

ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Навчально-науковий інститут міжнародних економічних відносин
ім. Б.Д. Гаврилишина
КАФЕДРА ЕКОНОМІЧНОЇ ТЕОРІЇ

МІЖДИСЦИПЛІНАРНА КУРСОВА РОБОТА

на тему:

Аналіз стану і тенденцій розвитку ринку хліба та хлібопродуктів
(національний аспект) (мікро)

Студента 2 курсу групи МЕНМФ -21

Дяка Богдана Михайловича

Керівник к.е.н., доцент Новак Ю.Р.

Національна шкала _____

Кількість балів _____ Оцінка:ECTS _____

Члени комісії _____

(підпис) (прізвище та ініціали)

(підпис) (прізвище та ініціали)

(підпис) (прізвище та ініціали)

Тернопіль - 2016

Курсова робота з мікроекономіки на тему «Аналіз стану і тенденцій розвитку хліба та хлібопродуктів (національний аспект)»

Дяк Богдан

МЕНМФ-21

План

Вступ

1. Загальна характеристика ринку хліба та хлібопродуктів в Україні
2. Аналіз сучасних тенденцій розвитку ринку хліба та хлібопродуктів
3. Перспективи розвитку ринку хліба та хлібопродуктів в Україні

Висновки

Список використаної літератури

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
1. Загальна характеристика ринку хліба та хлібопродуктів в Україні.....	5
2. Аналіз сучасних тенденцій розвитку ринку хліба та хлібопродуктів	10
3. Перспективи розвитку ринку хліба та хлібопродуктів в Україні.....	15
ВИСНОВКИ.....	19
СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ.....	21

ВСТУП

Виробництво хлібобулочних виробів є однією з ключових галузей в харчовій промисловості України. Хліб є головним продуктом харчування в раціоні населення, частка хліба у споживанні складає 15 % [1] .

Дана галузь представлена широкою мережею хлібо заводів і пекарень, що забезпечують населення виробами з хліба. Найбільші виробничі потужності хлібопекарської галузі зосереджені здебільшого в місцях найбільшого виробництва борошна та у великих промислових центрах. Майже 50 % усього хліба припадає на 7 підприємств в Україні. Важливим чинником для хлібопекарської галузі є регіональна концентрація головних гравців ринку. Наприклад, лідер ринку ПАТ «Київхліб», здебільшого представлений в Києві та Київській області, він утримує біля 90 % столичного ринку і близько 14 % ринку України.

Сьогодні ця тема є актуальною, тому що в Україні є велика кількість хлібопекарських заводів та пекарень, але спосіб виробництва ними продукції і саме їх обладнання застаріли.

Метою даної роботи є дослідження сучасного стану ринку хліба та хлібопродуктів в Україні, аналіз сучасних тенденцій розвитку, а також перспективи розвитку ринку хліба та хлібопродуктів в майбутньому.

Об'єктом дослідження є стан і тенденції розвитку хлібопекарської галузі України.

Для досягнення даної мети потрібно вирішити наступні завдання:

- дослідити сучасний стан ринку хліба в Україні;
- вивчення сучасного стану виробництва, реалізації конкуренції та впливу факторів на якість продукції з метою нарощення експорту;
- визначення проблем розвитку ринку хліба та шляхи їх вирішення.

1. Загальна характеристика ринку хліба та хлібопродуктів в Україні

За даними органів статистики [13] в Україні у 2015 році збір основних сільськогосподарських культур становив 60125,8 тис. т, що на 25862,76 тис. т більше аналогічного показника 2006 року. За період з 2006 до 2015 року збір основних сільськогосподарських культур зріс з 34263,04 до 60125,8 тис. т (рис.1).



Рис.1. Валовий збір основних сільськогосподарських культур в 2006-2015 рр., тис. тонн (за даними Держстату України)

Не зважаючи на це, за даними Статистичного щорічника України за 2014 рік [12], виробництво хліба та хлібобулочних виробів в Україні у 2014 році становило 1356,8 тис. т, що на 802,9 тис. т менше аналогічного показника 2006 року. За період з 2006 до 2014 року виробництво хліба та хлібобулочних виробів скоротився з 2159,7 до 1356,8 тис. т.

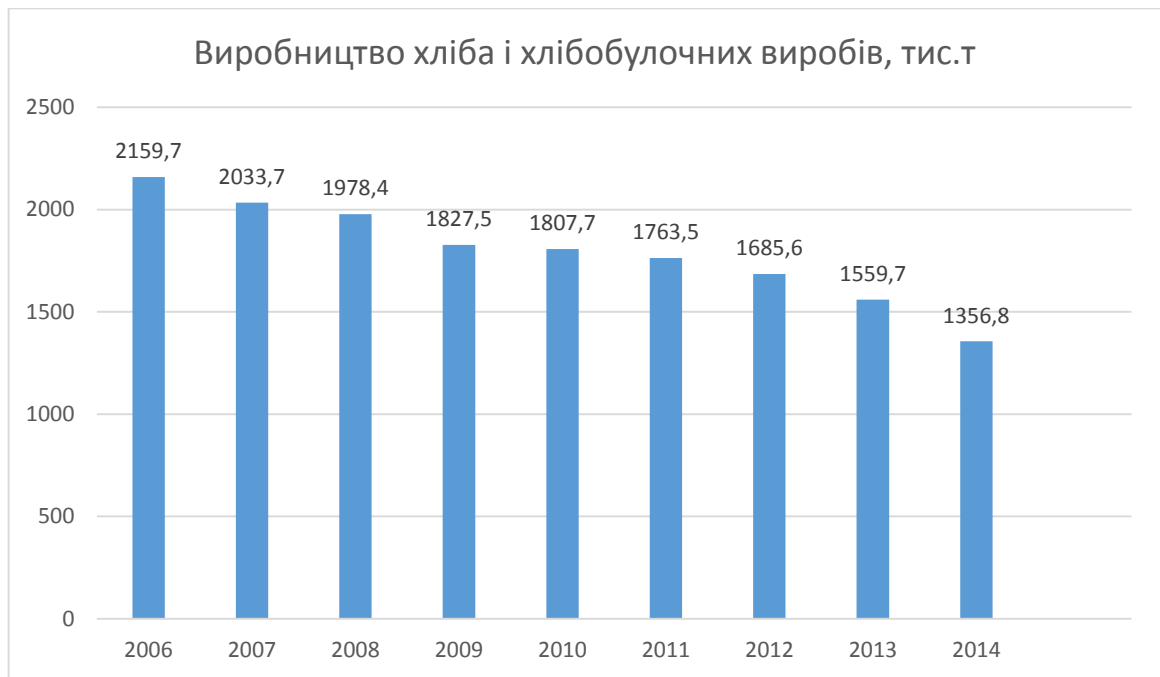


Рис. 2. Виробництво хліба і хлібобулочних виробів в 2006-2014 рр., тис. тонн (за даними Держкомстату України)

Скорочення виробництва хліба та хлібобулочних виробів можна пояснити тим, що зменшується в загальному споживання хліба населенням України в результаті зростання їхніх доходів та демографічних факторів. Також ці зміни можна пояснити тим, що з кожним роком все більше продукції виготовляється невеликими підприємствами, результати виробництва яких не враховують державні органи статистики. Підтвердженням цього може слугувати дана інформація про розподіл головних виробників хліба та хлібобулочних виробів в Україні:

- 72% всього хліба і хлібобулочних виробів виготовляють хлібозаводи, котрі знаходяться у великих містах та районних центрах (приблизно 400);
- 6% хліба виготовляють хлібозаводи, які раніше входили до системи Укркоопсоюз. Їхня кількість становить біля 500. Зазвичай, такі підприємства мають невелику потужність і орієнтуються на населення із прилеглих сіл;
- 1,5% хліба виробляє частина хлібозаводів, котрі входять до Укрпродсоюзу;

- 20% від кількості всього хліба і хлібобулочних виробів випікають окремі приватні, невеликі пекарні юридичних та фізичних осіб. [15]

Інформація про кількість хлібозаводів слід брати до уваги при здійсненні аналізу стану конкуренції в даній галузі. Конкуренція має найбільший вплив на проходження окремим капіталом стадії впровадження. Конкуренція утворюється в результаті зіткнення інтересів в сфері обміну товарами та продуктами на ринку. Врешті-решт, інтенсивність конкуренції на даному ринку визначає способи доступу до споживача.

Конкуренція на ринку хліба в Україні досить інтенсивна і головна боротьба відбувається між великими підприємствами та міні-пекарнями. Особливістю ринку хліба є місцевий характер завдяки нетривалому терміні зберігання продукції. Тому, велика увага спрямовується на місцевих конкурентів. Досягнути перемоги на ринку намагаються як завдяки боротьбі за вже існуючі ніші, так і шляхом виробництва нової продукції.

В нашій країні щорічно Дегустаційна комісія Укрхлібпрому розглядає та затверджує рецептури до 200 нових видів хліба та хлібобулочних виробів і 180 найменувань кондитерських виробів. При високому рівні диференціації попиту окремим капіталам простіше знайти нішу для реалізації себе як товарної маси та вища ймовірність вилучення закладених в них доданої вартості.

Індивідуальне відтворення тісно пов'язане з рівнем прибутку в тій чи іншій галузі. Чим вищий рівень прибутку, тим більша кількість підприємств пробує ввійти на ринок.

Збільшення кількості підприємств, які конкурують між собою, веде до зниження загального рівня прибутку даної галузі і, відповідно, зниження доданої вартості в процесі індивідуального відтворення. За умови, коли підприємства мали б можливість без перешкод входити в галузь, тоді б йшла мова про ринок чистої конкуренції, але вхід на ринок деяких товарів ускладнений існуванням бар'єрів входу.

Вступ на ринок хліба та хлібобулочних виробів характеризується певними особливостями. Для нових великих хлібозаводів він є ускладненим через необхідність залучення великих капіталів на обладнання. Для малих підприємств цю перешкоду оминати легше, тому що вони потребують невеликих потужностей. Але одночасно цей плюс може виступати і мінусом: постає інша перешкода – вищі затрати на виробництво (немає можливості для економії на масштабах так, як на великих підприємствах). Попри це, однією із значних перешкод для входу в галузь розрізняють різноманітні організаційні форми обмеження конкуренції, зокрема вертикальне і горизонтальне злиття підприємств, які мають єдиний виробничий процес (наприклад, концерн «Хлібпром»).

За інформацією наданою службою статистики, у 2014 році в нашій країні було випечено 1356,8 тис. тонн хліба та інших виробів, а у 2013 році було випечено 1559,7 тис. тонн хліба і інших виробів, що становить на 7,4% менше, ніж у 2012 році.

Основними причинами зниження кількості виробництва хліба та хлібобулочних виробів є: скорочення чисельності населення України – станом на 1 грудня 2014 року кількість населення України, за даними Держстату, становила 42 млн. 900 тис. осіб і зменшилася в порівнянні з аналогічною датою 2013 року на 2 млн. 500 тис. осіб; зміни в раціоні харчування населення України – надання споживачами переваги на інші продукти харчування; збільшення кількості випеченого хліба на суб'єктах господарювання, які не звітують про кількості перед органами статистики (сюди належать міні-пекарні та супермаркети, які випікають хліб та хлібобулочні вироби під власними торговими марками).

Згідно з офіційною статистикою, зміна кількості виготовлення хліба та хлібобулочних виробів в нашій державі має постійну тенденцію до зниження. В останні роки можна спостерігати значний прогресивний розвиток національного ринку хлібобулочних напівфабрикатів. Приблизно кожен великий виробник звичайного хліба в країні апробується у вигляді «заморозки».

Завдяки таким діям виробники шукають шляхи диверсифікації виготовлення хліба завдяки додатковим коштам - продукції з доданою вартістю.

Також на ринку існують не значні за розмірами оператори, для яких основою діяльності є виробництво напівфабрикатів. Для підвищення обсягів даного ринку використовують досить популярний шлях збуту товарів, як мережі супермаркетів (наприклад, Сільпо, Ашан, Фуршет та інші).

Для мереж супермаркетів – це дуже вигідне співробітництво, оскільки вироблення в місцях продажів напівфабрикатів потребує значно менше площ, затрат часу й праці, ніж при створенні на основі супермаркетів повноцінного циклу випікання хліба.

Якщо враховувати, що всі регіони задовольняють свій попит на хліб та хлібобулочні вироби повністю, то є всі передумови висловити припущення про якомога більший розвиток тіньового ринку хліба, якому сприяють, конкурентні переваги виробників хліба, які оподатковуються за простішою схемою, адміністративне регулювання цін на хліб, який випікається хлібозаводами, та відсутність державної допомоги промисловим виробникам хліба при їх збитковому виробництві.

До міжрегіональних холдингів відносять: хлібозаводи, борошномельні підприємства, а також кондитерські виробництва.

Одним із потужних холдингових компаній є ПАТ “Київхліб”, який виробляє приблизно 17% вітчизняного ринку виробництва хлібопродуктів.

Також вже не перший рік в п’ятірці лідерів знаходиться ПАТ “Одеський коровай”. Частка якого на ринку України становить приблизно 3 % вітчизняного виробництва хліба і хлібобулочних виробів.

2. Аналіз сучасних тенденцій розвитку ринку хліба та хлібопродуктів

Збільшення конкурентних змагань за споживача потребує значних рішень в умовах роботи хлібопекарських заводів харчової промисловості задля покращення якості товарів та послуг, зокрема необхідні ефективні заходи контролю за якістю продукції харчової промисловості.

Позитивним у вирішенні даної проблеми є впровадження на українських підприємствах у харчовій промисловості загальноприйнятих у світі систем управління якістю харчової продукції. Станом на сьогодні система контролю якості виробленої продукції та докільля вже впроваджена на приблизно 150 підприємствах. Для нашої країни стають набувають популярності питання щодо виробництва конкурентоздатних товарів, які могли б реалізовуватися в європейських країнах та відповідали б загальноприйнятим стандартам.

За останні десять років завдяки зниженню купівельної спроможності населення країни, виникли на ринку виробників хлібобулочної продукції підприємства інших форм власності. Хлібопекарська галузь нашої країни має потужності, які можуть кожного дня виготовляти приблизно 400 г хлібобулочної продукції у розрахунку на одного жителя України, і можуть цілком забезпечити потреби населення в даній продукції.

Показники виробництва свідчать, що найбільш великий вклад у розвиток даної галузі у період 2006-2014 років зробили: великі та середні хлібопекарські заводи та концерни м. Києва, Донецької, Дніпропетровської, Харківської, Луганської та Одеської областей, а динаміка обсягів виробництва за останні роки має негативну тенденцію через скорочення кількості виробництва.

Хлібозаводи змінюють своє виробництво на порційне приготування тіста; укомплектовують заводи закордонними машинами, які дають можливість досить помітно збільшувати асортимент продукції; запроваджуються пришвидшені технології випікання хліба, тому інноваційний та інвестиційний розвиток хлібозаводів відіграє вагому можливість для їх ефективного функціонування.

Для даної галузі є актуальним питання про збільшення інвестицій у хлібопекарську галузь.

Велика частина виробництва хліба належить потужним підприємствам: «Укрхлібпрому» - 68%, «Укркооперації» - 6,9%, «Укрпродспілки» - 0,8%, пекарням – 17,2% (рис. 3).

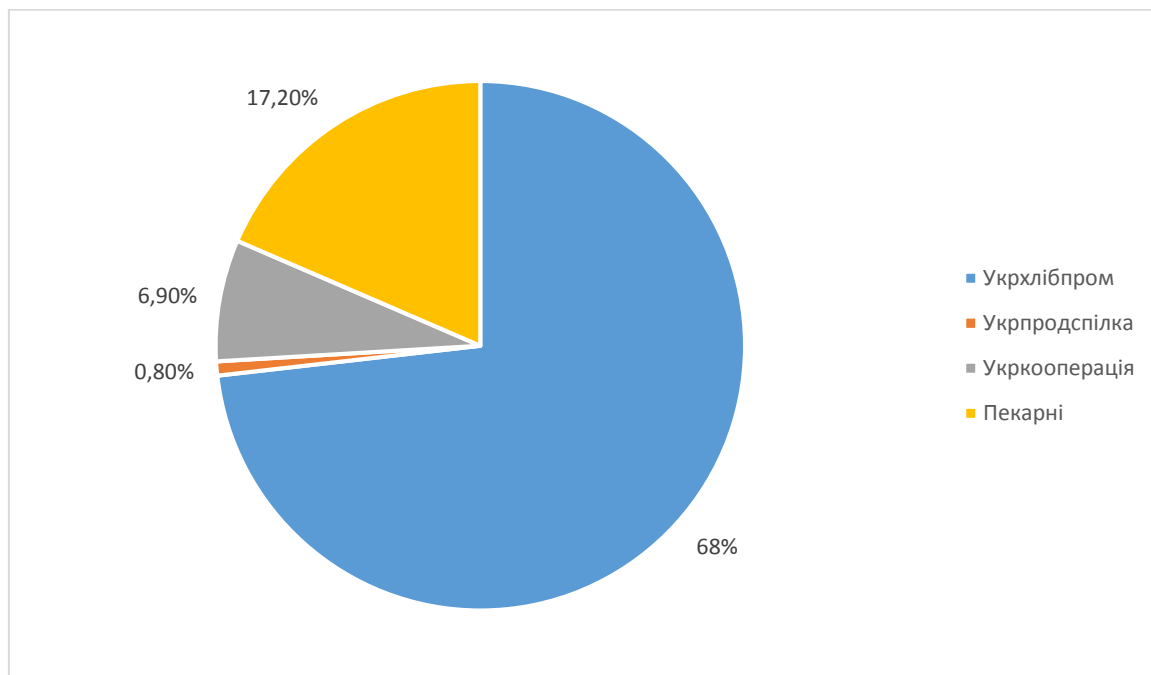


Рис. 3. Структура хлібопекарського ринку України у 2014 році

Проведені соціологічні маркетингові дослідження по виявленню переваг споживача у виборі хлібобулочних виробів в Україні показали, що серед респондентів найбільшою популярністю користується хліб на основі пшеничного борошна (рис. 4).



Рис. 4. Діаграма переваг вибору хліба за сортами борошна

На Заході та в Центрі переважає споживання хлібу із житнього та суміші житнього і пшеничного борошна (60-79%), східні та північні регіони «полюбляють» хліб з пшеничного борошна.

Згідно з смаковими якостями споживачів найбільшу частину у вітчизняному виробництві посідає хліб із пшеничного борошна (включаючи батон) (45,8%), із житнього і суміші житнього та пшеничного борошна (31,3%).

В асортиментному ряду булочні вироби займають близько 22% ринку, всі інші 3,9% - здобні вироби, сухарі, грінки, пиріжки, пончики і т.д.

Низький процент становить виробництво лікувально-профілактичних сортів хліба (0,1%) (рис. 5).

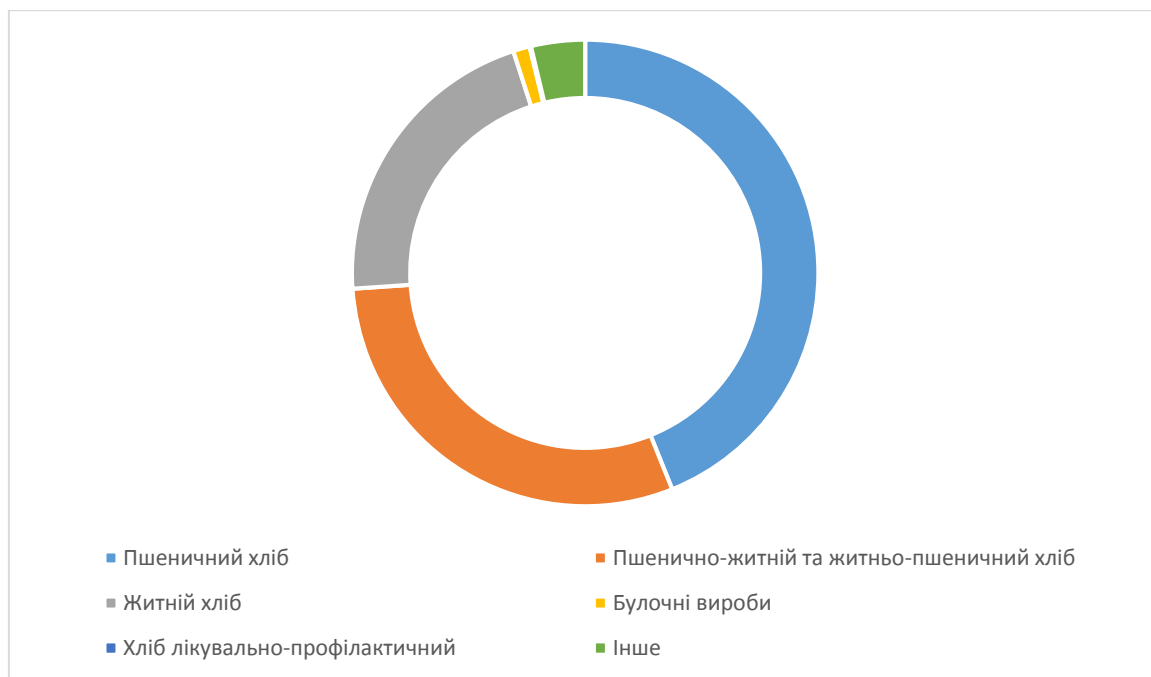


Рис. 5. Структура асортименту виробництва хліба та хлібобулочної продукції

Станом на сьогодні асортимент продукції ринку хліба налічує приблизно 400 найменувань.

Потрібно сказати, що, по-перше, соціальний хліб не є визначеним і прописаним у законодавстві. По-друге, економіка та політика заставила хлібозаводи зробити значний «стрибок» у цінах на асортимент продукції, коли 200-грамовий виріб за ціною рівній 700-грамовій буханці хліба в минулому.

Здоровий ринок і адекватні ціни на хліб мають можливість створюватися і працювати лише в умовах «здорової» конкуренції. Лише в Київській області є щонайменше п'ять великих хлібозаводів. Через це кожен з виробників повинен слідкувати, а яка ціна на продукт є актуальною на той момент, для того щоб мати можливість продавати продукт в даному регіоні. Цінова конкуренція існує завжди, постійно.

Хлібний кошик попиту на хліб українців є традиційним: приблизно 50% продажів стосуються пшеничних та житньо-пшеничних сортів, як наприклад, хліб «Український» та батон.

Закордоном основною мотивацією для покупців є натуральність продукції.

Можна зробити підсумок, що збільшення відбувається за рахунок культури споживання хліба і кондитерських виробів. Якщо українці припинять економити на власному здоров'ї, тоді відбудеться покращення ситуації не тільки у хлібопекарських підприємств, але і на цілому ринку харчових продуктів та й в принципі у самих споживачів.

Аналіз ринку споживання хлібобулочних виробів в Україні за 2011-2014 роки показав, що 54% покупців вважають недостатнім на ринку лікувально-профілактичних сортів хліба, 27% - традиційних сортів хліба, 16% - елітних сортів, усі інші споживачі вважають, що на ринку хлібобулочних виробів не вистачає нових сортів (національні сорти) (рис. 6) [13].

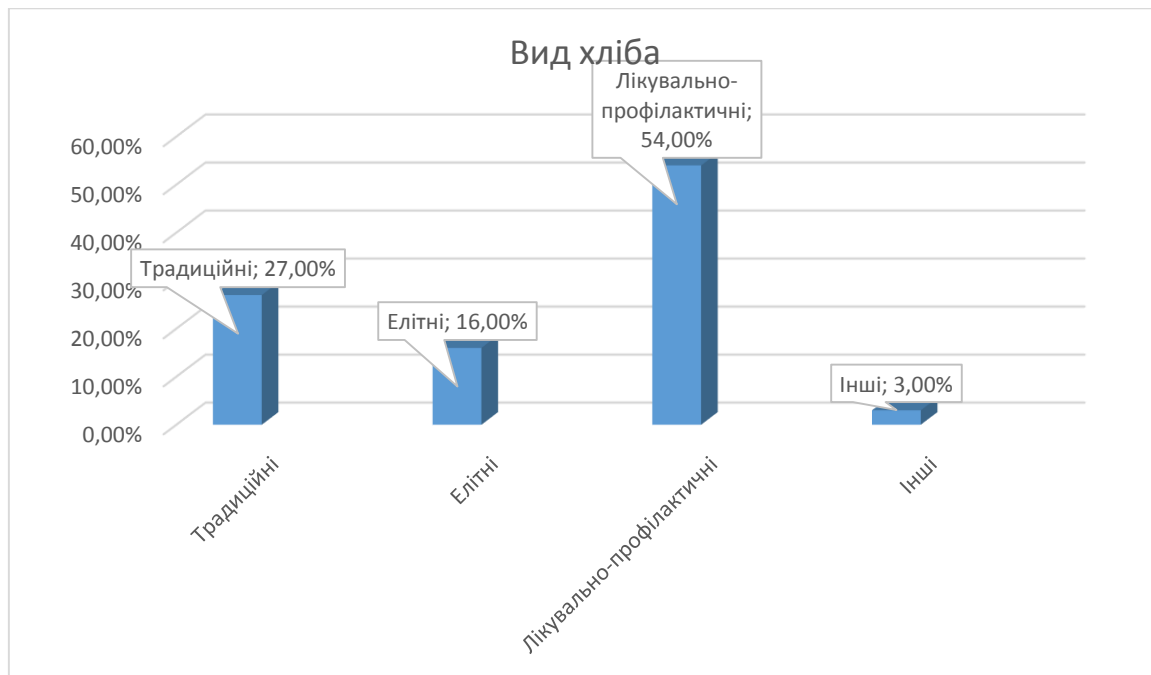


Рис. 6. Структура попиту на хлібобулочну продукцію

Отже, до основної проблематики хлібопекарської промисловості можна віднести такі проблеми:

- випереджуюче підвищення цін на борошно і паливні ресурси при адміністративному стримуванні цін на хліб, у зв'язку з чим відбувається постійне зниження рентабельності хлібо заводів;
- низька якість борошна;
- велике зменшення випуску хлібобулочної продукції на хлібо заводах у зв'язку з використанням потужностей лише на 30-40%;
- значне зношення головних верстатів хлібо заводів (приблизно на 70-80%);
- майже остаточне припинення оновлення головного технологічного обладнання хлібо заводів у зв'язку з нестачею коштів;
- відсутність єдиної системи дій в питаннях виробництва нового хлібопекарського обладнання.

3. Перспективи розвитку ринку хліба та хлібопродуктів в Україні

Сучасні проблеми хлібопекарської галузі України щодо формування позитивної динаміки виготовлення, сильно пов'язані із зовнішнім середовищем, зокрема з кон'юктурою різноманітних ринків: ринку зерна, ринку борошна, ринку електроенергії, ринку транспортних послуг. Сучасний стан кон'юктури ринку хліба на сучасному етапі може формуватися під впливом різноманітних чинників, серед яких є: економічні, політичні, соціальні, науково-технічні та ін.

В Україні на жаль спостерігається значний спад виробництва борошна. Головними споживачами борошна є хлібозаводи. Борошно утримує більше 60% у собівартості хліба та інших виробів, а це означає, що воно є головним фактором при утворенні ціни на хлібобулочну продукцію. Динаміка виробництва борошна в Україні подана на рис. 7.



Рис. 7. Динаміка виробництва борошна в Україні за 2004-2014 рік

Стан на ринку хлібобулочної продукції є повністю ідентичний із станом на ринку борошна. Грунтуючись на проведеному дослідженні статистичних даних ми можемо спостерігати, що в період 2004-2014 роки простежується зниження випікання хліба на території України. Справді, в 2014 році кількість виробництва хлібобулочної продукції знизилася на 40,6% у порівнянні з 2004 роком.

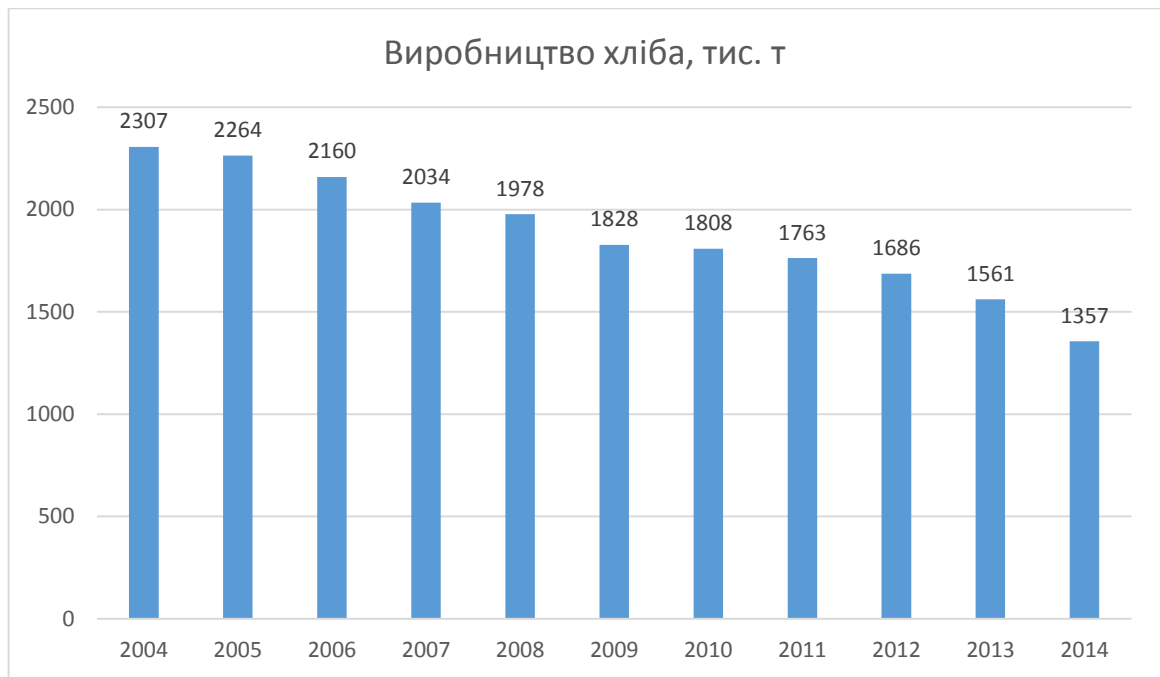


Рис. 8. Динаміка виробництва хліба і хлібобулочних виробів в Україні за 2004-2014 рік

Проаналізувавши даний графік, можна стверджувати, що населення України обмежене у споживанні даної продукції. Проте, ситуація на прилавках кіосків із продажу хліба і хлібобулочної продукції є протилежною. Ринок хлібобулочних виробів має велику кількість різноманітної продукції вироблену різними виробниками.

Медичні організації стверджують, що норма споживання хліба на добу в Україні є в межах 250-350 г. Науковці дослідили, що в кожній країні норма споживання хлібних виробів різна і коливається в межах 150-500 г на добу.

Проаналізувавши сучасний стан ринку хлібобулочної продукції маємо можливість стверджувати, що на ринку хліба немає дефіциту виробів як такого. Цей стан пояснюють наступним чином: статистичні інформація про випікання хлібобулочної продукції в Україні не достовірна.

За даними статистики кількість виробництва хліба і хлібобулочної продукції зменшується, але ніхто не враховує кількість «тіньового» виробництва, що з кожним роком зростає.

До так званого «тіньового» ринку хлібобулочної продукції відносять: приватні пекарні, пекарні у супермаркетах, домашні господарства. Але, від цієї незаконної кількості виробництва несуть чималі збитки хлібозаводи, тому що зі

сторони державних органів та фіскальної служби здійснюють контролювання ціноутворення та сплати податків. Даний стан на ринку хлібобулочної продукції є несприятливим для розвивання та державної підтримки сучасних хлібопекарських виробників країни.

На даний час ключове завдання хлібозаводів це забезпечити населення виробами в кількості та якості, які б мали можливість відповідати смакам і традиціям цього населення.

За даними служби статистики можна стверджувати, що кожного року зменшується кількість виробництва хлібобулочних виробів, які випікаються малими підприємствами.

Малі підприємства з виготовлення хліба це основні конкуренти на ринку хлібобулочної продукції. Різноманітність їхньої продукції є досить велика, але якість цієї продукції досить часто не відповідає державним стандартам. Через це більшість споживачів даного ринку віддає перевагу більш якійсій продукції.

За результатами проведеного дослідження можна виокремити наступні проблеми у процесі діяльності хлібозаводів України:

- відсутність контролю на ринку зерна і борошна (збільшення цін на борошно);
- збільшення обсягів «тіньового» випуску хліба і хлібобулочної продукції;
- подорожання палива й електроенергії (якщо ціни на хлібобулочні вироби стримуються адміністративно, тоді починає знижуватися рентабельності хлібозаводів і малих хлібопекарських підприємств);
- невідповідність якості борошна вимогам хлібопекарського виробництва, внаслідок чого знижується якість хліба і хлібобулочних виробів;
- відсутність фінансування та єдиної скоординованої політики в питаннях виробництва вітчизняного хлібопекарського обладнання;

- створення сприятливих економіко-політичних умов для залучення як іноземних, так і вітчизняних інвесторів, застосування як вже давно відомих, так і нових форм кредитування виробництва тощо.

ВИСНОВКИ

В цілому в Україні можна спостерігати суттєвий спад споживання і відповідно виготовлення хліба та хлібобулочної продукції.

Основними причинами цього є: значні структурні зміни у споживанні, досить висока частка зносу різноманітного устаткування, більшість підприємств хлібопекарської галузі несуть збитки від своєї діяльності тощо.

Одним з основних завдань подальшого розвитку даного ринку значне покращення задоволення потреб споживачів якісною хлібобулочною продукцією промислового виготовлення за прийнятними цінами, отримання завдяки цьому хлібопекарськими підприємствами досить великої кількості прибутку та підвищення ефективності їх діяльності.

Стратегічні напрями даної галузі пов'язані з підвищенням рівня її розвитку, головним напрямом якого повинне бути технологічне оновлення підприємств завдяки заміні обладнання та устаткування, а також впровадження автоматизованого виробництва на підприємствах; збільшення асортименту продукції з метою збільшення прибутку хлібопекарської галузі; досягнення найвищого рівня ефективного виробництва завдяки зниження матеріаломісткості та енергоємності продукції; створення та впровадження новітніх технологій, якій відповідають основним вимогам [1].

В першому розділі було розглянуто загальну характеристику хлібопекарської галузі.

В другій главі роботи було проаналізовано основні тенденції розвитку даної галузі.

В третьому розділі були визначені основні проблеми хлібопекарської галузі та запропоновані шляхи їх вирішення.

У результаті проведеної роботи підтвердилася гіпотеза про скорочення споживання і виробництва хліба та хлібобулочної продукції в Україні.

У 2015р. порівняно з попереднім роком індекс промислової продукції становив 86,6%.

На підприємствах із виробництва продуктів борошномельно-круп'яної промисловості, крохмалів та крохмальних продуктів випуск продукції

зменшився на 7,8%, хліба, хлібобулочних і борошняних виробів – на 13,2%, какао, шоколаду та цукрових кондитерських виробів – на 17,4% [2] .

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Вітчизняний ринок хлібобулочних виробів, [Електронний ресурс]/ - Режим доступу: URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3661>
2. Державна служба статистики України (2016). Соціально-економічне становище України за 2015 рік
3. Державна служба статистики України (2006). Статистичний буклет Україна-2005
4. Державна служба статистики України (2007). Статистичний буклет Україна-2006
5. Державна служба статистики України (2008). Статистичний буклет Україна-2007
6. Державна служба статистики України (2009). Статистичний буклет Україна-2008
7. Державна служба статистики України (2010). Статистичний буклет Україна-2009
8. Державна служба статистики України (2011). Статистичний щорічник України за 2010 рік
9. Державна служба статистики України (2012). Статистичний щорічник України за 2011 рік
10. Державна служба статистики України (2013). Статистичний щорічник України за 2012 рік
11. Державна служба статистики України (2014). Статистичний щорічник України за 2013 рік
12. Державна служба статистики України (2015). Статистичний щорічник України за 2014 рік
13. Офіційний сайт Державної служби статистики України, [Електронний ресурс]/ - Режим доступу: URL: www.ukrstat.gov.ua.
14. Прокіп М. І. (2012). Стан хлібопекарської галузі. Економіческие науки/Економика промисленности

15. Укрхлібпром, (2012). Підсумки роботи підприємств хлібопекарської галузі, виконавчого апарату, [Електронний ресурс] - Режим доступу: \www/
URL: http://ukrhlbprom.org.ua/ua/novini/28_sichnja_2014_roku.shtml.