

## ПРОБЛЕМИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ХЛІБОПЕКАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

Виробництво хліба та хлібобулочних виробів є однією із основних галузей харчової промисловості України і складає близько 6% у загальній структурі реалізації продукції харчової промисловості. Також вона відіграє значну роль, задовольняючи більше 40% потреби фізіологічної потреби людини в харчових речовинах і енергії.

При цьому проектні виробничі потужності підприємств хлібопекарської галузі використовуються на 30-40%, за винятком хлібо заводів Києва та окремих великих міст. Найпотужніші виробники хлібобулочної продукції в Україні: ПАТ «Хліб Києва» (14,5% ринку), об'єднання «Укрхлібпром» (8%), компанія T&S (6,2%), ПАТ «Укрзернопром» (5,8%), ТОВ «Хлібні інвестиції» (4,8%). У 2016 р. близько 46% обсягів хліба та хлібобулочних виробів в Україні виробляло шість найбільших компаній, а 53% – інші компанії.

Протягом останніх років можемо спостерігати поступове зменшення обсягів виробництва хлібопродуктів (рис.1).

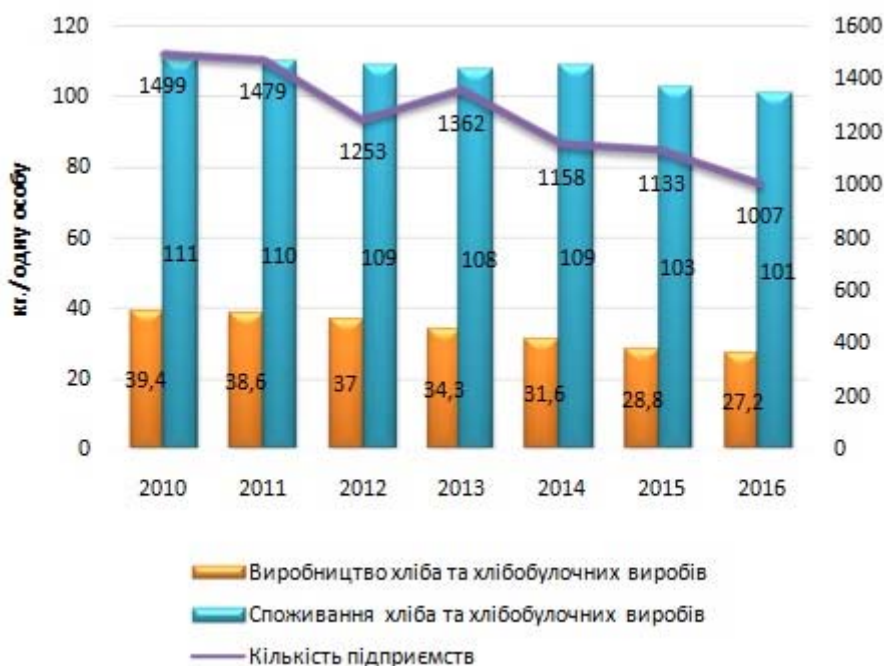


Рис. 1. Виробництво та споживання хліба та хлібобулочних виробів на 1 особу [1].

Зниження показників споживання хліба та хлібопродуктів (рис.1) також можна пояснити зростанням виробництва хліба міні-пекарнями, де його певна частина реалізується по цінах без урахування ПДВ при юридичному статусі виробника як СПД, або взагалі в «тіні». Так, за оцінкою гендиректора об'єднання

«Укрхлібпром» А. Васильченка, серед хлібопекарських виробників лише 37% підприємств легально працюють в Україні, платять податки, печуть якісний хліб. Інші – 63% функціонують віртуально, а їхня продукція статистикою не враховується. «Тіньовий» хліб, як правило, не відповідає вимогам стандартів якості та безпеки продукції, санітарним нормам та правилам, ДСТУ, а тому несе загрозу здоров'ю споживачів.



Рис. 2. Виробництво хліба та хлібобулочних виробів за регіонами, тис. т. [1]

Найбільші виробничі потужності хлібопекарської галузі зосереджені, як правило, у регіонах найбільшого виробництва борошна, а також у великих промислових центрах і столиці. Так, приблизно 49% хліба і хлібобулочних виробів, вироблених в Україні, зосереджено в 6 найбільших промислових регіонах. Причиною є густота населення зазначених регіонів і більш високий рівень економічного розвитку, а виходить, і платоспроможності попиту.

Дослідження зовнішнього і внутрішнього середовища діяльності підприємств хлібопекарської галузі дозволило визначити такі проблеми їх функціонування:

- значний обсяг тіньового ринку хлібобулочної продукції (понад 60%), виробництво якої, як правило, здійснюється з порушеннями технологічних умов, що відображається на її якості;
- низька якість борошна;
- неефективне управління активами підприємства, що відображається у створенні необґрунтовано високих запасів сировини і товарів та послабленні умов кредитування дебіторів, яке призводить до вилучення коштів з обігу і, як наслідок, зменшення прибутковості та оборотності активів;
- здійснення необґрунтованих капітальних вкладень, що значно перевищують наявні власні ресурси підприємства та, як наслідок, негативно впливають на ліквідність та фінансову стійкість підприємства;
- висока частка фізично та морально зношеного обладнання, що на окремих досліджуваних підприємствах становила більше 70%;

– наявність необґрунтовано високих витрат на збут та адміністративних витрат, що в окремі періоди досягали третини виробничої собівартості продукції досліджуваних підприємств;

– неефективне управління капіталом підприємств, що пов'язане із залученням позикового капіталу під відсотки, що вищі за рентабельність активів, у результаті чого отримано збитки.

Зазначені проблеми діяльності підприємств хлібопекарської галузі характеризують наявність економічних ризиків, серед яких варто відзначити виробничі, комерційні та фінансові [2].

Для вирішення вищезазначених проблем хлібопекарських підприємств необхідно:

– раціонально використовувати виробничі ресурси: підвищувати віддачу основних засобів та оборотність оборотних коштів підприємства;

– покращувати результати фінансово-господарської діяльності підприємства: збільшувати обсяги реалізації продукції, зменшувати рівень витрат, підвищувати рентабельність виробництва;

– зміцнювати конкурентну позицію підприємства за рахунок впровадження маркетингових стратегій розроблених на основі ринкових досліджень: продуктові інновації, цінову політику, удосконалювати збутову систему, створювати та управляти торговою маркою, реклама;

– підвищувати споживчу цінність хлібних виробів, надання їм властивостей функціонального продукту шляхом використання нетрадиційної сировини і біологічно активних добавок;

– створювати гнучку систему стратегічного планування, яка забезпечить досягнення довгострокових цілей підприємства в умовах нестабільного зовнішнього середовища бізнесу;

– формувати організаційно-економічні засади удосконалення системи управління підприємством з метою підвищення ефективності планової та контролюючої діяльності менеджерів усіх рівнів.

Впровадження запропонованих заходів дозволить забезпечити попит споживачів якісними хлібобулочними виробами промислової випічки за прийнятними цінами, отримання на цій основі достатньої маси прибутку хлібопекарськими підприємствами та підвищення ефективності їх діяльності.

Забезпечення ефективності діяльності хлібопекарських підприємств можливе тільки за умов спільних зусиль даних підприємств та держави в цілому.

#### **Список використаних джерел**

1. Державна служба статистики України. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: [http://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat\\_u/publ1\\_u.htm](http://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/publ1_u.htm)

2. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету <http://vestnik-econom.mgu.od.ua/>