

А. А. Жамойда,
кандидат экономических наук
Донецкий национальный университет экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского

РЫНОЧНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ХЛЕБОПЕКАРНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Момент, когда человек впервые стал собирать и культивировать хлебные злаки, употребляя их в пищу в растертом и смоченном водой виде, можно считать началом употребления хлеба. Это произошло 10 — 15 тыс. лет назад. Необходимость измельчения зерна привела к изобретению жерновов, изготовлению муки. Используя огонь, человек сначала открыл технологию приготовления хлебных пресных лепешек, выпекаемых на раскаленных камнях, а для улучшения их качества древние египтяне 5 — 6 тыс. лет тому назад применили процесс дрожжевого брожения. От египтян искусство приготовления дрожжевого хлеба перешло к грекам и римлянам примерно в пятом веке до нашей эры [1, с. 52 — 54, 2, с. 5].

Способность хлеба удовлетворять пищевые потребности человека в любое время, вне сезона его употребления, превратила его из основного продукта питания в духовную ценность. К окончанию сбора урожая приурочивались многие события в жизни человека. Например, обряд бракосочетания. Почетных гостей встречают хлебом с солью. В честь хлеба слагались гимны, песни. Уважительное отношение к хлебу передавалось от поколения к поколению и прививалось детям буквально с первых лет жизни.

И, действительно, с точки зрения химического состава хлебные злаки представляют собой комплекс жизненно необходимых пищевых веществ. Он является источником углеводов, почти на 50 процентов, покрывая потребность в них и белков растительного происхождения. Регулярное употребление хлеба, приготовленного из пшеничной обойной или ржаной муки, способствует улучшению пищеварения, так как такой хлеб содержит пищевые волокна [3, с. 4]. Хлеб характеризуется хорошей усвояемостью, так как «белки хлеба находятся в денатурированном виде, крахмал клейстеризован, жир в составе эмульсий или комплексов с белками, углеводами и другими компонентами, пищевые волокна в набухшем и размягченном состоянии — все это помогает работе ферментов желудочно-кишечного тракта. Мягкая консистенция позволяет легко и полностью измельчать хлеб, делая его доступным для пищеварительных соков» [4].

Таким образом, пищевая ценность хлеба заключается в том, что он удовлетворяет энергетические по-

требности, потребности в аминокислотах, витаминах и минеральных веществах. Например, употребление 100 г формового пшеничного хлеба из муки высшего сорта дает 235 ккал энергии, сдобного хлеба от 339 до 399 ккал, что составляет 10 — 15% общего энергопотребления. Употребление 300 г пшеничного хлеба на 15 — 30% покрывает потребность взрослого человека в незаменимых аминокислотах и от 10% до 72% — в различных минеральных веществах [3, с. 14 — 16].

Таким образом, хлеб имеет многофункциональное значение, но его потребление и развитие рынка хлеба имеют определенные особенности в условиях перехода Украины к рыночным условиям хозяйствования. Закономерным следствием перехода от одной общественно-экономической формации к другой, предполагающей большую рыночную свободу производителей и покупателей сопровождается спадом объемов производства и доходов большей части населения. Соответственно меняется структура потребления продуктов питания, часть которых замещается дешевыми продуктами, к которым относится и хлеб. Поэтому цена хлеба как социально значимого продукта становится предметом государственного регулирования, что, естественно, влияет на спрос-предложение хлеба и финансово-экономическое состояние предприятий хлебопекарной промышленности. Эти вопросы рассматривались в научных публикациях. Например, Б. Пасхавер отмечает, что «... відтворювальні ціни на продовольство для споживачів заздалегідь високі, відтворювальні ціни для виробників аграрної продукції — недостатньо високі» [5]. Однако процессы формирования спроса-предложения на хлебобулочную продукцию имеет свою специфику. Поэтому целью данной статьи является анализ потребления и оценка рынка хлеба и хлебобулочной продукции с использованием исторического подхода.

Анализ данных о среднемесечном потреблении населением хлеба и хлебобулочных изделий в целом по Украине, в городских и сельских населенных пунктах и в зависимости от состава семьи (табл. 1) показывает, что динамика потребления хлеба в питании семей имеет следующие отличительные моменты:

— в целом по Украине отмечается уменьшение покупок хлеба и хлебопродуктов с 2000 по 2006 гг.

Среднемесячное потребление хлебобулочных изделий, кг/чел

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Все домохозяйства	10,7	10,7	10,7	10,3	10,4	10,3	9,8
В том числе в населенных пунктах:							
городских	10,5	10,4	10,4	9,8	9,6	9,6	9
сельских	11,2	11,1	11,3	11,2	11,8	11,8	11,4
В том числе в составе семьи, состоящей из количества человек:							
одного		15,9	16,3	15,3	15,5	15,6	9,8
двух		12,7	12,8	12,1	12,1	12,2	14,8
трех		10	9,7	9,3	9,2	9,2	11,5
четырёх		9,2	9,2	8,9	8,9	8,8	8,7
пяти и больше		8,8	8,9	8,5	8,7	8,6	8,3
Все домохозяйства с детьми		9,1	8,9	8,6	8,6	8,5	8,2
в том числе с количеством детей							
один		9,4	9,1	8,8	8,7	8,5	8,3
два		8,7	8,6	8,2	8,6	8,3	8
три		8,6	8,9	8,5	8,7	9	7,9
четыре и более		8,2	9	9,1	8,4	11	9,1

По данным Госкомстата [6, с. 481, 7, с. 451, 8, с. 415].

на 8,41%, в городской местности — на 14,29%. В сельской местности удельное потребление хлеба и хлебобулочных изделий наоборот увеличивается. Скорее всего, это увеличение обусловлено расширением домашнего животноводства и птицеводства, кормлением животных и птицы дешевым хлебом;

— по мере увеличения количества человек в составе семьи удельное потребление хлеба уменьшается при максимальном потреблении семьи, имеющей в своем составе одного человека. Можно отметить наличие закономерности уменьшения удельного потребления хлеба и хлебобулочных изделий в динамике с 2000 г. к 2006 г. по семьям с любым составом. Но в 2006 г. наблюдается резкое изменение тенденции по одноособным семьям (уменьшение по отношению к 2005 г. на 37,18%) и семьям, состоящим из двух человек (увеличение по отношению к 2005 г. на 21,3%);

— семьи, имеющие в своем составе от одного до трех детей с 2000 по 2006 гг., уменьшили потребление хлеба и хлебобулочных изделий, однако в семьях с количеством детей 4 и более наоборот увеличили их потребление. Это может объясняться снижением удельного дохода в таких семьях.

— при увеличении количества детей в семье от одного до трех человек отмечается уменьшение удельного потребления хлеба и хлебобулочных изделий. В семьях с количеством детей четыре человека и более наблю-

дается рост удельного потребления за весь исследуемый период за исключением 2004 г., когда произошло уменьшение потребления в таких семьях.

Изменение потребления хлеба и хлебобулочных изделий в зависимости от среднедушевых совокупных месячных расходов (табл. 2) также имеет свои закономерности, которые сводятся к следующему:

— в пределах одного года по мере увеличения совокупных среднедушевых расходов увеличивается потребление хлеба и хлебобулочных изделий;

— в динамике в пределах одного интервала совокупных среднедушевых расходов происходит уменьшение среднемесячного потребления хлеба и хлебобулочных изделий.

Отмеченные тенденции должны учитываться предприятиями хлебопекарной промышленности при формировании товарной и ассортиментной политики.

Хлеб, содержащий в составе комплекс полезных веществ и витаминов, в годы перехода Украины к рыночным условиям хозяйствования, сопровождавшегося падением доходов населения, стал основным продуктом питания. Государство объявило его социально значимым продуктом. Поэтому цены на хлеб либо уровень рентабельности предприятий хлебобулочной промышленности находятся под контролем государства. Например, в результате административного регулирования цен в неурожайные 1999 — 2000 гг. мука подорожала в 3 раза, тогда как хлеб —

Таблица 2

**Динамика потребления хлеба и хлебобулочных изделий и его распределение
в зависимости от совокупных среднедушевых расходов**

	Годы				
	2002	2003	2004	2005	2006
Все домохозяйства	10,7	10,3	10,4	10,3	9,8
В том числе со среднедушевыми совокупными расходами в месяц, грн					
до 60	7	5,9			
60,1 - 90	7,5	6,5	5,7		
90,1 - 120	8,5	7,5	7,4		
120,1 - 150	9	8,4	7,8		
150,1 - 180	9,7	9,1	8,4	7,2	7,1
180,1 - 210	10,3	9,3	9		
210,1 - 240	11,1	10	9,6	8,3	8
240,1 - 270	11,3	10,6	10,1		
270,1 - 300	12,3	10,9	10,2	9,2	8,4
300,1 - 360	12,4	11,5	10,8	9,7	8,8
360,1 - 420	12,9	12,4	11,4	10,1	9,6
420,1 - 480			12,1	10,8	9,9
480,1 - 540				11,1	9,8
540,1 - 600				11,4	10,7
600,1 - 660				12,2	10,7
660,1 - 720				11,9	10,7
более 720				12,4	11,1

По данным Госкомстата [6, с. 482-483; 7, с. 451-452; 8, с. 416-417]

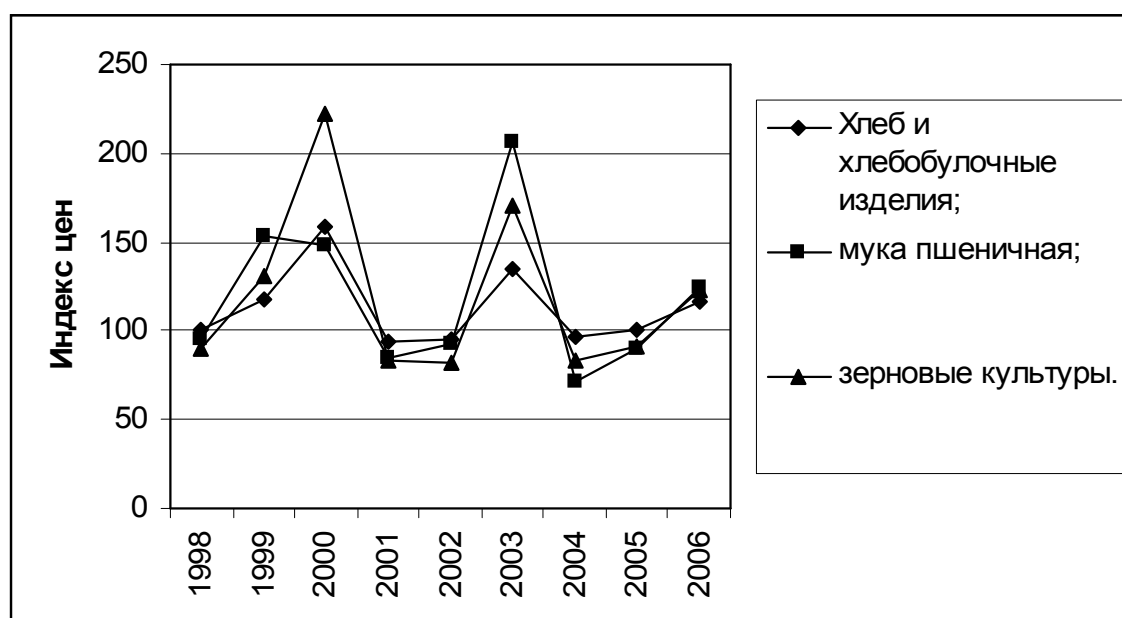


Рис. 1. Динамика индексов цен зерновых культур, пшеничной муки, хлеба и хлебобулочных изделий (построен с использованием данных [6; 7; 8])

всего в 1,8 раза [9]. Об этом свидетельствуют и статистические данные (рис. 1).

Колебания цен на хлеб и хлебобулочные изделия точно повторяют изменение цен на муку, а цены на муку повторяют колебания цен на зерновые культуры. Только размах колебаний цен на муку меньше, чем цен на зерновые культуры, а цен на хлеб и хлебобулочные изделия — меньше, чем колебания цен на муку.

Таким образом, повышение рентабельности хлебопекарной промышленности за счет снижения затрат на производство хлеба для многих предприятий проблематично. С одной стороны, цена хлеба регулируется государством. С другой стороны, темп роста цен на ресурсы выше темпа роста цен на хлеб. Например, анализ калькуляций себестоимости хлеба из муки первого сорта и на хлеб из смеси пшеничной и ржаной муки в 2005 г. [10] показывает, что в структуре себестоимости 60,3% составляют затраты на приобретение муки, топливо — 5,8 %, заработная плата — 4,3 %, электроэнергия — 1,5 %, прочие расходы в совокупности — 28,1%. Одной из причин увеличения удельного веса затрат на муку является ее покупка через посредников, когда цена от посредника к посреднику увеличивается. Поэтому из факторов снижения цен на муку является совершенствование работы отдела материально-технического снабжения по прямым договорам с предприятиями мукомольной промышленности, минуя цепочку посредников.

Социальная значимость хлеба и сдерживание роста цен на него либо регулирование уровня рентабельности привели к тому, что торговцы хлебобулочными изделиями практически не занимаются рекламой продукции, а тем более созданием и продвижением на рынок образцов, которые могут стать брендами.

В то же время маркетинговые исследования показывают, что на фоне общего снижения потребления хлеба под воздействием таких факторов, как уменьшение численности и изменение структуры потребления домашних хозяйств в связи с увеличением дохода происходит и изменение предпочтений покупателей. Перечисленные факторы и рост стоимости муки способствуют изменению структуры ассортимента хлеба и хлебобулочных изделий. Сокращаются объемы производства пшеничного и ржаного хлеба, но увеличивается выпуск хлеба из пшенично-ржаной смеси, булочных и лечебно-диетических хлебобулочных изделий. Ассортимент расширяется за счет производства хлеба с различными наполнителями и посыпками, сдобы, цена которых может быть существенно выше, чем массово потребляемые сорта хлеба [9]. В России наблюдаются аналогичные тенденции [11].

Влияние на экономику предприятия, в частности использование производственной мощности ока-

зывает также сезонность спроса и производства продукции из хлеба. В летние месяцы и в январе спрос снижается, с сентября по декабрь включительно он повышается. С февраля по май-июнь продажи хлеба снова увеличиваются. Естественно, что в разных регионах проявление сезонности может иметь специфический характер. Например, в Крыму в летние месяцы спрос и продажи резко увеличиваются [9].

В настоящее время рынок производителей хлеба представлен следующими компаниями: ЗАО «Хлеб Киева» — 13,5%; Донбасхлеб — 10,5%; Холдинг Т и С — 6,2%; Концерн «Хлебпром» — 5,8; ЗАО «Укрзернопром» — 5,7%; ООО «Хлебные инвестиции» — 4,8%; Остальные — 53,5%. [12]. «Остальные» в этой градации представлены средними и малыми предприятиями, мини-пекарнями с частной формой собственности, выпечкой хлеба в супермаркетах. Между среднестатистическим потреблением и производством хлеба, отражаемым Госкомстатом, наблюдается значительный разрыв (рис. 2). Потребление почти в три раза превышает производство хлеба. Видимо, «пустоту» заполняют предприятия, не представляющие статистическую информацию в государственные органы статистики.

В то же время, как отмечают аналитики рынка хлеба, существует тенденция вытеснения мелких производителей крупными промышленными предприятиями — [13]. Преимущества крупного производства хорошо известны, самое главное из которых, на наш взгляд, возможность концентрации финансовых ресурсов на направлениях, определяющих стратегию развития предприятия. Некоторые компании приобретают сельскохозяйственные угодья, предприятия мукомольной промышленности по производству комбикормов, выращиванию свиней и птиц. На поточных линиях таких крупных предприятий экономически целесообразно выпускать массово потребляемые сорта хлеба. Финансовая концентрация позволяет осуществлять техническое перевооружение предприятий согласно очередности, учитывающей уровень износа основных фондов, проводить фундаментальные и прикладные научные исследования с целью приобретения конкурентных преимуществ. Но по мере увеличения крупности предприятия увеличивается радиус транспортировки изделий. Оно становится менее управляемым. По мнению Ю. Трындюка, почетного президента компании «Хлебные инвестиции», концентрация в хлебом бизнесе будет идти путем покупки уже состоявшихся предприятий и строительства новых [12]. Естественно, что необходима в научном плане разработка методологии и методики инвестиционного обоснования этих направлений.

Естественно, что мини-пекарням трудно конкурировать с крупными предприятиями, если они начнут

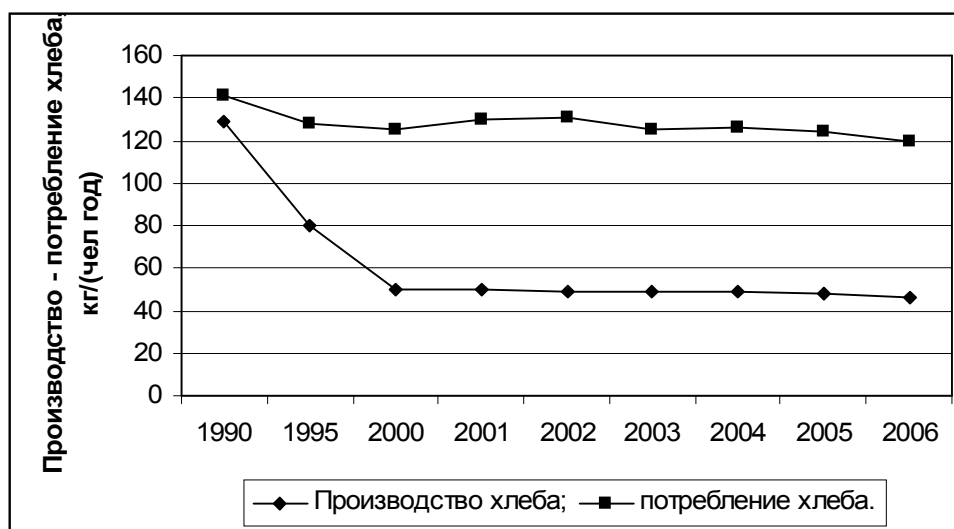


Рис. 2. Динамика производства-потребления хлеба и хлебобулочных изделий (построен с использованием данных [6; 7; 8])

производить известные «социальные» марки хлеба, почти бренды. Потребитель сразу поймет отличия и перестанет покупать такой хлеб [14]. К конкурентным же преимуществам мини-пекарень относится близость к местам потребления, способность быстрее удовлетворять запросы потребителей либо, наоборот, привлекать их новой, необычной продукцией. Естественно, что ценовую конкуренцию малой пекарне не выдержать. Здесь, наоборот, ее преимущество в высокой цене на эксклюзивную, хорошо «раскрученную» марку.

В развитых странах распространение получили мини-пекарни по изготовлению хлебобулочных изделий из полуфабрикатов быстрой заморозки. Здесь преимуществом маленькой пекарни является гибкость и скорость выполнения заказов. Но малое предприятие не имеет возможности иметь значительные по объему холодильные камеры для хранения замороженного хлеба. Это технико-экономическое преимущество крупных предприятий хлебопекарной промышленности.

Таким образом, на финансово-экономические результаты деятельности предприятий хлебопекарной промышленности влияют три момента: цена на муку, цена хлеба и хлебобулочных изделий и возможности хлебопекарного производства. Важную роль здесь играет государственное регулирование. Например, регулирование цен на хлеб, особенно «социальных» сортов, может дополняться регулированием цен на муку, но не кратковременно, как это было принято в постановлении КМУ №55 от 13 февраля 2008 г., а в увязке с регулированием цен на хлеб.

Нельзя забывать и возможности альтернативного использования пшеницы, из 1 кг которой можно изготовить 1 кг хлеба, 0,37 л этанола, 0,14 кг говядины [15].

И как только начнет увеличиваться потребление этанола или говядины, то наступит дефицит муки с соответствующим ростом цены. Соответственно образуются ценовые «ножницы», от которых страдает экономика предприятий хлебопекарной промышленности. Государство может дотировать такие предприятия, но, нам представляется, что целесообразно было бы оказывать адресную помощь малообеспеченным слоям населения, а хлеб должен оцениваться на рынке. Тогда возможна и реальная конкуренция между производителями хлеба, которая будет снижать цены, а предприятия получат финансовые ресурсы для экономического развития.

Литература

1. Евстигнеев Г. М. Тайны продуктов питания / Г. М. Евстигнеев, Ю. А., Лившиц, О. Н. Сингаевский. — М. : Издательство «Пищевая промышленность», 1972. — 216 с.
2. Хлеб в нашем доме. Рецепты с использованием хлеба / Р. В. Кузьминский, Р. Д. Поландова, В. А. Патт, В. В. Кочергин. — М. : Легкая и пищевая промышленность, 1982. — 112 с.
3. Экспертиза хлеба и хлебобулочных изделий. Качество и безопасность / А. С. Романов, Н. И. Давыденко, Л. Н. Шатнюк, и др. — Новосибирск : Сиб. унив. изд. — во, 2005. — 278 с.
4. О хлебе насущном // В мире науки. — 2007. — № 12 — <http://www.sciam.ru>.
5. Пасхавер Б. Цінова конкурентність аграрного сектору / Б. Пасхавер // Економіка України. — 2007. — № 12. — С. 78—87.
6. Статистичний щорічник України за 2002 рік. — К. : Видавництво «Консультант», 2003. — 662 с.
7. Статистичний щорічник України за 2004 рік. — К. : Вид-во «Консультант», 2005. — 588 с.
8. Статистичний щорічник України за 2006

рік. — К.: Видавництво «Консультант», 2007. — 551 с.

9. **Соколов А.** Обзор рынка хлеба и хлебобулочных изделий / А. Соколов: <http://pro-consulting.com.ua/>.

10. **Повх Ю.** Резерви для утримання цін на хліб ще не вичерпано / Ю. Повх, І. Тимошенко // Конкуренція. Вісник антимонопольного комітету України. — 2006. — № 4.

11. **Обзор** рынка хлебобулочных изделий // 26.06.2008: <http://marketpublishers.ru/lists/3040/news.html>. От количества к качеству.

12. **Исакова Д.** Бизнес глубокой заморозки // Инвестгазета. — 2007. — 10-16 декабря. — С.42 — 44.

13. **Рынок** хлеба Украины. — <http://www.conditer.ru/preview/breadnews>.

14. **Исакова Д.** Бизнес глубокой заморозки / Д. Исакова // Инвестгазета. — 2007. — 10—16 декабря. — С. 45.

15. **Смертыга И.** Хлебная рентабельность / И. Смертыга // Компаньон. — 2008. — № 7(575). — С. 30 — 32.

16. **Лоссе Б.** Крайняя нужда / Б. Лоссе, Д. Ярош // Украинская инвестиционная газета. — 2008, 16—22 июня.

Жамойда А. А. Ринковий потенціал хлібопекарської промисловості

Подано роль хліба в харчуванні людини й наведена динаміка його споживання в Україні залежно від складу домогосподарств і доходу. Виконано аналіз цін на зерно, муку й хлібобулочні вироби, а також про-

цесів, що відбуваються на ринку хліба та в хлібопекарській промисловості.

Ключові слова: підприємство хлібопекарської промисловості, ефект заміщення, рентабельність.

Жамойда А. А. Рыночный потенциал хлебопекарной промышленности

Показано значение хлеба в питании человека и приведена динамика его потребления в Украине в зависимости от состава домохозяйств и их дохода. Выполнен анализ цен на зерно, муку и хлебобулочные изделия, а также процессов, происходящих на рынке хлеба и в хлебопекарной промышленности.

Ключевые слова: предприятие хлебопекарной промышленности, эффект замещения, рентабельность.

Zhamoyda A. A. Market potential of bakery industry

The value of bread is rotined in the feed of man and the dynamics of his consumption is resulted in Ukraine depending on composition of домохозяйств and their profit. A price analysis is executed on grain, flour and bakegoodss, and also processes, what be going on at the market of bread and bakery industry.

Key words: bakery enterprise, replacement, effect, profitability.