва.

Запропоновано шляхи поліпшення діяльності ринку хлібобулочних виробів, що включають в себе заходи із забезпечення його прозорості, якості та безпечності хлібобулочної продукції, посилення ринкової інфраструктури, розвитку сільських територій та ін.

Ключові слова: ринок хлібобулочних виробів, ємність ринку, “тіньовий” ринок хліба, прозорість ринку, пропозиція, споживання, поліпшення діяльності ринку

WAYS TO IMPROVE THE MARKET OF BAKERY PRODUCTS OF UKRAINE

O.V. Bokiі, researcher
The Institute of Food resources of NAAS

The aim of the study was to determine the bakery market status and the main problems of its activity. The structure of market proposition is analysed; including not only food industry enterprises, but also the non-industrial sector e.g. retail chains, privately owned bakers, fast food producers with baking products, self-sufficiency of some inhabitants. The current state of determination of the volume of "illegal" bread market and its own approaches were considered additionally.

It is compared to the dynamics of the bread and bakery products market according to different approaches – normative, industrial, in accordance with the actual consumption of products in both physical and value terms. It was revealed that the market dynamically increased by the volume of sales of bakery products by industrial enterprises and decreased, respectively, by the volume of their industrial production.

The ways to improve the bakery products market, which include additional measures to ensure its transparency, quality and safety of bakery products, strengthening of market infrastructure and development of rural territories, etc. are offered below.

Key words: bakery market, market capacity, “illegal” bread market, supply, market transparency, demand, supply, consumption, improvement of market activity

Ринок хлібобулочних виробів України постійно підтримує свою соціальну значимість, незважаючи на кількісно несуттєву (до 4%) частку у загальному обсязі реалізації харчових продуктів. Це зумовлене всебічним охопленням ним усіх верств

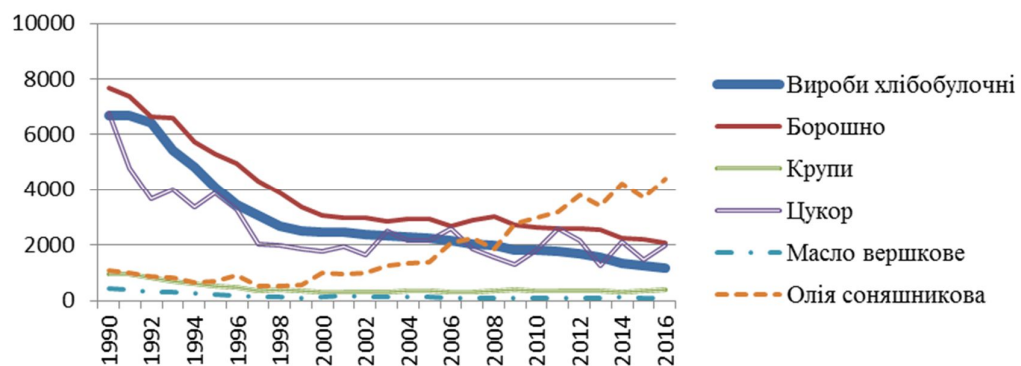
населення, щоденністю споживання, особливою увагою з боку органів державного управління. Загрози та виклики на ринку потребують вирішення як з боку державної політики та галузевих фахівців, так і науковців. До них належать стійке зниження обсягів промислового виробництва, збіднілість населення, недостатня якість сировини тощо. Враховуючи невідомі пропозиції промислової продукції на ринку хлібобулочних виробів та неможливість достовірного обліку її переважаючого сегмента, створюється неповна картина для аналізу ситуації та прийняття відповідних управлінських рішень. Крім того, в умовах зростання цін на хліб знижується купівельна спроможність малозабезпечених верств населення. Тому питання вибору шляхів покращення діяльності ринку хлібобулочних виробів є актуальним та потребує більш поглиблених досліджень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Стан, проблеми та перспективи розвитку ринку хлібобулочних виробів знайшли своє відображення у багатьох працях вітчизняних та зарубіжних учених – О.М. Васильченко [1], Т. Мостенської [2], О.Нікішиної [3], О. Ралко [4] та ін. Проблемам ринкової категорії ємності ринку, що визначає його нормативний та фактичний обсяг, присвячені роботи О. Шпичака [5], О.Боднар [5,6], Т. Педорченко [6] тощо. Серед зарубіжних досліджень ринку продовольства, невід’ємною складовою якого є ринок хлібобулочних виробів, варто відмітити праці М.Buckley [7], Е.Peter [8]. Водночас, питання поліпшення діяльності ринку хлібобулочних виробів, вибору шляхів його подальшого розвитку потребують більш поглиблених досліджень.

Мета статті – обґрунтувати шляхи поліпшення діяльності ринку хлібобулочних виробів, що сприятиме його сталому та ефективному розвитку.

Ринок хлібобулочних виробів, як складова ринку продовольства, функціонує в умовах трансформаційних змін в економіці країни. У дев’яностих роках асортимент хлібобулочних виробів був обмежений, його переважно випускали державні промислові підприємства. Крім того, за часів радянської влади щоденно до 15% хліба не реалізовувалося, а поверталось на хлібозаводи, що не враховувала статистика (через вимоги обов’язкової повсякчасної наявності хліба на полицях магазинів, плани були завищеними). По мірі розвитку ринкових відносин та приватизації галуз, збільшувалася кількість підприємств, що працюють на єдиному податку, суттєво урізноманітнилися пропозиції. Наразі всі підприємства галузі приватизовано [9].

Тенденції на ринку свідчать про стійке падіння обсягів промислового виробництва хлібобулочних виробів, починаючи за часів незалежності України, рис. 1.



Джерело: за даними Держстату України

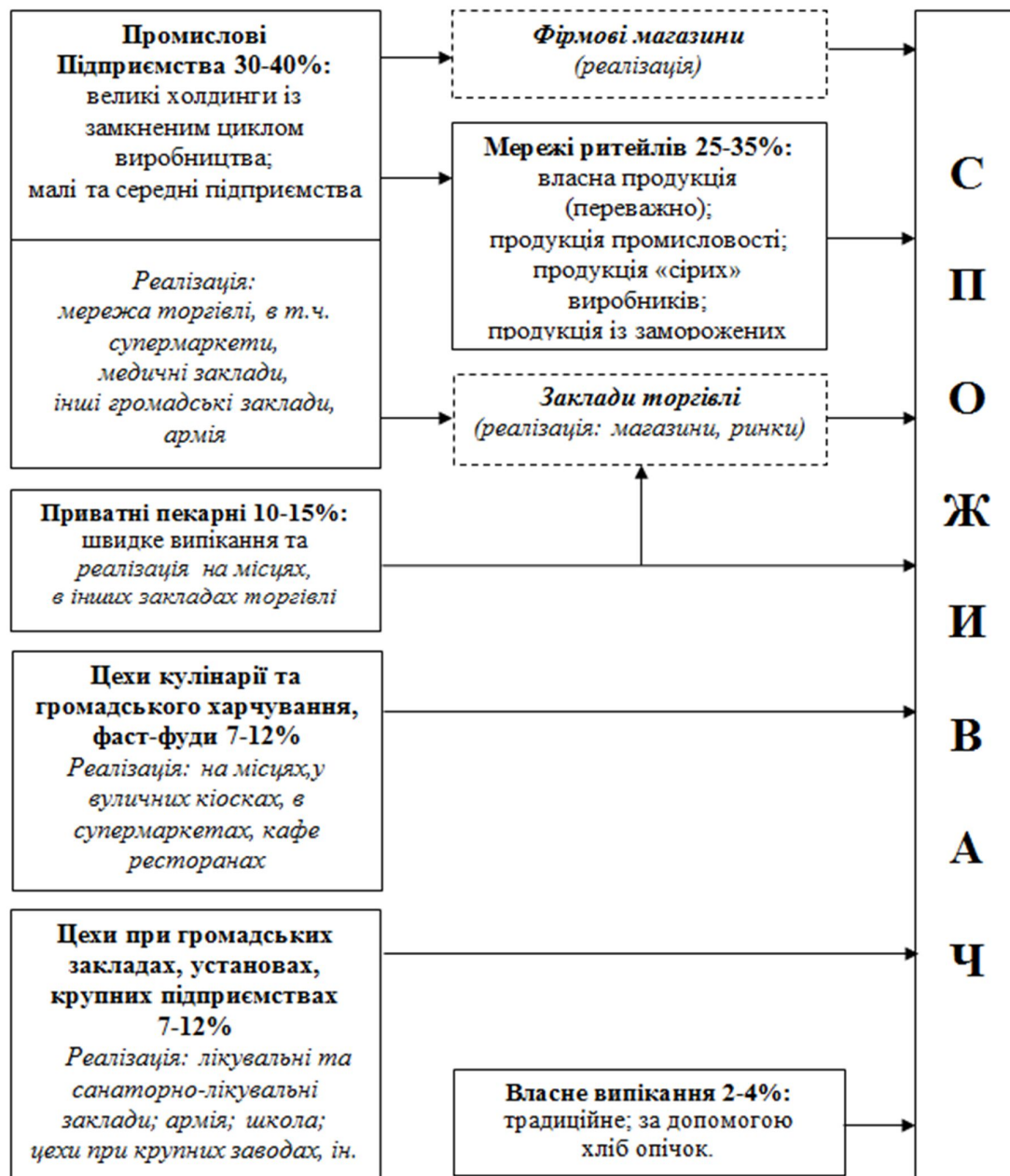
Рис. 1. Динаміка виробництва харчових продуктів, тис. т

За період з 1990 по 2016 р. промислове виробництво знизилось з 6,7 до 1,2 млн т (у 5,8 рази). Цим процесам сприяли злиття та поглинання потужностей, перерозподіл ринку та створення потужних комплексів шляхом об’єднання та реконструкції існуючих виробництв і будівництва нових. Неконкурентні підприємства пішли з ринку.

Порівняно з іншими харчовими продуктами, тренд динаміки виробництва продукції мав більш чіткий експоненціальний характер. Кількість населення за цей період знизилася з 51,6 до 42,6 млн. чол. (в 1,2 рази) [10].

Починаючи з 1993 р., промисловість не забезпечувала раціональну норму споживання хліба працездатним населенням (101 кг). У 2016 р. промислове виробництво на одну особу становило 27,3 кг (27% раціональної норми). Водночас попит на хлібобулочні вироби завжди задовольнявся за рахунок зростання частки непромислових виробників, хліб завжди присутній на полицях магазинів.

Оскільки наявні статистичні дані не дозволяють оцінити структуру пропозиції, нами проведено аналіз джерел, використаний метод експертних оцінок та опитування учасників ринку. Результати наведено на рис. 2.



Джерело: розроблено автором

Рис. 2. Структура пропозиції на ринку хлібобулочних виробів України

Сегмент домашнього випікання враховано через наявний парк хлібопічок в Україні, який оцінюється у 0,5-0,6 млн. шт. Результати проведеного нами анкетного опитування виявили, що в середньому домогосподарство із 2-5 осіб випікає до 4 кг хлібобулочних виробів на тиждень. З урахуванням домашнього випікання традиційним способом, ми оцінюємо ринок у 200 тис. т на рік. Інтенсивного зростання парку хлібопічок не передбачаємо, через їх суттєву вартість – 1500-5000 грн. Повільно зростають обсяги випікання в традиційних печах, як у сільській місцевості (переважно), так і у великих містах. Вибуховими темпами зросли пропозиція швидкої їжі та ринок товарів – заміників – піцци, форнетті тощо.

Пропозиція формується із промислової продукції (що виготовлено підприємствами хлібопекарської галузі, переважно великими та середніми, які звітують органам Державної статистики), а також непромислової – виробів мереж ритейлу, громадського харчування, швидкої випічки у закладах фаст-фуду та точках продажу індивідуальних підприємців, власного випікання тощо.

Найбільший непромисловий виробник хлібобулочних виробів, частка якого невинно зростає – торговельні мережі ритейлу (“Сільпо”, “Ашан”, “Фуршет” тощо). Вони не звітують за кількістю виробництва, а це вагомий обсяг ринку (в середньому в одному супермаркеті випікається 200-400 т на рік). Цим ускладнюється облік продукції, що виробляється. Останнім часом хліб для армії, навчальних закладів, ресторанного господарства також виробляється у власних пекарнях.

У 2012-2013 рр. відбулося стрімке зростання ринку заморожених напівфабрикатів. В Європі цей ринок сягає більше 50%, а в США – до 90% загального ринку хлібобулочних виробів. В Україні прогнозувалося його поступове зростання до 20-25%. Продукція випікається на промислових підприємствах і в пекарнях, реалізується у пекарнях “біля дому”, закладах харчування після допікання. Вітчизняний розвиток виробництва такої продукції стримують високі енерговитрати на виготовлення та зберігання у морозильних установках, зростання вартості електроенергії. В результаті вона дорожча за традиційну на 20-30%. Тому пекарні переважно виготовляють вироби із свіжого тіста, що вироблено із хлібних сумішей. Як приклад, Київський супермаркет “Новус”, навіть закупивши необхідне обладнання, припинив подальший розвиток цього напрямку.

Перспективним, на наш погляд, є розвиток приватних пекарень (рис. 2), за умов контролю якості продукції та атестації виробників; мережі власного випікання. При цьому важливо виключити сегмент “тіньових” виробників із продукцією навизначеної якості. На нашу думку, частка промислового виробництва, за умови диверсифікації асортименту та швидкого реагування на зміну попиту, створення мобільних виробничих підрозділів малої потужності, мала б сягнути до 50%. Швидкого зростання виробництва ритейлу не передбачаємо, через насиченість цього сегменту ринку.

Важливий показник, що характеризує ринок – його *ємність*. Дослідження проведено нами за різними підходами – нормативним, промисловим, згідно фактичного споживання продукції. Виявлено, що найбільш динамічно змінюється ємність за показниками реалізації хлібобулочних виробів у вартісному вимірі (збільшилася впродовж 2010-2016 рр. на 54,8%, переважно через інфляційну складову) та обсягів виробництва промислової продукції підприємствами (відповідно зменшилася на 35,8%), табл. 1.

Для більш глибокого аналізу ринку важливо володіти інформацією про загальний обсяг всієї продукції, включаючи непромислову. Для визначення обсягу ринку хлібобулочних виробів, що знаходиться поза межами статистичної звітності (так званого “тіньового” ринку), використовуються підходи: відповідно до раціональної норми споживання (101 кг), згідно з постановою № 656 [11]; до норми споживання згідно цієї ж постанови, з урахуванням середньозваженої структури населення; згідно з балансовим методом.

Вважаємо, що найбільш наближеною до реальних обсягів споживання хлібобулочних виробів населенням є позиція “Хліб” (за винятком продукції тривалого

зберігання – сухарів, сушок тощо), згідно з Класифікатором індивідуального споживання за цілями (KICЦ) Держстату, що наразі не оприлюднюється. Вона відповідає міжнародній класифікації індивідуального споживання товарів та послуг за цілями – Classification of Individual Consumption by Purpose (COICOP-HBS, 2003, рекомендовано Євростатом).

Класифікацію застосовують при обстеженні витрат домогосподарств, оприлюднюють лише дані щодо витрат на споживання більш агрегованої групи виробів – хліба і хлібопродуктів у вартісному вимірі у структурі витрат домогосподарств на харчування. Також за цією позицією (у натуральному вимірі) розраховується фонд споживання хлібних продуктів (що відповідають позиції “Хліб і хлібопродукти” класифікатора KICЦ) у збірнику “Баланси та споживання основних продуктів харчування населенням України”. Тому вважаємо за доцільне оприлюднення позиції “Хліб” [9,12]. Зарубіжні маркетингові дослідження ринку хлібобулочних виробів здійснюються саме у розрізі цієї групи, включаючи продукцію тривалого зберігання.

Таблиця 1

Динаміка ємності ринку хлібобулочних виробів

Показник ємності ринку	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2016/ 2010%
Кількість наявного населення, млн чол.	45,87	45,63	45,55	45,49	43,00	42,84	42,67	93,0
Хліб і хлібопродукти								
за раціональною нормою споживання (101 кг), тис. т	4632,9	4608,6	4600,6	4594,5	4343,0	4326,8	4309,7	93,0
фонд споживання населенням, тис.т	5105,9	5046,8	4989,9	4933,2	4667,7	4422,8	4308,7	84,4
Вироби хлібобулочні								
за середньозваженою нормою споживання, тис.т*	4330,1	4307,5	4299,9	4294,3	4059,2	4044,1	4028,0	93,0
за виробництвом промислової продукції, тис.т	1808	1763	1686	1561	1356,7	1231	1160	64,2
за обсягами реалізації продукції промисловими підприємствами, млн. грн	9636	11183	12007	12038	9611	13177	14917	154,8
Обсяг ринку, що не обліковується статистичною звітністю %								
відносно середньозваженої норми споживання хлібобулочних виробів, %*	58,2	59,1	58,0	58,9	66,6	69,6	71,2	

* 94,4 кг на рік, відповідно середньозваженої норми споживання, згідно структури населення. Джерело: розроблено автором за даними Держстату України, [11]

Окрім проблеми прозорості ринку, нами виявлено та проаналізовано основні загрози та ризики, до яких, разом із промисловим падінням виробництва та непрозорістю системи обліку продукції, можна віднести:

– низьку рентабельність виробництва (0,3% у 1 півріччі 2016 р.), нестачу обігових коштів у підприємств та можливостей оновлювати виробничі потужності (зношеність яких у 2015 р. складала 74,6%). Такий стан зумовили діючий до жовтня 2016 р. механізм державного регулювання цін на хліб, подовжені терміни повернення коштів за продукцію нетривалого зберігання, що реалізовано торгівлею, відсутність пільгового кредитування та ін.;

– зниження купівельної спроможності малозабезпечених верств населення в умовах зростання цін на хліб;

– недостатня якість пшениці, що використовується на борошно для хлібопечення (зокрема, низький вміст клейковини зерна [13]). Діючі галузеві стандарти дев'яностих років містять занижені вимоги до показників зерна. Пшениця високого класу переважно експортується зернотрейдерами, на потреби хлібопекарської галузі переробляється менш якісна сировина. Низькі врожайність та рентабельність жита призвели до скорочення площ, що засівалися. Відповідно, у 2016 р зменшилися обсяги виробництва житнього хліба – за рік майже на 46%, зросли ціни на нього, за рахунок імпортованої сировини;

– не забезпечується якість продукції, через відсутність належного контролю продукції непромислових виробників;

– зношеність основних фондів та низька технічна оснащеність підприємств;

– недостатній розвиток сільських територій тощо.

Виходячи з наведеного вище, нами запропоновано заходи з поліпшення діяльності ринку хлібобулочних виробів за напрямками:

1) уточнення обліку продукції на ринку, гармонізація понятійного апарату:

– ввести фінансову звітність з виробництва хлібобулочних виробів для підприємств мережевої торгівлі, що виробляють борошняну продукцію, та інших виробників, що знаходяться поза межами статистичної звітності;

– узгодити зі спеціалістами Держстату, Мінекономрозвитку, Держстандарту вживання термінів та визначень щодо хліба, хлібобулочних виробів та борошняних продуктів.

Очікуваний результат – більш чітка структуризація ринку та понятійного апарату, частки гравців на ньому. Уникнення плутанини у дослідженнях вчених та фахівців галузі;

2) забезпечення прозорості ринку та дій усіх його учасників:

– впровадити на регіональному рівні реєстри виробників хлібобулочної продукції (включаючи непромислових) та їх проектних потужностей; провести одноразове деталізоване обстеження та анкетування таких виробників;

– забезпечити звітування мережевої торгівлі щодо виробництва хлібобулочної продукції у натуральному та вартісному вимірі;

– вжити заходи щодо недопущення на ринок хлібобулочної продукції виробників, що не пройшли атестацію.

Очікуваний результат – досягнення прозорості ринку;

3) забезпечення якості та безпечності пропозиції сировини та готової продукції на ринку:

– відстежувати дотримання підприємствами вимог законодавства, запровадити механізм атестації усіх виробників хлібобулочних виробів з питань безпечності, якості продукції та дотримання усіх необхідних правил та вимог Закону України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів»;

– сприяти подальшому впровадженню системи НАССР на підприємствах та у продуктовому ланцюгу «виробництво-переробка-реалізація», відстежувати якість продукції, починаючи з насінневого фонду. Для невеликих підприємств, що не мають змоги впровадити систему – застосувати зовнішній контроль за дотриманням вимог безпечності та якості продукції;

– забезпечити якісну пропозицію пшениці, в тому числі шляхом селекції, застосування азотних добрив [13], будівництва нових елеваторів тощо;

– посилити дію програм підтримки виробників жита шляхом надання дешевих кредитів, впровадження заходів для збільшення її урожайності, включаючи відбір насінневого фонду, покращення якості ґрунтів, надання преференцій виробникам жита;

– впровадити заходи із першочергового забезпечення промислових підприємств якісними пшеницею та борошном шляхом запобігання неконтрольованого експорту пшениці, оновлення стандартів на борошно;

- забезпечити контроль за вимогами до маркування і пакування продукції, термінів її зберігання, наявності географічної позначки виробника та часу, місця виготовлення продукції, включаючи не запаковану;

- поширити використання збагаченого борошна для хлібопечення, за прикладом європейських країн та провідних українських холдингів.

Очікуваний результат – підвищення якості пропозиції хлібобулочних виробів у торговельних мережах;

4) *посилити ефективність ринкового механізму ціноутворення на хлібобулочні вироби:*

- подолати економіко – організаційні неузгодженості у ціновому ланцюгу «зерно – борошно – хліб» шляхом створення Міжгалузевої узгоджувальної комісії цін, витрат і доходів, із залученням всіх учасників виробничо-збутового ланцюгу та провідних експертів, за прикладом Фінляндії [14];

- законодавчо забезпечити ринковий механізм ціноутворення, включаючи підзаконні акти.

Очікуваний результат – посилення ринкових важелів при формуванні цін на хліб;

5) *забезпечити захист малозабезпечених верств населення в умовах зростання цін на продовольство:*

- впровадити механізм сплати продовольчих дотацій малозабезпеченим верствам населення, що включають дотації на хліб;

- на першому етапі – забезпечити адресну пропозицію продукції за соціальними цінами для малозабезпечених верств населення, за умови надання преференцій виробникам для виготовлення такої продукції.

Очікуваний результат – збільшення обсягів споживання хлібобулочних виробів, забезпечення потреб населення з низькими доходами;

6) *забезпечення хлібобулочними виробами населення з особливими потребами:*

- створити на регіональному рівні реєстри осіб з обмеженою рухливістю, особливими потребами (в тому числі хворих на діабет, целиакію тощо). Забезпечити державне замовлення вітчизняним підприємствам на виробництво продукції спеціального призначення та налагодити її адресну поставку за місцем проживання споживачів;

- розробити заходи із постачання хлібобулочної продукції до зони з обмеженим доступом;

- залучити суспільні організації, міжнародні фонди до спонсорської діяльності та соціальних програм щодо постачання хлібобулочної продукції інвалідам, ветеранам війни та АТО.

Очікуваний результат – задоволення потреб населення з особливими потребами у хлібобулочних виробах;

7) *впровадження програми імпортозаміщення:*

- розширити виробництво вітчизняної клейковини, безглютенової та дієтичної продукції та налагодити її експорт;

- нарощувати виробництво вітчизняних сумішей для виготовлення хліба прискореними методами, що гарантують якість готової продукції;

- налагодити виробництво вітчизняних бактеріальних заквасок для виготовлення хліба.

Очікуваний результат – забезпечення населення України якісною продукцією за суттєво нижчими цінами, порівняно з імпортом. Завантаженість виробничих потужностей, збільшення зайнятості населення та відрахувань до бюджету;

8) *посилення розвитку сільських територій в Україні та безперебійного постачання хліба селянам:*

- провести опитування селищних рад щодо стану доріг, проблем з безперебійним постачанням свіжого хліба та наявності точок продажу хлібобулочної продукції у кроковій доступності;

- забезпечити малі населені пункти мобільними точками продажу свіжої хлібобулочної продукції за попередніми замовленнями;
- сприяти створенню власних індивідуальних пекарень малої потужності (1-5 т на добу) у сільській місцевості;
- інфраструктурно забезпечувати сільські території, сприяти ремонту та будівництву доріг.

Очікуваний результат – подальший розвиток сільських територій;

9) сприяння розвитку хлібопекарського бізнесу на інноваційній основі, створення умов для добросовісної конкуренції:

- запровадити комплексну програму переозброєння підприємств із залученням інвестицій. Забезпечити ефективні капіталовкладення та сприятливий інвестиційний клімат, визначити пріоритетні напрями інвестування та надати державну підтримку підприємствам;

- залучити до фінансування вітчизняних та західних інвесторів на умовах внесків до Статутного фонду підприємств, а також середньо – і довгострокових кредитів, створити для них спеціальний режим роботи;

- здійснювати пошук нових ринків збуту в Україні та за кордоном, впровадити заходи стимулювання експорту продукції;

- запобігати картельним угодам, корупції та змовам, монополізації ринку окремими власниками;

- створити рівні умови конкуренції на ринку шляхом забезпечення дотримання всіма виробниками вимог податкового законодавства, офіційної зайнятості найманих працівників, вимог законодавства у сфері безпечності і якості харчових продуктів;

- підвищити престиж професії пекаря, досягти рівня заробітної плати не нижче за середню по харчовій промисловості;

- забезпечити постійний обмін досвідом із передовими підприємствами в Україні та зарубіжних країнах.

Очікуваний результат – підвищення ефективності діяльності бізнесу;

10) посилення ефективності ринкової інфраструктури:

- забезпечити випереджаюче зростання інфраструктури, порівняно з основним виробництвом, враховуючи досвід провідних європейських країн, точкові інвестиції в інфраструктуру;

- розробити комплексну програму вдосконалення логістичної інфраструктури на підставі аналізу логістичної інфраструктури регіонів, яка включає ринок сировини та готової продукції, що підвищить ефективність логістичних потоків;

- розширити комплекс маркетингу та зворотній зв'язок торговельних мереж з покупцями.

Очікуваний результат – підвищення ефективності ринкової діяльності;

11) налагодження рівноправної взаємодії виробників із торговельними мережами:

- запобігати несвоєчасним розрахункам за продукцію, що реалізовано, та дискримінації промислової продукції при розміщенні на полицях;

- унеможливити стягнення торгівлею додаткових платежів.

Очікуваний результат – посилення позицій виробників та збільшення пропозиції якісної продукції у торговельній мережі;

12) забезпечення ефективної податкової, фінансово-кредитної політики та своєчасних розрахунків між учасниками ринку:

- поновити пільгове кредитування виробників для придбання обладнання та сировини та повернення виробникам відсотків за кредити;

- знизити податкове навантаження;

- відмінити мито на ввезене хлібопекарське обладнання;

- впровадити планові взаєморозрахунки між підприємствами та постачальниками послуг (включаючи електроенергію).

Очікуваний результат – покращення фінансового стану виробників хлібобулочної продукції;

13) диверсифікація асортименту, впровадження програми «Здоровий хліб»:

– виховувати культуру споживання хліба, починаючи зі шкільних лав, за прикладом Фінляндії;

– всебічно інформувати населення щодо його корисних властивостей та норм споживання хлібобулочної продукції.

Очікуваний результат – збільшення споживання оздоровчої продукції, покращення здоров'я населення.

Висновки. Пропозицію продукції на ринку хлібобулочних виробів представлено переважно непромисловими виробниками. Мають місце проблеми та неузгодженості, особливо в частині забезпечення прозорості ринку, якості сировини, оснащеності підприємств тощо. Запропоновано шляхи поліпшення діяльності ринку хлібобулочних виробів, що включають в себе заходи із забезпечення його прозорості, якості та безпечності хлібобулочної продукції, посилення ринкової інфраструктури та розвитку сільських територій та ін., що сприятимуть його сталому та ефективному розвитку.

Література

Васильченко, А.Н. Некоторые особенности функционирования рынка хлеба в Украине / А.Н. Васильченко. // Хранение и переработка зерна. – №3. – 2013. – С. 15-17.

2. Мостенська, Т. Л. Визначення обсягу тіньового ринку хліба / Т. Л. Мостенська // Продовольчі ресурси: проблеми і перспективи: зб. наук. праць за матеріалами III Міжнародної науково-практичної конференції, Секція 2. "Економіка та управління підприємствами і галузями агропродовольчого комплексу". 4 лист. 2015 р. / Інститут продовольчих ресурсів НААН України. – К.: ННЦ ІАЕ. – 2015. – С. 21-23.

3. Навольська, Н. В. Сучасний стан та перспективи розвитку ринку хліба та хлібобулочних виробів Тернопільського регіону / Н.В. Навольська [електронний ресурс]. – Режим доступу: global-national.in.ua/.../2139-navolska-n-v-doslidzhennya-ri.. – С. 163-167.

4. Ралко, О. С. Дослідження ринку хліба та хлібобулочних виробів України / О.С.Ралко // Проблеми науки. – 2012. – № 8. – С. 39-44.

5. Ємність внутрішнього споживчого ринку сільськогосподарської продукції та продовольства: монографія [О. М. Шпичак, Ю. О. Лупенко, В. М. Жук, О. В. Боднар, Є. А. Михайлов]; за ред. О. М. Шпичака. – К.: «ННЦ «ІАЕ», 2013. – 180 с.

6. Боднар, О. В. Перспективи збільшення доданої вартості на ринку соєвих бобів і продуктів їх переробки в Україні / О. В. Боднар, А. Л. Педорченко // Економіка АПК. 2015. № 3. С. 51-60 Боднар О. В. Перспективи збільшення доданої вартості на ринку соєвих бобів і продуктів їх переробки в Україні / О. В. Боднар, А. Л. Педорченко // Економіка АПК. – 2015. – № 3. С. 51-60.

7. Buckley, M. The convenience food market in Great Britain: Convenience food lifestyle (CFL) segments / M. Buckley, C. Cowan., M. McCarthy. Available at: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S01956663070027>.

8. Peter, E. Recent trends in the food trade sector of Hungary, the example of the lake Balaton resort area / E. Peter, M. Weisz // Central European Agriculture. Scientific journal in agriculture. 2006, 7 (3), p.401-408.

9. Бокій, О.В. Споживання хліба і хлібопродуктів та купівельна спроможність населення України / О. В. Бокій // Економіка АПК. – 2016. – № 1. – С. 48–55.

10. Офіційний сайт Державної служби статистики [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua/>.

11. Про затвердження наборів продуктів харчування, наборів непродовольчих товарів та наборів послуг для основних соціальних і демографічних груп населення

/Постанова КМУ № 656 від 14.04.2000. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/656-2000-%D0%BF>.

12. Бокій, О.В. Гармонізація понятійного апарату в системі управління ринком хлібобулочних виробів / О.В. Бокій // Східна Європа: економіка, бізнес та управління». – 2017. – № 4 (09) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/9_2017/06.pdf.

13. Petrenko V., Liubich V., Bondar V. 2017. Baking quality of wheat grain as influenced by agriculture systems, weather and storing conditions. Romanian agricultural research. Vol. 34. – p. 69–76.

14. Шпичак, О. М. Економіко-організаційні неузгодженості взаємовідносин у продуктових ланцюгах в умовах інфляційно-девальваційних процесів / О. М. Шпичак // Економіка АПК. – 2015. – № 6. – С. 85 – 95.