

УДК 631.145:633.1

СПЕЦИФИКА РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ХЛЕБОПЕКАРНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Плотникова М.Ф., – к.е.н., ассистент
Государственный агроэкологический университет
Мосейчук В.В., – главный инженер
ОАО «Новоград-Волынский хлебозавод»

Отмечены основные тенденции развития предприятий хлебопекарной промышленности Украины. Выделены ключевые моменты эффективности хозяйственной деятельности. Также сделан анализ факторов, определяющих развитие и стратегические ориентации в условиях рыночной экономики.

The basic trends of baking industry in Ukraine are described. The paper also deals with the key moments of economic activity efficiency. It analyses the factors determining the development and strategic orientations in the conditions of market economy.

Ключевые слова: ОТРАСЛЬ ХЛЕБОПЕЧЕНИЯ, ПОТРЕБЛЕНИЕ ХЛЕБА, ЦЕНА ХЛЕБА, ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ ОТРАСЛИ, СТРАТЕГИЯ

Деятельность предприятий хлебопекарной промышленности базируется на понимании нужд потребителей с возрастающими требованиями к качеству продукции на фоне сокращения среднедушевого потребления, динамических изменений конъюнктуры рынка и высокого уровня отраслевой конкуренции с проявлениями экспансии. Все это требует от руководителей и специалистов обеспечения устойчивых позиций на рынке при условии выработки стратегии маркетинга.

Украинский хлебный рынок сформировался под влиянием советской системы с целью накормить народ хлебом. Тогда вместо пекарен строились хлебозаводы, а крупнотоварное производство было сориентировано на большие объемы продукции. Современные тенденции развития предприятий хлебопекарной отрасли ознаменовались появлением частных предприятий (возросло количество мини-пекарен) с малым ассортиментом и сокращением объемов потребления хлеба (табл. 1). Снижение потребления хлеба с 6,7 млн. тонн в 1990 р. до 2,4-2,5 млн. тонн в 2005 р. обусловлено как сокращением объемов производства, так и потребностями внут-

ренного рынка. В тоже время потребление хлеба украинцами выше по сравнению с европейцами (суточное потребление хлеба в Европе – 120 г, Украине – 277 г).

Таблица 1

Потребление основных продуктов питания домашними хозяйствами Украины на одного человека в год, кг

Виды продукции	Год								Норма [1]	2005 в % к	
	1990	1995	2000	2001	2002	2003	2004	2005		1990 г.	нормы
Мясо и мясопродукты	68	39	33	31	33	35	39	39	78	57,4	50,0
Молоко и молокопродукты	373	244	199	205	225	226	226	226	370	60,6	61,1
Яйца, шт.	272	171	166	180	209	214	220	238	274	87,5	86,9
Рыба и рыбные продукты	17,5	3,6	8,4	11,0	11,9	12,0	12,3	14,5	20	82,9	72,5
Сахар	50	32	37	40	36	36	38	38	40	76,0	95,0
Растительное масло	11,6	8,2	9,4	10,0	10,7	11,3	13,0	13,5	13	116,4	103,8
Картофель	131,0	124,0	135	140	133	138	141	133	105	101,5	126,7
Овощи	102	97	102	105	108	114	115	118	104	115,7	113,5
Плоды и ягоды	47	33	29	26	29	33	34	36	75	76,6	48,0
Хлебные продукты	141	128	125	130	131	125	125	123	115	87,2	107,0

В соответствии с Постановлением Кабинета Министров Украины, принятым в 2000 г., ежегодное минимальное количество хлеба в потребительской корзине предусмотрено на уровне 101 кг, в т.ч. 39 кг ржаного хлеба и 62 кг – пшеничного [2]. Несоответствие статистики обусловлено наличием теневого сектора – мини-пекарен и выпекания хлеба в домашних условиях преимущественно в сельской местности, что статистикой не учитывается. Несмотря на спад объемов производства и потребления хлеба в Украине рынок хлебобулочных изделий остается наиболее развитым в государстве, поскольку в условиях жесткой конкуренции существует возможность наращивания объемов производства и реализации новых высококачественных видов продукции.

Провозглашенная в Рио-де-Жанейро концепция устойчивого развития становится существенным рычагом деятельности в странах мирового сообщества, что нашло свое проявление в экоменеджменте и экоаудите. Принцип экологической саморегуляции реализуется в соответствии со стандартами ЕС и путем распространения экологической информации, регулируя деятельность предприятий с использованием элементов рыночной мотивации: целенаправленное поведение потребителей обеспечивает вознаграждение компаний с надежной практикой природоохранного управления – экоменеджмента [3]. В отличие от европейского в украинском производстве первоочередное значение имеют требования относительно не экологичности, а безопасности продукции для потребителя. С этой целью проводят оценку и контроль вредных факторов продовольственного сырья, технологических процессов и готовой продукции на наличие высокого качества и безопасности зернопродуктов.

Хлеб занимает наибольшую часть в рационе славянина, поэтому введение в его состав полезных компонентов может существенно повлиять на здоровье людей. Хлеб – на 30% удовлетворяет потребность в белке и калориях, на 50% – в витаминах группы *B*, солях фосфора, железа, углеводах и пищевых волокнах. Наибольшую ценность для здорового питания приносят хлебцы, обогащенные пищевыми волокнами, содержащимися в отрубях, муке грубого помола, измельченной крупке и метилцеллюлозе. Для больных диабетом, сердечно-сосудистыми заболеваниями производят бессолевой хлеб, для людей с гастритом или язвенной болезнью – хлеб с пониженной кислотностью, для больных ожирением – хлеб со сниженным содержанием углеводов с добавлением измельченного зерна, отрубей, лецитина и йода вследствие их низкой концентрации в рационе. Темно-коричневый хорошо пропеченный хлеб

(ржаной или пшеничный) содержит много антиоксидантов, которые противостоят развитию рака толстой кишки.

В период становления государственности в Украине обозначилась четкая тенденция к предпочтению низкосортных видов хлеба, наиболее высокие темпы потребления которого приходились на наименее обеспеченные слои населения (студентов, пенсионеров, одиноких граждан). Вследствие значимости хлеба цена на него, особенно социальных сортов практически не изменялись, а отдельные повышения имели краткосрочный характер.

Результатом жесткого регулирования цен явилось переключивание основного производства на большие хлебозаводы. Это справедливо, поскольку именно они способны гарантировать высокое качество и безопасность выпущенной продукции. Кроме того, они сориентированы на выпуск массовых сортов хлеба – украинский, формовой первого сорта и батон, которые составляют 65% всей продукции. Наличие аккредитованных лабораторий обеспечивает контроль входного сырья, технологического процесса и готовой продукции.

Отрицательным следствием государственного регулирования ценообразования на хлеб явилась низкая рентабельность при одновременном установлении цен на энергоносители, муку и зерно на уровне мировых. Это в свою очередь не позволяет проводить модернизацию и переоборудование хлебозаводов, замедляет технологическое развитие. В контексте вступления Украины во Всемирную организацию торговли наличие упаковки является требованием стандартов. использование такой упаковки будет оказывать содействие повышению цены на 6-8 коп., что не предусмотрено установленными государством ценами. Решением проблемы регулирования ценообразования продукции хлебопекарной отрасли и повышения экономической эффективности субъектов хозяйствования

является распространении западного опыта адресной помощи малообеспеченным слоям населения.

Годовой рост цены на хлеб и хлебобулочные изделия сегодня составляет 10-15%, что главным образом связанное с ростом цен на сырье и необходимостью соответствия заработной платы работников социально значимой отрасли Программе правительства (табл. 2).

Таблица 2

Динамика средней оптовой цены 1 тонны хлеба и хлебобулочных изделий в объединении «Укрхлебпром», у.е. [5]

Области, предприятия	2005 г.	2006 г.				
	декабрь	январь	февраль	март	апрель	май
ДП «Царь Хлеб» (г. Севастополь)	347	365	363	362	364	366
Винницкая	306	302	299	301	311	330
Волынская	323	306	309	313	319	342
Днепропетровская	322	322	329	329	346	351
Донецкая	307	318	319	320	323	340
Житомирская	320	325	329	330	342	345
Закарпатская	333	335	335	335	336	362
Запорожская	301	298	299	299	315	–
Ивано-Франковская	315	316	325	334	336	338
Киевская	291	292	293	293	284	291
Кировоградская	300	300	299	301	303	304
Луганская	358	359	358	359	358	360
Львовская	334	331	341	350	349	346
Николаевская	333	334	332	332	334	333
Полтавская	298	299	301	305	322	335
Одесская	–	–	–	–	–	344
Ровенская	326	325	340	352	348	347
Сумская	322	325	326	323	326	332
Тернопольская	301	304	300	301	301	298
Харьковская	317	320	318	319	319	331
Херсонская	336	336	336	354	357	359
Хмельницкая	288	287	287	287	286	260
Черкасская	273	275	274	276	276	277
Черновицкая	329	333	335	334	334	334
Черниговская	266	270	280	280	283	300
Всего	310	313	315	316	319	328

Значительную часть себестоимости готовой продукции занимает плата за электроэнергию и газ, что также влияет на формирование цены на хлеб и хлебобулочные изделия. Пути снижения энергоемкости

продукции будет переоборудование предприятий: замена котлов и печей на новые энергосберегающие, что позволит достичь реальной экономии потребления газа в размере 20-30%. Интенсивный и долгосрочный рост цен обусловлен ростом платежеспособности населения. Нужно отметить повышение активности обеспеченных слоев населения и покупку хлебобулочных изделий в дорогих супермаркетах по более высокой цене и с качественной упаковкой.

Сокращение объемов потребления хлеба приводит к усилению конкуренции на рынке. Однако, именно хлеб единственный в мире продукт, который содержит все витамины, необходимые для жизни человека. Другие продукты не дают такого спектра всех жизненно важных элементов. Поэтому при снижении объемов потребления хлеба резервом роста конкурентоспособности отечественных предприятий является расширение ассортимента хлебобулочных изделий и повышение качества продукции.

Современная структура украинского рынка хлебопродуктов на 75% представлена средними и большими промышленными предприятиями, прочие 25% – предприятия потребительской кооперации и мелкий частный сектор. Перераспределение собственности оказало содействие формированию больших холдингов, которые занимают 4-5% рынка и преимущественно работают на свой регион (ООО «Хлебные инвестиции», АО «Донбасхлеб», АО «Житомирхлеб», АО «Киевхлеб»), но в последнее время наблюдается экспансия.

Основные проблемы повседневной работы предприятий – это ежегодное снижение доли зерна с высокими хлебопекарными свойствами и значительная часть примесей, что прямо влияет на качество муки и ее хлебопекарные свойства. Именно указанные факторы приводят к полемике про дефицит зерна на рынке, росту цен на хлеб, снижению его качественных и вкусовых свойств. Качество хлеба определяется селекцией зерна, соответствием требованиям прогрессивных технологий

выращивания, своевременными сроками сбора, условиями хранения и переработки. Именно хлебопекам принадлежат функции контроля качества как производителям конечного продукта.

Высокие качественные параметры выпущенного хлеба и хлебобулочных изделий являются основным требованием выживания в конкурентных условиях хлебопекарной отрасли и привлекательной позиции украинского потребителя. Недостаток муки с высокими хлебопекарными свойствами заостряет отраслевую конкуренцию за счет использования менами-пекарнями дешевого сырья низкого качества. В тоже время опыт хозяйствования украинских предприятий доказывает невозможность мини-пекарен обеспечить надлежащую систему контроля качества сырья и готовой продукции. Частная пекарня еще не является гарантом качества продукта вследствие отсутствия аккредитированных лабораторий оценки технологических и потребительских характеристик продукции. Это связано с тем, что мелкое хлебопечение характеризуется быстрыми технологиями изготовления хлеба на сухих заквасках, что сосредотачивает конкуренцию в отрасли на поиске собственной ниши и формировании высокой потребительской культуры. Динамическое развитие хлебопекарных предприятий, внедрение новых технологий, современного оборудования, необходимость контроля качества сырья предопределяет перспективность крупнотонного производства.

Мировые тенденции развития хлебопекарной области характеризуются дальнейшим распространением ржаных сортов хлеба вследствие их высокой биологической ценности, содержания витаминов B_1 , B_2 , фолиевой кислоты и железа. В то время как пшеничная мука, особенно высших сортов, более калорийна и менее насыщена биологически полезными веществами.

Главной задачей государства и хлебопекарной промышленности является удовлетворение потребительского спроса при условии

установления стабильных и доступных цен для всех слоев населения. Поэтому бесприоритетной будет позиция предприятий сориентированных на производство продукции для определенных категорий покупателей, целевого назначения и усовершенствование упаковки: производство лекарственно-диетических сортов хлеба из комбинированного сырья, изделий с высоким содержанием клетчатки, вследствие недостатка последней в современном рационе. Важное место при реализации продукции и формировании спроса у целевой аудитории сыграет реклама.

Рост доли населения со средним уровнем доходов побуждает хлебопекарни к расширению ассортимента продукции, а повышение требований относительно качества на первое место выдвигает вкусовые свойства изделий, их оригинальность и пищевую ценность. Именно поэтому возрастающим спросом характеризуется довольно трудоемкий и дорогой хлеб ДП АО «Киевхлеб» «Булочно-кондитерский комбинат» из заварного солода двух сортов, патоки и картофельной крупки (хлеб «Белорусский» стоимостью 3 гривны за 1 буханку – около 16 рублей) [5]. Чрезвычайна и перспективна рецептура комбината с использованием развернутой зерновки или цельного зерна, которое сохраняет витамины, минеральные вещества и ферменты, а также придает хлебу повышенную пищевую и биологическую ценность.

Ярким примером формирования стратегии выживания на региональном рынке является деятельность ОАО «Новоград-Волынский хлебозавод» Житомирской области. В ассортименте предприятия свыше 60 хлебобулочных и 50 наименований кондитерских изделий. Возрастающим спросом характеризуется продукция ОАО «Новоград-Волынский хлебозавод» с высокими качественными и вкусовыми свойствами, средним уровнем калорийности, а также диетический хлеб. Предприятие специализируется на изготовлении: социальных сортов хлеба – 40,2% общего объема производства; хлеба премиум-класса – хлеб смешанной

валки – 43,1% общего объема – 5,8 тыс. тонн; хлебных изделий высшего сорта – 1%; булочных изделий высшего сорта – 12,7%; сдобных изделий – 2,6%; кондитерских изделий – 0,4%.

Ежегодно предприятием вводятся в производство до 15 видов хлеба. В этом году вследствие модернизации производственных мощностей появилась возможность представить покупателям продукцию улучшенного потребительского качества (хлеб «Урожайный», хлебцы с отрубями, батон бутербродный, плетенка дорожная). Ведутся разработки новых видов кондитерской продукции: торов, пирожных с оригинальными вкусовыми свойствами и оформлением. ОАО «Новоград-Волынский хлебозавод» является гарантом качества произведенной продукции, приоритетами деятельности которого является производство высококачественной продукции, способной удовлетворять разнообразнейшие ожидания потребителей.

Рассмотрим рыночную стратегию ОАО «Новоград-Волынский хлебозавод», которая позволила ему занять сильную позицию на региональном рынке хлебопродуктов. Темпы роста предприятия являются впечатляющими. Объемы продаж возросли с 1,56 млн. у.е. в 2000 г. до 2,53 млн. у.е. в 2006 г. Прирост чистой прибыли на протяжении 2000-2006 гг. составлял 99 тыс. у.е. (возрос в 76 раз). Достижения завода обусловлены способностью предлагать потребителям разнообразные виды продукции, способные удовлетворять самые требовательные вкусы вследствие изготовления продукции из натурального экологически чистого сырья по традиционным технологиям, без добавления химических разрыхлителей, консервантов, обогатителей и других примесей. Специалистами завода обеспечивается предоставление потребителям высококачественной продукции собственным транспортом скорее конкурентов. Это, безусловно, важно для сохранности вкусовых свойств, обеспечения продажи непосредственно потребителям через фирменные магазины и <http://ej.kubagro.ru/2007/05/pdf/04.pdf>

постоянных дилеров. Кроме стандартизированной продукции завод выпускает хлеб, хлебобулочные и кондитерские изделия по желанию заказчика.

ОАО «Новоград-Волынский хлебозавод» присущие все характеристики предприятия с рыночной ориентацией: усиление ключевых компетенций, их соотношение с потребительской ценностью и улучшение показателей деятельности. Ценность продукции завода в сознании потребителей позиционируется с качественными хлебом и хлебопродуктами с высокими вкусовыми свойствами и умеренными ценами. Отличительной особенностью завода от ведущих отраслевых конкурентов (крупнотоварных — ОАО «Житомирхлеб», ОАО «Киевхлеб» и мелкотоварных — в частности, ЧСП «Анастасия» Новоград-Волынского района) является реализация продукции на региональном рынке непосредственно конечным потребителям через фирменные магазины и торговые точки, а также изготовление этой продукции согласно с индивидуальными заказами. Отношения с предприятиями партнерами характеризуются гибкостью, что подчеркивает основной профиль завода (рисунок 1). Организационная структура предприятия – вертикальная, сосредоточенная вокруг ключевых процессов и представляет собой совокупное взаимодействие системных подразделений.

Приведенная производственно-организационная схема приобрела большое распространение в хлебопекарной отрасли страны и является примером вертикальной интеграции без образования единого юридического лица. Экономическая деятельность завода характеризуется ориентацией на нужды хорошо изученного рынка Новоград-Волынского и близлежащих районов. С этой целью постоянно проводится сбор информации относительно запросов потребителей, объемов продаж, постоянно обновляется ассортимент продукции, проводятся дегустации, выставки, информирование о деятельности предприятия.

Исследование убеждает, что наиболее стабильно функционируют большие структуры, которые основаны на частной собственности.

Сокращение объемов потребления хлеба приводит к усилению конкуренции на рынке. Поэтому резервом роста конкурентоспособности отечественных предприятий является расширение ассортимента хлебобулочных изделий и повышение качества продукции.

Выигрышной стратегией предприятий хлебопечения на региональном уровне является ставка на реструктуризацию с углублением интеграционных процессов отраслевых предприятий и диверсификацию деятельности с ориентацией на сегменты рынка и потребности конечных потребителей.

Литература

1. України (аналітичний огляд і практичні аспекти формування). – К.: ІАЕ УААН, 2004. – 32 с.
2. Про затвердження наборів продуктів харчування, наборів непродовольчих товарів та наборів послуг для основних соціальних і демографічних груп населення. Постанова КМУ від 14.04.2000 № 656 // <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=656-2000-%EF>
3. Соколов А. В ЄС не миряться з тим, що прогрес в економіці пов'язаний з екологічним регресом // Хлібопекарська і кондитерська промисловість України. – 2006. – №7-8. – С. 31-32.
4. Литвиненко Л. Хлеб – всему голова, или о том, как нынче живетсЯ отечественным хлебопекам // Компании и рынки. – 2006. – №12. – С. 26-28.
5. Пархоменко П. Яблунево-цвітні назви тортів і тістечок та їх захмарна якість // Хлібопекарська і кондитерська промисловість України. – 2006. – № 10. – С. 26.