

Розвиток хлібопекарських підприємств в Україні: проблеми та перспективи

Хлібопекарська галузь є важливою стратегічною складовою вітчизняної промисловості, що покликана забезпечити населення основним продуктом харчування. Діяльність хлібопекарських підприємств має вагомое соціальне, економічне і політичне значення, а тому потребує своєчасного виявлення проблем, з якими стикаються вітчизняні підприємства, визначення перспектив розвитку та пошуку шляхів підвищення ефективності їхньої діяльності.

Основною проблемою ринку хліба і хлібобулочних виробів України є стабільне скорочення обсягів промислового виробництва продукції, що протягом останнього десятиліття становило більше, ніж 30%. У 2012 р. було вироблено 1607,4 тис. т стратегічно важливого продукту харчування, що на 727,6 тис. т менше порівно з 2003 р., коли випуск склав 2335 тис. т. У 2011 р. в Україні було вироблено 1694,2 тис. т хлібобулочних виробів або 38,7 кг на одну особу [4]. Проте мінімальний споживчий кошик включає 101 кг хліба в рік [3, 100], а згідно з науково обґрунтованими рекомендаціями одна людина має споживати 0,3-0,33 кг хлібобулочних виробів у день, що становить 108-120 кг на рік. Таким чином, на одну людину виробляється приблизно у 3 рази менше продукції, ніж потрібно. Дослідження свідчать, що статистичні дані щодо обсягів виробництва та реалізації хліба і хлібобулочних виробів в Україні є нижчими від фактичних, оскільки дефіциту хліба в Україні немає, а попит задовольняється в повному обсязі.

Вважається, що причинами такої ситуації є:

- зростання обсягів випуску продукції невеликими підприємствами, інформація про діяльність яких не враховується органами статистики (тобто існує не обліковане виробництво хліба та хлібобулочних виробів, яке не відображає реальні обсяги випуску цієї продукції);
- зменшення споживання хліба внаслідок скорочення населення країни, зниження купівельної спроможності населення, більш економного використання хліба та випікання хліба населенням самотужки.

Продукція хлібопекарських підприємств має нетривалий термін реалізації та придатності, а основними її споживачами є населення місцевого ринку. Тому пропозиція хлібобулочних виробів на ринку формується на основі платоспроможного попиту споживачів, їхніх традицій, смаків і уподобань. У діяльності хлібопекарських підприємств спостерігається розширення асортименту хлібобулочних виробів та поліпшення його структури у результаті збільшення виробництва хліба і хлібобулочних виробів із муки поліпшеного помелу, випікання виробів, у склад яких входять

молочні продукти, виробів, збагачених білками, вітамінами, збільшення обсягу виробництва дієтичних сортів хліба й виробів для дитячого харчування. Однак ця позитивна тенденція сповільнюється внаслідок зниження купівельної спроможності населення.

Хлібопечення входить до складу переробної промисловості й основна частина витрат припадає на сировину. Якість продукції значною мірою залежить від якості сировини, застосовуваної у виробництві, а ефективність діяльності підприємства – від співпраці з постачальниками цієї сировини.

За даними Об'єднання «Укрхлібпром» питома вага борошна у структурі собівартості хліба становить, залежно від сорту, 40-47%; заробітної плати основних робітників з відрахуваннями – 10-11%; палива – в середньому 8-11% [1]. Зростання цін на сировину і паливно-мастильні матеріали зумовлює зростання собівартості хлібобулочних виробів. Однак ціноутворення продукції хлібопекарської галузі підлягає жорсткому адміністративному регулюванню з боку держави. Така ситуація призводить до зниження рентабельності продукції та збитковості підприємств. Особливо гостро відчувають наслідки такої політики ті підприємства, що випікають значну частку соціальних сортів хліба.

Аналіз основних виробничих фондів хлібопекарських підприємств показує, що зношення парку технологічного обладнання становить 40% [2, 16]. На багатьох вітчизняних хлібо заводах, зокрема на хлібо заводах середньої та великої потужності, ще експлуатують морально і фізично застаріле хлібопекарське обладнання, особливо це стосується печей.

Хлібопекарська промисловість є доволі перспективною, оскільки забезпечує швидкий обіг капіталу, має можливості розширювати асортимент, розробляти нові види продукції, що не займає надто багато часу і не потребує великих витрат грошових коштів, виробникам пропонується нове більш потужне, ефективне та економне обладнання (в основному зарубіжне) для виробництва хлібобулочних виробів. Тому на хлібопекарських підприємствах необхідно визначати реальний попит на продукцію, розширювати асортимент і поліпшувати якість продукції, нарощувати обсяги виробництва, раціонально використовувати наявні потужності, встановлювати сучасне енергозберігаюче технологічне обладнання, проводити реконструкцію та оптимізувати витрати.

Література

1. Інформація про підсумки роботи підприємств хлібопекарської галузі, виконавчого апарату Об'єднання «Укрхлібпром» та ЦВТЛ у 2011 році [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ukrhlbprom.org.ua/ua/novini/richnij_zvit_2011.html
2. Петруха С. Методологічні засади аналізу фінансового стану хлібопекарської підгалузі харчової промисловості України / Сергій Пеструха, Максим Колотуша // Економіст. – 2007. – № 5. – С. 15–27.
3. Постанова Кабінету Міністрів України “Про затвердження наборів продуктів харчування, наборів непродовольчих товарів та наборів послуг для основних соціальних і демографічних груп населення” від 14 квітня 2000 р. № 656 // Офіційний вісник України. – 2000. – № 16. – С. 97–111.
4. www.ukrstat.gov.ua