

АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ХЛІБОПЕКАРСЬКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ У КОНТЕКСТІ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ ГАЛУЗІ

Розглянуто погляди вчених-економістів щодо аналізу привабливості хлібопекарської галузі в контексті ефективного стратегічного розвитку. Проаналізовано діяльність підприємств хлібопекарської промисловості в Україні та, зокрема, у Тернопільській області. Запропоновано основні напрями виходу хлібопекарської галузі з кризи.

Господарська діяльність і економічний розвиток підприємства залежить від специфіки галузі, у якій воно функціонує. Для того, щоб правильно обрати стратегію розвитку підприємства, необхідно правильно оцінити не тільки внутрішні резерви, а й зовнішні можливості та загрози. Тому виникає потреба у проведенні аналізу галузі для прийняття своєчасних управлінських рішень і розробки ефективної стратегії діяльності підприємства.

Питанням вибору показників для аналізу галузі значну увагу приділяли такі зарубіжні та вітчизняні вчені як Б. Карлоф, М. Портер, А. Дж. Стрікленд, А. А. Томпсон, З. Є. Шершньова та ін. У їхніх працях наведено різні критерії, за якими можна здійснювати аналіз привабливості будь-якої галузі. Однак кожна галузь має особливості, які об'єктивно зумовлюють потребу розробки й реалізації спеціальної системи показників для проведення аналізу цієї галузі.

Метою даного дослідження є аналіз діяльності хлібопекарської промисловості на рівні Тернопільської області та України загалом за допомогою системи показників, яку запропоновано на основі наведених в економічній літературі підходів. Зроблений аналіз дозволить сформувати оптимальну стратегію розвитку підприємств цієї галузі у ринковому середовищі господарювання.

Вітчизняний дослідник З. Є. Шершньова наводить перелік чинників, сформований зарубіжним вченим Дж. Харрісоном, за яким на привабливість галузі впливають постачальники, споживачі, товари-замінники, міцність бар'єрів входу, рівень конкуренції, рівень і тип регулювання з боку держави, вплив соціально-активних груп, відношення громадськості до галузі, швидкість технологічних нововведень, вплив профспілок, відношення фінансових організацій та посередників до галузі, темпи зростання, прибутковість, ефективність функціонування в період економічного спаду [7, 77].

На думку А. А. Томпсона і А. Дж. Стрікленда, такий аналіз передбачає дослідження розміру ринку і темпів його зростання, сезонних і циклічних коливань, рівня технології, рівня конкуренції, можливостей і загроз, потреб у капіталі, прибутковості галузі, соціальних, політичних і економічних факторів та державного регулювання [6, 394].

Б. Карлоф пропонує для проведення порівняльного аналізу галузей дати відповіді на такі запитання:

- 1) Якою є структура потреб, що породжують попит у даній галузі?
- 2) Які характеристики продукції сприяють успіху на ринку і якою мірою цей успіх пов'язаний з незрозумілими, ірраціональними причинами?
- 3) Якою є структура галузі?
- 4) Які вхідні та вихідні бар'єри?
- 5) Які ключові фактори успіху в даній галузі?

Зокрема структура галузі передбачає сукупність технологічних і економічних факторів, які визначають специфіку конкуренції в галузі. Вона формується у результаті взаємодії різноманітних сил, а саме: постачальників, споживачів, конкурентів, товарів-субститутів, впливу державного регулювання, утворення нових і закриття існуючих підприємств [2, 154–155].

Ми переконані, що формування ефективної стратегії підприємства залежить від якісно проведеного комплексного аналізу галузі. Прийняття рішень базується на результатах цього аналізу. В зв'язку з цим, враховуючи думки вітчизняних і зарубіжних вчених, пропонуємо здійснювати аналіз діяльності хлібопекарської промисловості за такими показниками:

- значення продукції для суспільства;
- тенденції та перспективи розвитку галузі;
- реальний і потенційний розмір галузі;
- структура, інтенсивність конкуренції та кількість підприємств у галузі;
- бар'єри входу в галузь;
- технічний рівень виробництва;
- потужність галузі;
- прибутковість галузі;
- регулювання цін з боку держави;
- структура галузевих витрат.

Таким чином, аналіз, спрямований на визначення привабливості галузі, дасть змогу визначити структуру, динаміку, можливості, загрози, фактори успіху галузі та дозволить продумати варіанти рішень щодо реакції підприємства на вплив зовнішніх факторів і розробити ефективну стратегію підприємства.

Хлібопекарська промисловість займає надзвичайно важливе місце у харчовій промисловості України та покликана забезпечити населення хлібом, хлібобулочними, сухарними і кондитерськими виробами в широкому асортименті.

Попит на продукцію хлібопекарських підприємств залежить від того, до якої асортиментної групи належать хлібобулочні вироби. Зокрема на хлібні вироби він практично нееластичний за ціною, а на булочки, здобні й кондитерські вироби характеризується значною еластичністю. На обсяг споживання хліба впливає рівень доходів населення. Так, при поліпшенні економічної ситуації в країні слід очікувати зменшення попиту на хліб, адже при зростанні доходів споживачі обиратимуть замість хліба більш привабливі харчові продукти – м'ясо, рибу, фрукти, овочі та соки. В умовах економічної кризи та низької платоспроможності населення може виникнути парадокс Гіффена, суть якого полягає у тому, що попит на хлібобулочні вироби зростатиме із збільшенням цін, оскільки вони підвищуються і на інші товари.

Протягом останнього десятиліття в Україні та Тернопільській області зокрема відбувся значний спад обсягів виробництва і реалізації хліба та хлібобулочних виробів загалом та в розрахунку на одну особу (табл. 1) [3; 4; 5].

Таблиця 1

Динаміка виробництва хліба і хлібобулочних виробів

№ п/п	Показники	Один. вим.	Роки						
			1990	1995	2000	2001	2002	2003	2004
1.	Виробництво хліба і хлібобулочних виробів в Україні	тис. т	6701	4114	2464	2450	2358	2427	2305
2.	Виробництво хліба і хлібобулочних виробів у Тернопільській обл.	тис. т	163,9	46,0	20,2	18,8	19,7	21,0	19,5
3.	Питома вага виробництва хліба і хлібобулочних виробів Тернопільської обл. в межах України	%	2,45	1,12	0,82	0,77	0,84	0,87	0,85
4.	Виробництво хліба і хлібобулочних виробів на одну особу в Україні	кг	129,1	79,9	50,1	50,3	48,9	50,8	48,6
5.	Виробництво хліба і хлібобулочних виробів на одну особу в Тернопільській обл.	кг	139,7	39,1	17,5	16,4	17,3	19,1	17,4
6.	Відхилення у виробництві хліба і хлібобулочних виробів на одну особу в Тернопільській обл. порівняно з Україною	%	+8,21	-51,06	-65,07	-67,40	-64,62	-62,40	-64,20

За даними Держкомстату в 2002 р. обсяги виробництва і реалізації хліба в Україні скоротились більше ніж у 2,8 раза порівняно з 1990 р. і склали 2,3 млн. т. У 2003 р. вперше за останні роки спостерігалось зростання обсягів виробництва хліба і хлібобулочних виробів на 3% порівняно з 2002 р., а у 2004 р. – зниження на 5% порівняно з 2003 р.

У Тернопільській області у 1999 і 2001 роках виробництво хліба і хлібобулочних виробів знизилось у 8,6 раза порівняно з 1990 р., у 2002 р. зросло на 4,8% порівняно з 2001 р., у 2003 р. – на 9,6% порівняно із 2002 р., а в 2004 р. – знизилось на 7,1% порівняно з попереднім роком.

Питома вага виробництва хліба і хлібобулочних виробів Тернопільської області в межах України є невеликою та в динаміці постійно зменшується. Так, у 1990 р. вона становила 2,45%, а у 2004 р. – знизилась до 0,85%. Винятком є лише 2002 і 2003 роки, коли частка продукції виробленої в Тернопільській області зростає з 0,77% у 2001 р. до 0,84% у 2002 р. та до 0,87% у 2003 р.

Як видно з таблиці, обсяги виробництва хліба і хлібобулочних виробів на одну особу як в Україні, так і в Тернопільській області мають тенденцію до зниження. Незначне зростання цього показника в Україні спостерігалось лише у 2001 р. та 2003 р., а у Тернопільській області – у 2002 і 2003 роках.

На думку фахівців, основними причинами падіння обсягів виробництва хліба є зменшення споживання хліба внаслідок скорочення населення країни на 4 млн. чоловік за останні 10 років, зниження купівельної спроможності населення, економічне використання хліба та значне збільшення випікання хліба невеликими пекарнями й сільським населенням самотужки [9].

Досліджено, що статистичні дані щодо обсягів виробництва та реалізації хліба і хлібобулочних виробів в Україні є нижчими від фактичних. Так, у 2003 р. в країні було вироблено 2,4 млн. т хліба і хлібобулочних

виробів або 50,8 кг на одну особу, а мінімальний споживчий кошик включає 101 кг хліба в рік. На думку фахівців, частину хліба випікають в “тіні”, а фактичну місткість українського ринку хліба і хлібобулочних виробів можна оцінити у 4–4,5 млн. т в рік. Невідповідність статистичних даних фактичним обсягам виробництва утруднює планування потреб хлібопекарської промисловості у сировині, а якість значних обсягів хліба виробленого в “тіні” не завжди відповідає вимогам стандартів і санітарним нормам [9].

В останні роки відбувається значне поліпшення структури асортименту хлібобулочних виробів у результаті збільшення виробництва хліба і хлібобулочних виробів із муки поліпшеного помелу, випікання виробів, у склад яких входять молочні продукти (сироватка, склотини), виробів, збагачених білками, вітамінами, збільшення обсягу виробництва дієтичних сортів хліба і виробів для дитячого харчування.

У 2004 р. підприємствами галузі вироблено 1,68 млн. т хліба та хлібобулочних виробів, 37,8 тис. т тортів, тістечок, здобних виробів, піріжків, східних солодоців борошняних, 14,3 тис. т пряників, печива солодкого та вафель, 4,7 тис. т макаронних виробів. Порівнянно з 2003 р. підприємства збільшили обсяг виробництва пряників, аналогічних виробів і печива на 17,2%, макаронних виробів – на 18,7% [8].

Підприємства хлібопекарської промисловості функціонують в конкурентному середовищі, адже для даної галузі характерною є велика кількість підприємств різних потужностей і форм власності.

В Україні хліб і хлібобулочні вироби випікають розміщені в містах і районних центрах промислові хлібозаводи (їх близько 400); підприємства колишньої системи Укоопспілки (таких хлібозаводів близько 500, як правило, це хлібозаводи невеликої потужності й обслуговують сільську місцевість); підприємства Укрпродспілки та приватні мініпекарні [1, 44]. Структура основних виробників хліба і хлібобулочних виробів в Україні представлена на рис. 1. У Тернопільській області в 2004 р. налічувалось 35 підприємств, основним видом діяльності яких було випікання хліба і хлібобулочних виробів. Зокрема 6 хлібозаводів реалізували 87% продукції, а 29 малих підприємств – 13%.

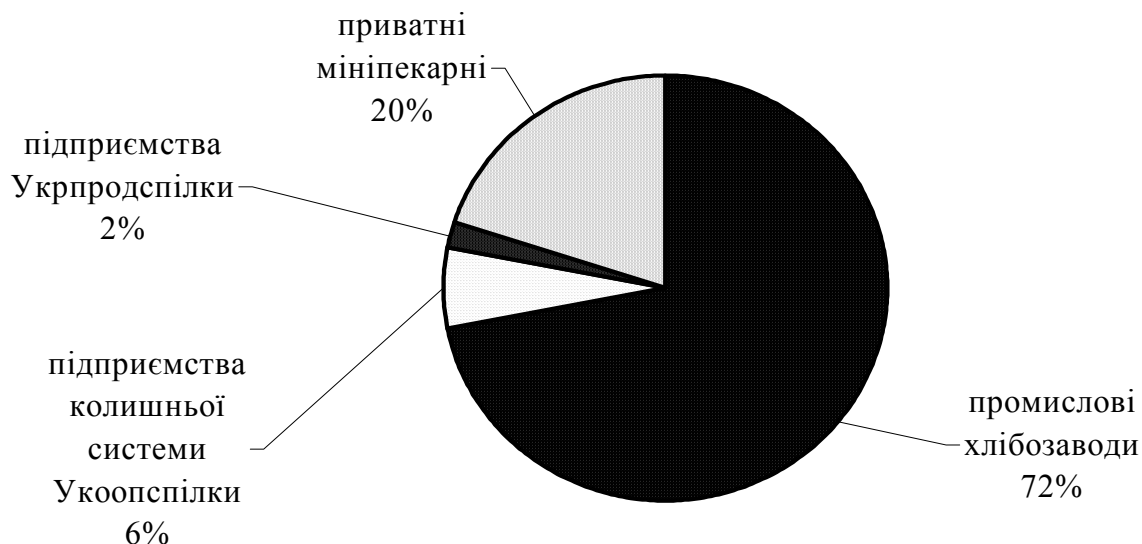


Рис. 1. Структура основних виробників хліба і хлібобулочних виробів в Україні

Варто зауважити, що для хлібопекарської промисловості характерними є низькі вхідні бар'єри, які дозволяють новим виробникам швидко і дешево входити в галузь. Так, у 90-х роках минулого століття спостерігався справжній бум розвитку мініпекарень, які відчутно потіснили на ринку дрібні й середні хлібозаводи.

Аналіз основних виробничих фондів хлібопекарських підприємств показує, що зношення парку технологічного обладнання складає 70–80%. На більшості вітчизняних хлібозаводів, зокрема на хлібозаводах середньої та великої потужності, в основному, експлуатують морально і фізично застаріле хлібопекарське обладнання, особливо це стосується печей. Тому актуальним є питання проведення реконструкції, заміни технологічного обладнання на більш сучасне, енергозберігаюче. За даними “Укрхлібпрому”, у минулі роки оновлення основних виробничих засобів у галузі складало 4–5% в рік, а на сьогоднішній день цей показник наближається до нуля. На думку фахівців, низькі темпи оновлення обладнання на вітчизняних хлібопекарських підприємства зберігаються й надалі через низьку рентабельність виробництва та відсутність державної підтримки. В останні роки створення нових видів хлібопекарського обладнання стримує відсутність коштів у підприємств та припинення державного централізованого фінансування науково-дослідних та конструкторських робіт з його розробок [9].

Значне скорочення обсягів виробництва хліба і хлібобулочних виробів призвело до низького рівня використання потужностей підприємств (в середньому на 30–40%). А це зумовлює нераціональне використання технологічного обладнання, внаслідок чого зростають витрати палива у виробництві (табл. 2) [4; 5], що негативно впливає на економічні показники роботи, зокрема на рентабельність.

Питомі витрати енергоресурсів на виробництво 1 т хліба і хлібобулочних виробів в Україні

Показники	Один. вим.	Роки				
		2000	2001	2002	2003	2004
Паливо в умовному обчисленні	кг	134,5	131,0	140,4	132,7	124,1
Теплоенергія	Мкал	265,0	247,6	290,5	321,5	335,7
Електроенергія	кВт-год.	89,2	86,9	100,3	100,4	100,2

За останні роки рентабельність роботи хлібозаводів в середньому по галузі зменшилася з 12% до 5% і має тенденцію подальшого зниження [9]. Хоча у 2004 р. рентабельність хлібопекарських підприємств в середньому складала 6–7%, що майже вдвічі перевищує показник попереднього року (2–3%), цього недостатньо для повноцінної роботи підприємства та його технічного переозброєння [8]. У Тернопільській області рентабельність операційної діяльності підприємств, що займалися виробництвом хліба і хлібобулочних виробів у 2002 р. складала 5,1%, у 2003 р. знизилась до -1,6%, а у 2004 р. зросла до 2%. Однак, для цієї галузі оптимальною вважають рентабельність на рівні 15–20%, що дасть змогу забезпечувати стабільну роботу, вдосконалювати технологічне обладнання та відкривати нові цехи.

Погіршення фінансового стану хлібопекарських підприємств спричинено ще й тим, що при одночасному значному зростанні цін на борошно та паливно-енергетичні ресурси адміністративно стримувався рівень цін на хліб та хлібобулочні вироби. Оскільки, хлібобулочні вироби є продуктом першої необхідності, то держава приділяє значну увагу регулюванню цін на соціальні сорти хліба та встановлює верхню межу. Фактично підприємства погоджуються з цінами на стандартизовану продукцію в конкурентних умовах. Тому в такій ситуації виробникам необхідно значну увагу приділяти формуванню виробничих витрат і виявленню джерел та шляхів їх зниження.

На структуру витрат впливають зміни, які відбуваються в економіці держави, техніці, технології, організації виробництва тощо. Аналіз складу і структури витрат на виробництво продукції підприємства, порівняння питомих витрат з підприємствами галузі дає змогу виявити частки живої та уречевленої праці, основні джерела і шляхи зниження витрат. Так, у 2004 р. на хлібопекарських підприємствах Тернопільської області матеріальні витрати становили 19377,6 тис. грн., вартість товарів та послуг, придбаних для перепродажу та реалізованих без додаткової обробки на даному підприємстві – 14133,6 тис. грн., витрати на оплату праці – 4765,1 тис. грн., відрахування на соціальні заходи – 1768,2 тис. грн., амортизація – 882,4 тис. грн., інші операційні витрати – 4945,9 тис. грн. Структуру витрат хлібопекарських підприємств у Тернопільській області в 2004 р. за економічними елементами представлено у вигляді діаграми (рис. 2).

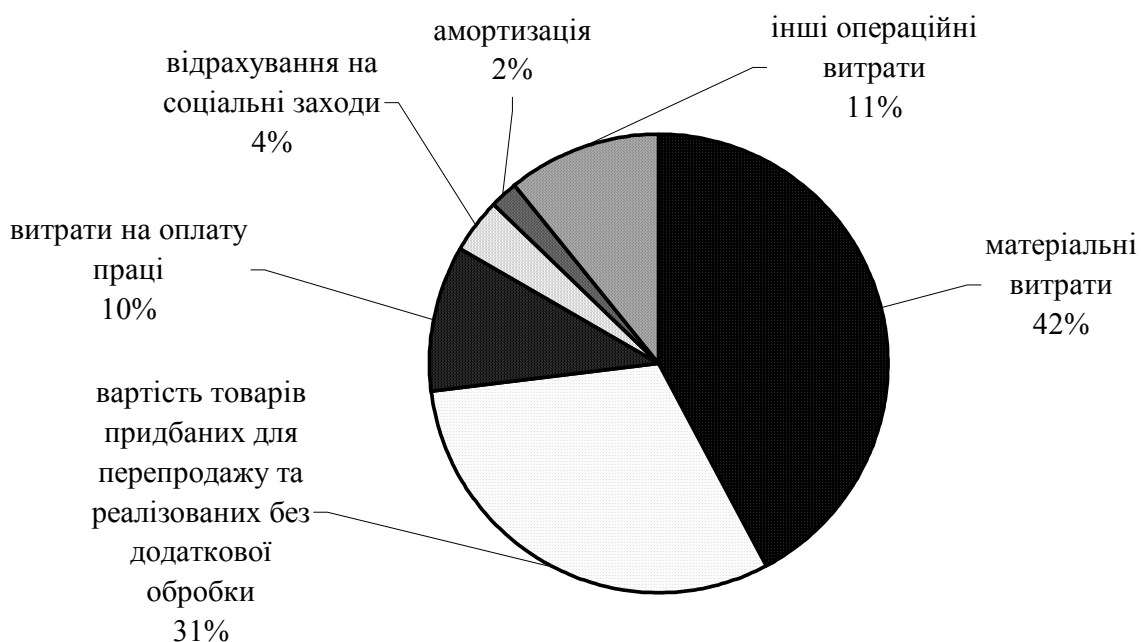


Рис. 2. Структура витрат на виробництво продукції за економічними елементами на хлібопекарських підприємствах Тернопільської обл. у 2004 р.

Як видно з рис. 2, частка вартості товарів та послуг, придбаних для перепродажу та реалізованих без додаткової обробки на даному підприємстві, становить 31% у структурі витрат хлібопекарських підприємств. Це свідчить про те, що підприємства не можуть прибутково працювати, займаючись лише в виробничою діяльністю. Тому для того, щоб не збанкрутувати змушені займатися торгівлею.

Виходячи з вищенаведеного аналізу, який дозволив нам констатувати причини зниження обсягів виробництва продукції та прибутковості галузі, пропонуємо підприємствам поліпшувати якість хлібобулочних виробів та розширювати асортимент, визначати реальний попит на продукцію, розширювати ринки збуту та нарощувати обсяги виробництва, раціонально використовувати наявні потужності, оновлювати та модернізувати основні фонди, знижувати виробничі та комерційні витрати. Враховуючи важливість хлібопекарської продукції для суспільства, держава має сприяти виробникам у впровадженні нових технологій, науково-технічних розробок та вирішенні економічних проблем.

Таким чином, аналіз ситуації в галузі, особливостей технологічних процесів, організації виробництва, виробленої продукції та ступеня економічної однорідності витрат, є інформаційним підґрунтям для формування ефективної стратегії розвитку підприємства. Урахування специфіки діяльності підприємств хлібопекарської промисловості, особливостей продукції та ситуації на ринку дасть змогу виявити резерви зниження витрат і підвищити рівень рентабельності виробництва, що, в свою чергу, сприятиме нарощуванню обсягів виробництва, розширенню асортименту та поліпшенню якості продукції.

Підсумовуючи вищевикладене, вважаємо, що науково обґрунтована стратегія розвитку підприємства повинна враховувати ситуацію, що склалася у хлібопекарській промисловості, а також оцінювати позиції підприємства та його конкурентні переваги. Однак ці питання будуть темою подальших досліджень.

Література

1. Васильченко А. Н. Украинское хлебопечение – состояние, проблемы и перспективы // Хлебопечение России. – 2003. – № 5. – С. 44–46.
2. Карлоф Б. Деловая стратегия: Пер. с англ. – М.: Экономика, 1991. – 239 с.
3. Статистичний щорічник Тернопільської області за 2004 рік. – Тернопіль: Головне управління статистики у Тернопільській області, 2005. – 482 с.
4. Статистичний щорічник України за 2003 рік / За ред. О. Г. Осауленко. – К.: Консультант, 2004. – 632 с.
5. Статистичний щорічник України за 2004 рік / За ред. О. Г. Осауленко. – К.: Консультант, 2005. – 590 с.
6. Томпсон А. А., Стрикленд А. Дж. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998. – 576 с.
7. Шершньова З. Є. Стратегічне управління. – К.: КНЕУ, 2004. – 699 с.
8. www.agrosector.com.ua.
9. www.ukmiiprodmask.