

Харченко Тетяна

к.е.н., доцент кафедри менеджменту в галузях АПК
Сумський національний аграрний університет, м. Суми, Україна

Вакуленко Аліна

студентка
Сумський національний аграрний університет, м. Суми, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ ХЛІБОПЕКАРСЬКОЇ ГАЛУЗІ

Хлібопекарська промисловість є важливою складовою продовольчої безпеки країни. Специфічність діяльності хлібопекарських підприємств пов'язана з особливостями функціонування ринку хліба, налагодженням виробничого процесу та способами реалізації хлібобулочної продукції. Зважаючи на малий термін реалізації продукції хлібопекарської промисловості є потреба в організації та управлінні комерційними зв'язками для забезпечення досягнення підприємницької мети та отримання прибутку [1, с.28].

“Хлібний” ринок України на 99,9 % представлений продукцією вітчизняного виробництва. Однак протягом останнього десятиліття в хлібопекарській галузі зафіксовано спад виробництва [2, с. 57]. Зменшення споживання хліба стало основною причиною падіння обсягів виробництва хліба. Насамперед, це відбулося внаслідок скорочення населення країни, зниження купівельної спроможності, більш економічного використання хліба і значного збільшення випікання хліба невеликими пекарнями і сільським населенням самостійно, реальні обсяги якого не враховані статистикою.

Продукція хлібопекарських підприємств має певні особливості, які також впливають на діяльність цих підприємств. Зокрема обсяги хліба і хлібобулочних виробів можуть бути реалізовані у межах фізіологічних норм споживання людини (0,3 – 0,33 кг в день), а їхній асортимент залежить від традицій, смаків й уподобань споживачів. Хлібопекарську продукцію

виробляють лише для місцевих (регіональних) ринків, що зумовлено коротким терміном зберігання та необхідністю реалізувати протягом доби. Хліб і хлібобулочні вироби не можна зберігати на складах, транспортування є обмеженим через зниження споживчих властивостей, а обсяг нереалізованої продукції повинен становити не більше, ніж 0,07% загального обсягу виробництва.

За підсумками 2015 року провідними гравцями хлібобулочного ринку стали компанії: ПАТ “Київхліб”, група компаній Lauffer, “Хлібні інвестиції”, “Куліничі”, “Формула Смаку”, “Концерн Хлібпром”. Їх сумарна частка склала майже 52% [3, с. 26].

У 2015 році всі провідні компанії продемонстрували скорочення виробництва. Найбільше падіння було у групі компаній Lauffer, адже ключовим регіоном для неї був схід країни. Найкраще на ринку відчуває себе “Куліничі”. Компанія дуже динамічно розвивається в Києві і області і стає головним конкурентом монополіста – ПАТ “Київхліба”.

Зазначимо, станом на початок 2019 року до найприбутковіших виробників хліба і макаронних виробів в Україні: належать наступні підприємства : ПАТ “Київхліб”, Техноком (ТМ “Мівіна”), Концерн “Хлібпром”, Хлібопекарський комплекс “Куліничівський”, комерційно-виробнича фірма “Рома”, Київський обласний хлібопекарський комплекс, ТД “Левада”, кондитерська фабрика “Квітень”, ПАТ “Черкасихліб”, Хлібозавод №10 м. Київ.

Підприємства хлібопекарської галузі функціонують у конкурентному середовищі, адже для цієї галузі характерна значна кількість підприємств різних потужностей і форм власності. [2, с. 58]. Так, причинами наявності великої кількості не лише великих, а й малих та середніх хлібопекарських підприємств є: низькі вхідні бар’єри, що дозволяють новим виробникам швидко і дешево входити в галузь; незначна економія за рахунок масштабу виробництва, що дає змогу міні-пекарням конкурувати з хлібозаводами при однакових витратах; високі інвентарні витрати та нерівномірності коливання збуту призводять до того, що хлібозавод з великомасштабною інфраструктурою

може втрачати свої переваги порівняно з міні-пекарнею, хоча виробничий процес є ефективнішим при роботі на більшу потужність; відсутність переваг у роботі зі споживачами та постачальниками лише завдяки значним розмірам підприємства, оскільки для покупців не має значення, яку частку ринку займає підприємство; низький рівень накладних витрат легше утримувати на міні-пекарнях, ніж на хлібозаводах, які мають більше зобов'язань і перебувають під ретельним наглядом власників та держави; споживачі потребують продукцію у відносно невеликій кількості, тому обсяги продажу не залежать від зусиль щодо підтримки виробництва чи поширення маркетингу в таких масштабах, щоб забезпечувати значні переваги для великих підприємств; ринковий попит на продукцію різноманітний і великий настільки, що дає змогу великій кількості підприємств пристосуватись до вимог покупців. [4, с. 16].

Таким чином, вищезазначені підприємства потребують підтримки саме з боку держави щодо їхнього стимулювання інноваційно – інвестиційного розвитку, так як хлібопекарська галузь – це пріоритетна складова продовольчої безпеки держави.

Список використаної джерел

1. Корнійчук А.А. Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу. *Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку*. 2018. №2. С.28-32
2. Костецька Н. І. Особливості функціонування хлібопекарських підприємств у сучасних умовах. *Економіка*. 2011. № 13. С. 56–58.
3. Струнін В. В. Вітчизняний ринок хлібобулочних виробів: сучасний стан та перспективи розвитку. *Економічний простір*. 2007. № 6. С. 24–27.
4. Колотуша М.М. Методологічні засади аналізу фінансового стану хлібопекарської підгалузі харчової промисловості України. *Економіст*. 2007. № 5. С. 15-27.