

УДК 338.45

Наталія КОСТЕЦЬКА

РИНОК ХЛІБА І ХЛІБОБУЛОЧНИХ ВИРОБІВ УКРАЇНИ: СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

***Резюме.** Досліджено сучасний стан та перспективи подальшого розвитку ринку хліба і хлібобулочних виробів в Україні. Наведено статистичні дані про обсяги промислового виробництва та споживання хлібопекарської продукції. Проаналізовано наслідки впливу державного регулювання на діяльність хлібопекарських підприємств. Досліджено проблеми забезпечення хлібопекарських підприємств необхідними сировинними ресурсами належної якості за доступними цінами. Встановлено, що на ринку хліба і хлібобулочних виробів функціонує велика кількість підприємств різних розмірів і форм власності, які конкурують між собою на регіональних ринках. Окреслено перспективи подальшого розвитку ринку, що полягають у дослідженні реального попиту на хлібопекарську продукцію, забезпеченні підприємств необхідними ресурсами за прийнятними цінами, удосконаленні цінової політики.*

***Ключові слова:** ринок хліба, хлібопекарські підприємства, хліб, хлібобулочні вироби, обсяг виробництва, асортимент, конкуренція.*

Nataliia KOSTETSKA

THE MARKET OF BREAD AND BAKERY PRODUCTS IN UKRAINE: STATE AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT

***Summary.** The article investigates peculiarities of development of the market of bread and bakery products in Ukraine. The author shows statistic data about industrial production volumes of bread and bakery products and product consumption by population, outlines the reasons of the imbalance between production and consumption of bakery products, analyses changes in the structure of the group product range of bread and bakery products. The impact of state regulation on activity of baking companies that manifested in setting the upper limits of prices for socially important types of bread is characterized. Problems of providing baking companies by necessary raw materials of adequate quality at affordable prices are investigated. It is found that on the market of bread and bakery products operates a large number of enterprises of different size and form of ownership that compete on the regional markets. Competition is characterized by the following non-price factors such as product quality and product range of bread and bakery products and also the price factor that is important for people with low incomes. Prospects for the further market development that means investigation the real effective demand for bakery products in order to provide adequate supply from the manufacturers, providing businesses with the necessary resources at affordable prices, improving pricing policy with regard to interests of consumers and producers are outlined.*

***Key words:** bread market, baking companies, bread, bakery products, production volume, product range, competition.*

Постановка проблеми. Ринок України представлений великою кількістю вітчизняних підприємств, які забезпечують населення необхідними продуктами харчування. Значна частина продовольчих товарів постачається із-за кордону. Однак особливістю ринку хліба і хлібобулочних виробів України є майже стовідсоткове забезпечення продукцією вітчизняного виробництва. Це зумовлено тим, що хліб і хлібобулочні вироби мають короткий термін зберігання й повинні бути реалізовані протягом доби. Здатність хлібопекарської продукції швидко втрачати споживчі властивості та неможливість транспортувати на великі відстані захищає вітчизняний ринок від ввезення імпортних товарів і, таким чином, дає змогу уникати конкуренції із закордонними виробниками. Водночас такі якісні характеристики продукції обмежують діяльність хлібопекарських підприємств і змушують їх працювати в умовах, коли виробництво повинно дорівнювати споживанню продукції.

Висока соціальна значущість хліба та потреба у стабільному й своєчасному забезпеченні населення якісною і свіжою продукцією зумовлюють необхідність дослідження реальної місткості ринку та виявлення потенційних можливостей для розвитку хлібопекарських підприємств відповідно до змін, які відбуваються в суспільстві. Тому дослідження стану, проблем і перспектив розвитку ринку хліба і хлібобулочних виробів України було, є і залишатиметься в майбутньому актуальним за будь-яких умов розвитку економіки країни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми розвитку ринку хліба і хлібобулочних виробів в Україні досліджували у своїх працях О. Васильченко, К. Васіна, І. Ладико, Н. Навольська, О. Опря, О. Ралко, Н. Скопенко та інші вітчизняні науковці. В опублікованих дослідженнях висвітлено основні тенденції та проблеми розвитку хлібопекарської промисловості в роки незалежності України. Однак, зважаючи на необхідність у постійному забезпеченні населення хлібом, виникає потреба у дослідженні нових проблем, з якими стикаються вітчизняні хлібопекарські підприємства, та окресленні перспектив подальшого розвитку ринку хліба і хлібобулочних виробів відповідно до тих умов, які виникають у результаті змін, що відбуваються в країні.

Мета статті. Дослідження особливостей ринку хліба і хлібобулочних виробів в Україні, сучасного стану, проблем і перспектив подальшого розвитку в сучасних умовах господарювання.

Виклад основного матеріалу. Згідно з офіційними статистичними даними протягом останнього десятиліття спостерігалось стабільне скорочення споживання хлібних продуктів населенням України (табл.1) [5;6]. До хлібних продуктів окрім хліба і хлібобулочних виробів відносять макаронні вироби в перерахунку на борошно, борошно, крупи, бобові. Держкомстат України не оприлюднює дані про обсяги споживання хліба і хлібобулочних виробів, які вироблені домашніми господарствами та усіма підприємствами, незалежно від розміру, форми власності чи основного виду діяльності.

Таблица 1

Споживання і виробництво продуктів на одну особу
за рік в Україні у 2004–2013 рр.

Table 1

Consumption and production of food per person per year in Ukraine in 2004–2013

Роки	Споживання хлібних продуктів		Виробництво хліба і хлібобулочних виробів		Питома вага хліба і хлібобулочних виробів промислового виробництва у структурі споживання хлібних продуктів, %
	кг	Темп приросту до попереднього року, %	кг	Темп приросту до попереднього року, %	
2004	126	–	48,6	–	38,6
2005	124	-1,59	48,1	-1,03	38,8
2006	120	-3,23	46,2	-3,95	38,5
2007	116	-3,33	43,7	-5,41	37,7
2008	115	-0,86	42,8	-2,06	37,2
2009	112	-2,61	39,7	-7,24	35,4
2010	111	-0,89	39,4	-0,76	35,5
2011	110	-0,90	38,6	-2,03	35,1
2012	109	-0,91	37,0	-4,15	33,9

2013	108	-0,92	34,3	-7,30	31,8
------	-----	-------	------	-------	------

Питома вага хліба і хлібобулочних виробів промислового виробництва у структурі споживання хлібних продуктів становить понад 30%, але з кожним роком ця частка зменшується (табл.1). Протягом досліджуваного періоду спостерігалася стійка тенденція до зниження промислового виробництва хліба і хлібобулочних виробів в розрахунку на одну особу, зокрема з 48,6 кг у 2004 р. до 34,3 кг у 2013 р. [5;6]. Однак згідно з обґрунтованими нормами споживання хліба і хлібобулочних виробів рекомендованим є споживання однією особою 108–120 кг продукції в рік. Отже, вітчизняні промислові хлібопекарські підприємства лише на третину забезпечують потребу населення у цьому важливому продукті харчування.

За даними Держкомстату напрашується висновок, що в Україні існує дефіцит хліба. Проте фактично ми маємо можливість спостерігати, що попит на хліб і хлібобулочні вироби задоволений в повному обсязі. Магазины з продажу хлібопекарської продукції пропонують широкий асортимент виробів різних виробників у достатній кількості. Причиною такого дисбалансу є те, що дані Держкомстату про обсяги виробництва хліба і хлібобулочних виробів в Україні загалом та зокрема у розрахунку на одну особу охоплюють діяльність лише великих промислових підприємств і не враховують результатів діяльності міні-пекарень, супермаркетів, які займаються випіканням і реалізацією власної хлібопекарської продукції, та підприємств, для яких хлібопечення не є основним видом діяльності. Окрім цього, необлікованим є випікання хліба і хлібобулочних виробів населенням в домашніх умовах.

Загалом в Україні протягом останнього десятиліття відбулося скорочення промислового виробництва й реалізації хліба та хлібобулочних виробів більше, ніж на 30% (рис.1) [5;6]. Відтак у 2013 р. в Україні було вироблено 1560 тис. т продукції, що на 747 тис. т менше порівно з 2004 р., коли було вироблено 2307 тис. т продукції.

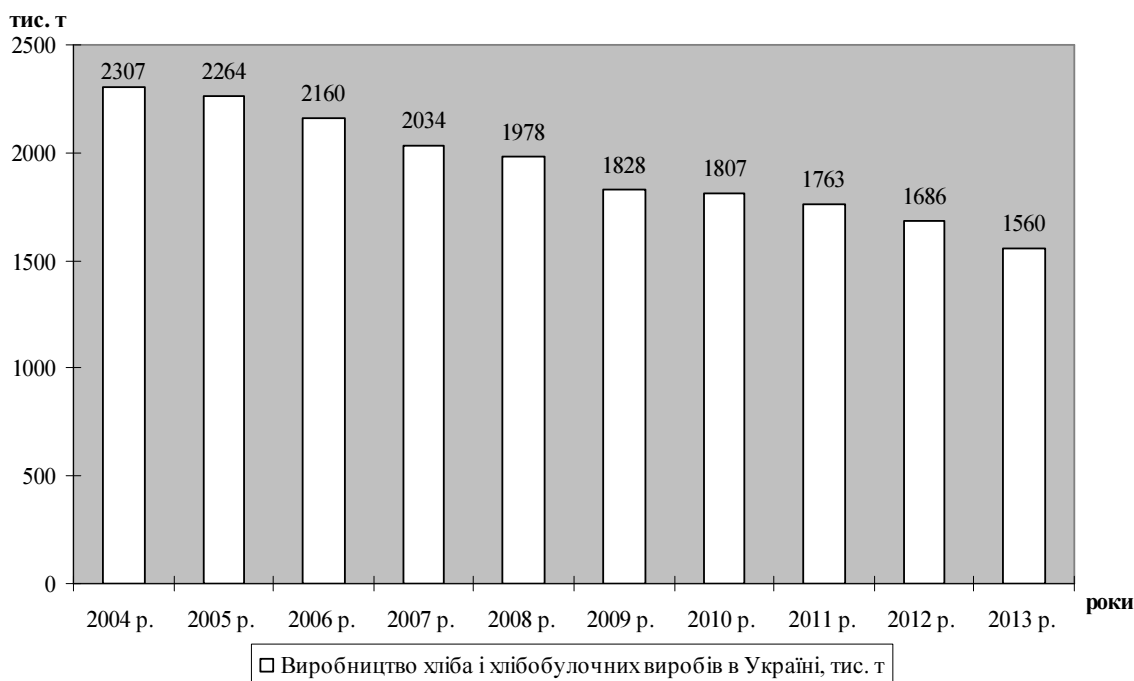


Рисунок 1. Виробництво хліба і хлібобулочних виробів в Україні у 2004–2013 рр.

Figure 1. Production of bread and bakery products in Ukraine in 2004–2013

Окрім наведених вище причин дисбалансу між виробництвом і споживанням продукції, зниження обсягів промислового виробництва хліба і хлібобулочних виробів зумовлено скороченням чисельності населення країни з 47,4 млн. осіб у 2004 р. до 45,4 млн. осіб у 2013 р. [5;6], більш економним використанням продукції у зв'язку із підвищенням цін, зміною смаків і уподобань споживачів продукції в результаті зміни рівня доходів.

Реальну місткість українського ринку хліба і хлібобулочних виробів експерти оцінюють у 3,8–4,0 млн. т на рік, виходячи з розрахунку біологічної норми споживання хліба на одну людину [7].

Зниження обсягів промислового виробництва хліба і хлібобулочних виробів загалом в Україні спричинило скорочення обсягів виробництва більшості видів виробів і зміни в структурі групового асортименту в межах номенклатури продукції промисловості (табл.2) [1;2;3;4].

Таблиця 2

Груповий асортимент виробництва хліба і хлібобулочних виробів
в Україні у 2009–2013 рр.

Table 2

Group product range of bread and bakery products in Ukraine in 2009–2013

Вид продукції	Обсяг виробництва хліба і хлібобулочних виробів, тис. т					Структура виробництва хліба і хлібобулочних виробів, %				
	2009р.	2010р.	2011р.	2012р.	2013р.	2009р.	2010р.	2011р.	2012р.	2013р.
Хліб пшеничний	900,3	871,3	787,8	729,7	677,1	49,26	48,22	46,50	45,40	44,82
Хліб житній	9,7	11,0	8,8	8,6	13,4	0,53	0,61	0,52	0,54	0,89
Хліб житньо-пшеничний і пшенично-житній	543,6	541,1	518,8	488,2	456,9	29,75	29,94	30,62	30,37	30,24
Хліб дієтичний	2,0	2,1	2,0	2,1	2,3	0,11	0,12	0,12	0,13	0,15
Вироби булочні	366,4	375,9	372,4	374,9	356,5	20,05	20,80	21,98	23,32	23,60
Хліб інший	5,5	5,7	4,4	3,9	4,5	0,30	0,32	0,26	0,24	0,30
Разом хлібобулочні вироби	1827,5	1807,1	1694,2	1607,4	1510,7	100	100	100	100	100

Відтак протягом останніх п'яти років стабільно скорочувалися обсяги промислового виробництва хліба пшеничного, житньо-пшеничного і пшенично-житнього. Незначне зростання спостерігалось лише у виробництві дієтичного хліба.

Щодо структури групового асортименту хлібопекарської продукції, то майже половину становить виробництво пшеничного хліба. Частка пшеничного хліба у структурі промислового виробництва залишалася найбільшою, хоча поступово знижувалася, зокрема на 5% у 2013 р. порівняно з 2009 р. Незначне, але стабільне зростання питомої ваги спостерігалось лише у виробництві дієтичного хліба і булочних виробів.

Хліб як соціально важливий продукт харчування належить до тих товарів, що постійно перебувають у полі зору держави, яка приділяє значну увагу регулюванню цін на соціальні сорти і встановлює верхню межу цін.

Виробництво хлібобулочних виробів є матеріаломістким і значну частку в структурі собівартості продукції займають витрати на сировину. Постійне поступове підвищення цін на борошно, дріжджі, сіль, воду та іншу сировину, а також на енергоресурси і паливо, призводить до зростання собівартості продукції. Однак, зважаючи на соціальну значущість хліба, держава встановлює граничний рівень рентабельності на соціальні види хліба, а органи місцевої влади стежать за цінами і жорстко регулюють їхній рівень. Такими чином, виробництво соціальних видів хліба обмежує можливості підвищення прибутковості підприємств. Нарощування обсягів виробництва елітних видів хлібопекарської продукції з різними наповнювачами, ціноутворення на яку держава не регулює, значною мірою залежить від платоспроможного попиту споживачів. Зважаючи на стійку тенденцію, що спостерігається протягом останніх років, до зменшення доходів населення та зниження його купівельної спроможності, цей сегмент ринку також є обмеженим для вітчизняних підприємств.

Результати діяльності хлібопекарських підприємств значною мірою залежать від закупівельних цін на борошно, частка якого у собівартості готової хлібопекарської продукції становить близько 50% залежно від виду продукції. Держава регулює механізм забезпечення хлібопекарських підприємств зерном і борошном для потреб виробництва. Але, у зв'язку із поглибленням кризової ситуації в країні, з боку держави запроваджено обмеження щодо забезпечення виробників хлібопекарської продукції борошном із зерна з Аграрного фонду. У 2014 р. постановою КМУ №381 від 27 серпня 2014 р. «Про внесення зміни до Порядку постачання та використання борошна, виробленого із зерна державного інтервенційного фонду» [7] запроваджено зміни, згідно з якими зерно за пільговими цінами із державного інтервенційного фонду хлібопекарські підприємства можуть отримувати лише для виробництва «хліба вагою більш як 500 грамів з борошна пшеничного вищого, першого і другого сорту та їх суміші, борошна житнього та суміші борошна пшеничного та житнього простої рецептури (борошно, дріжджі, сіль, вода) без додавання цукру, жиру, інших наповнювачів, хліба і хлібобулочних виробів для діабетиків», а не «хліба та хлібобулочних виробів, що користуються найвищим споживчим попитом у регіоні» як було раніше [7]. Це обмежує можливості розширення асортименту хлібопекарських підприємств тими виробами, які у своїй рецептурі містять цукор, жири, молоко і молочні продукти, оскільки їх не можна віднести до простих рецептур. Таким чином, хлібопекарські підприємства змушені переглядати асортимент вироблюваної продукції та впроваджувати нові види продукції, які б були прибутковими для підприємства.

Окрім цінового фактора, важливе значення при виробництві хлібопекарської продукції відіграє якість сировини, зокрема борошна. Борошно із зерна, зараженого фузаріозом чи клопом черепашкою, з низьким хлібопекарськими властивостями, використане у хлібопеченні, негативно впливає на якість готової продукції. Зниження якісних характеристик продукції хлібопекарського підприємства впливає на репутацію підприємства-виробника та ставлення споживачів до його продукції. Втрата довіри у споживача в результаті виготовлення продукції з низькими смаковими та органолептичними властивостями призводить до зменшення чи втрати частки ринку, а це, як наслідок, впливає на рівень прибутковості та перспективи подальшого розвитку підприємства.

В Україні функціонує велика кількість хлібопекарських підприємств різного розміру і форми власності, які конкурують між собою на регіональних ринках. Конкуренція на ринку хліба і хлібобулочних виробів характеризується такими неціновими факторами, як якість продукції та широта асортименту. Підприємства, які виробляють продукцію з високими смаковими властивостями та у привабливій

упаковці, а також здатні розширювати асортимент відповідно до потреб споживачів, є більш конкурентоспроможними. Разом з тим у період посилення кризи в країні все більшого значення набуває ціновий фактор конкуренції. Особливо чутливими до коливань ціни є соціально незахищені верстви та населення із низьким рівнем доходів.

Висновки. Ринок хліба і хлібобулочних виробів в Україні характеризується високою конкуренцією і представлений великою кількістю підприємств-виробників. Хлібопекарські підприємства пропонують широкий асортимент виробів з різними смаковими властивостями, поживною цінністю, вагою, а також постійно поповнюють його новими зразками. Попит на хлібопекарську продукцію є стабільним, але постійно скорочуються обсяги промислового виробництва. Неузгодженість офіційних статистичних даних із реальною місткістю ринку ускладнює процеси планування діяльності хлібопекарських підприємств у середньотерміновій та довготерміновій перспективі, а також визначення потреби у борошні, як основній сировині для хлібопекарської промисловості, на рівні держави. Із посиленням кризової ситуації в країні загострюється проблема забезпечення вітчизняних підприємств борошном з відповідними хлібопекарськими властивостями за доступною ціною.

Тому в сучасних умовах потрібно проводити дослідження реального платоспроможного попиту населення на хлібопекарську продукцію для забезпечення відповідної пропозиції з боку підприємств-виробників. А також необхідно оптимізувати процес забезпечення діяльності хлібопекарських підприємств необхідними ресурсами за прийнятними цінами та удосконалити цінову політику, яка враховуватиме інтереси споживачів і виробників продукції.

Conclusions. The market of bread and bakery products in Ukraine is highly competitive and presents a large number of manufacturers. Baking companies offer a wide product range of products with different taste, nutritional value, weight, and constantly replenish it with new samples. Demand on bakery products are stable but industrial output is constantly decres. The inconsistency of official statistics with the real capacity of the market complicates the planning processes at baking companies in the medium and long term period, and identifying needs in the flour as the main raw materials for baking industry at the state level. The problem of providing domestic enterprises with flour with baking relevant properties at a reasonable price is exacerbated with the intensification of the crisis in the country.

Therefore, it is necessary to conduct research real demand on bakery products in order to ensure adequate supply from manufacturers in modern conditions. And it is also necessary to optimize the process of providing necessary resources at reasonable prices for baking companies and to improve pricing policy that will take into account the interests of consumers and producers.

Використана література

1. Виробництво промислової продукції за видами в Україні за січень – грудень 2011 року: статистичний бюлетень. – К.: Державна служба статистики України, 2012. – 136 с.
2. Виробництво промислової продукції за видами в Україні за січень – грудень 2012 року: статистичний бюлетень. – К.: Державна служба статистики України, 2013. – 216 с.
3. Виробництво промислової продукції за видами в Україні за січень – грудень 2013 року: статистичний бюлетень. – К.: Державна служба статистики України, 2014. – 226 с.
4. Промисловість України у 2007 – 2010 роках: статистичний збірник. – К.: Державна служба статистики України, 2011. – 307 с.
5. Статистичний щорічний України за 2010 р. – К.: Державна служба статистики України, 2011. – 560 с.
6. Статистичний щорічний України за 2013 р. – К.: Державна служба статистики України, 2014. – 533 с.

7. Хлебный бизнес: новые реалии – новые задачи [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://ukrplibprom.org.ua/ua/publikaciii/jurnal_hlebniy-i-konditerskiy-biznes_8-oktyabr-2014.html

Отримано 15.03.2015