

МАЛІ ПІДПРИЄМСТВА В ХЛІБОПЕКАРНІЙ ПРОМИСЛОВOSTІ

С.П. Дунда

Національний університет харчових технологій, м. Київ

Експерти оцінюють обсяги українського ринку хліба та хлібобулочних виробів у 2 млн. т. Однак, за даними Держкомстату, в 2009 р. обсяги виробництва хлібобулочних виробів склали 1754,5 тис. т, що на 11,3% та 24,9% менше, ніж за 2008 та 2003 роки відповідно. Падіння випуску хліба відбувається за всіма категоріями підприємств, однак, найбільше потерпають невеликі пекарні.

Масове будівництво мініпекарень в міських умовах набуло масштабів. Вони діють разом з потужними хлібозаводами, забезпеченими сучасним високопродуктивним обладнанням та ефективними технологіями, створюючи явну конкуренцію по забезпеченню населення гарячим хлібом та дрібноштучними виробами протягом доби. Мініпекарні здатні виробляти близько 1-4 т хлібобулочних виробів на добу залежно від продуктивності обладнання, а асортимент може складатися з 250-300 найменувань.

В хлібопекарній промисловості спостерігається найбільша кількість малих підприємств. В цій галузі вони з'явилися раніше за інші і в ній накопичений великий досвід щодо їх функціонування. В країнах Західної Європи мініпекарні виробляють до 70% всього хліба, в Україні по оцінкам різних джерел вони займають 8-20% ринку хліба та хлібобулочних виробів.

В Україні мініпекарні знайшли своє застосування в ресторанах, кафе, барах, столових, супермаркетах. Розташування в цих закладах має свої переваги: залучення покупців ароматом свіжеспеченого хліба; собівартість хліба нижче за рахунок скорочення витрат на виробництво, транспортування, зарплату експедиторів, орендної плати; швидке реагування на зміну смаків покупців зміною асортименту; споживач може бачити процес виготовлення хліба; можлива пропозиція дегустації хліба перед покупкою.

Малі підприємства націлені на виробництво дорогих, оздоровчих сортів хліба та хліба, виготовлений за рецептурами інших національностей. Але вони не займаються виробництвом витратних видів продукції. Основними перевагами мініпекарень є мобільність виробництва, тобто можливість швидко змінювати асортимент та відповідати вимогам ринку, високий товарооборот, швидка окупність та стабільний дохід, оскільки попит на хліб є стабільним і не залежить від природних, часових та політичних факторів.

Конкуренція на ринку хліба в Україні носить регіональний характер і великі хлібозаводи борються за споживача часто не між собою, а з дрібними виробниками регіонів, де вони працюють. В цій конкурентній боротьбі малі підприємства мають як переваги, так і недоліки. З одного боку, невеликим підприємствам складніше виживати в умовах кризи та спадаючого попиту, оскільки вони поступаються великим виробникам в логістиці, збутових мережах, не мають повного циклу виробництва від сировинних баз до оптово-роздрібної реалізації, мають більшу собівартість продукції. Натомість малі підприємства хлібопекарної галузі менше підвладні впливу факторів державного регулювання ринку, насамперед втручанню влади у питання ціноутворення, суцільного контролю торгових націнок, зобов'язанням випуску так званих «соціальних» сортів хліба.

Малі підприємства в хлібопекарній галузі України мають важливе значення, оскільки, наприклад, Закарпатська область на даний час не має промислового хлібопечення і саме підприємствами малого бізнесу забезпечується хлібом населення. Однак, практика роботи малих підприємств свідчить про те, що вони функціонують нестійко. Підтвердженням цьому є велика кількість банкрутств подібних підприємств, основними причинами яких можна назвати відсутність стратегії розвитку та державної підтримки, невміння розрахувати можливі ризики та інше. Вони не можуть забезпечити гарантовано високу якість продукції, оскільки не мають акредитованих лабораторій, достатньої кількості дипломованих спеціалістів і не несуть витрат, які з цим пов'язані, не здійснюють вхідний контроль сировини та технологічний

контроль процесів виробництва, можуть використовувати сировину без документів підтвердження її якості. Певна їх кількість ухиляється від сплати податків, ними не може бути гарантовано безперебійне постачання якісного хліба населенню. Оскільки мініпекарні працюють на єдиному податку і не сплачують податок на додану вартість, вони можуть демпінгувати великих виробників, недобросовісно конкурувати з ними, оскільки споживчі властивості хліба, виробленого з борошна більш низької якості, є нижчими.

Хлібопекарна галузь є дуже привабливою для малих підприємств, оскільки має високі темпи обороту обігових коштів, швидкі темпи окупності інвестицій, специфічний технологічний процес, робота в ній не потребує великих фінансових витрат для створення виробничої та соціальної інфраструктури. Відмітними особливостями малих підприємств є спрощена структура, можливості розміщення у найменшому населеному пункті, швидка адаптація до місцевих умов. Сукупність особливостей малих підприємств та роботи в галузі хлібопечення дозволяє мініпекарням займати особливе місце на споживчому ринку країни.