

УДК 336.763.2

Ліхновський П. М.

Тернопільський національний економічний університет

АНАЛІЗ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ХЛІБОПЕКАРСЬКОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

Встановлено, що вітчизняна хлібопекарська галузь має дуже низький рівень інвестиційної привабливості. Розкрито основні фактори, що знижують привабливість для інвестування, а саме: зростання вартості сировини, матеріалів та енергоносіїв; політика держави із недопущення зростання цін на основну продукцію; випереджувальне зростання цін на борошно та паливно-енергетичні ресурси при адміністративному стримуванні цін на хліб; зменшення чисельності та доходів населення. Визначено, що конкурентною перевагою галузі є найбільший ринок збуту – населення країни.

Ключові слова: аналіз, інвестиційна привабливість, хлібопекарська галузь, конкуренція, ринок збуту.

Постановка проблеми. Конкурентоспроможність, рентабельність та подальший ефективний розвиток суб'єкта господарювання залежить від специфіки галузі, в якій він здійснює свою діяльність. Особливості розвитку хлібопекарської галузі кожної країни значною мірою залежить з одного боку від природної потреби населення у споживанні відповідної продукції, з іншого від існуючих умов господарювання. З метою об'єктивної оцінки привабливості галузі в цілому, визначення факторів впливу на доходність від вкладень у конкретне підприємство та ризики, що виникають, необхідно проаналізувати як внутрішні так і зовнішні чинники. Зважаючи на значення харчової промисловості в соціально-економічному розвитку держави, важливим та актуальним завданням стає своєчасне виявлення проблем у функціонуванні галузі та визначення шляхів їх вирішення з метою забезпечення її подальшого ефективного розвитку.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Теоретико-методологічні засади галузевого аналізу заклали у своїй праці М. Портер [1]. Над проблематикою аналізу галузі в контексті аналізу цінних паперів працювали З. Боди, А. Кейн та А. Маркус [2]. У публікації О. Шереметинської увага акцентується на особливостях розвитку хлібопекарської галузі в Україні [3]. У дослідженні Н. Скопенко розглянуті питання інноваційного розвитку хлібопекарської галузі України [4]. О. Павлів вивчав питання забезпечення ефективної співпраці державних і підприємницьких структур у вітчизняній хлібопекарській галузі [5]. Однак, здійснений автором аналіз праць вказує на недостатній рівень досліджень, що стосуються сучасного стану вітчизняної хлібопекарської галузі з позиції інвестиційної привабливості. З огляду на це, виникає необхідність у проведенні аналізу інвестиційної привабливості вітчизняної хлібопекарської галузі для прийняття ефективних інвестиційних рішень.

Мета і завдання дослідження. Головною метою цієї публікації є аналіз сучасного стану розвитку вітчизняної хлібопекарської галузі харчової промисловості, визначення ключових груп факторів впливу та оцінка рівня її інвестиційної привабливості.

Виклад основного матеріалу. Галузевий аналіз залежить від володіння інформаційною базою. Різноманітна детальна інформація на початку галузевого аналізу може відвертати увагу від загальної. Насамперед необхідно здійснити загальне вивчення галузі та критично оцінити дані, а тоді розглядати конкретні джерела. Повний перелік питань, до яких необхідно звернутися під час галузевого аналізу, зазвичай залежить від її специфіки, що дає змогу сконцентруватися на найважливішій інформації для дослідження.

Метою галузевого аналізу, як стверджує М. Портер, є визначення основних структурних особливостей галузі, важливих чинників їх змін та стратегічної інформації про конкурентів [1, с. 366]. Проте, характеристики структури та конкурентів в цілому є результатом аналізу початкових даних. Тому важливим є послідовність розгляду даних для аналізу. Отже, тоді значною перевагою галузевого аналізу є загальний огляд галузі. Розуміння специфіки галузі дасть можливість аналітикові визначити важливі сторони даних під час аналізу джерел та систематизувати зібрані дані.

Для початку аналізу необхідно визначитись та скласти перелік провідних учасників галузі, річні фінансові звіти яких стануть джерелом аналізу. Перелік основних конкурентів допоможе швидко знайти інші важливі пункти для аналізу та іншу інформацію про емітента акцій. Наступний етап – розгляд п'яти факторів галузевої конкуренції:

1. Загроза появи в галузі нових конкурентів.
2. Конкуренція серед конкурентів, які вже існують.
3. Ціновий тиск з боку товарів-замінників.
4. Ринковий тиск з боку постачальників.
5. Ринковий тиск з боку покупців [2, с. 599].

Отже, визначившись з алгоритмом здійснення аналізу галузі, проведемо аналіз вітчизняної хлібопекарської галузі. Для дослідження обрано три великих підприємства з різних регіонів України, які є найбільшими виробниками, володіють багатьма активами, а їхні цінні папери обертаються на організованому фондовому ринку: ПАТ «Концерн Хлібпром», ПАТ «Коровай», ПАТ «Кримхліб».

Хліб та хлібобулочна продукція є одним з основних і масових продуктів харчування, що споживається всіма категоріями населення незалежно від місця проживання, статі, соціального статусу, рівня доходів. Особлива роль хлібу у раціоні харчування людини, його соціальна значущість накладають свій відбиток на функціонування ринку хлібобулочних виробів як складової вітчизняної економіки. У споживчому кошику середньостатистичного українця хлібобулочна продукція займає одну з основних позицій, що становить в середньому 8,81% від загальних витрат на харчування, дана продукція займає четверте місце після молочних продуктів, м'яса та м'ясопродуктів та виробництва олії та тваринних жирів, що свідчить про те що обсяги споживання даної продукції достатньо високі, а отже попит стабільний [3, с. 2].

Отже, продукцією цієї галузі є виробництво хліба та хлібобулочних виробів, сухарів, печива, пирогів та тістечок (з тривалим терміном зберігання), борошно, кондитерські вироби.

Специфіка хлібопекарського ринку полягає в тому, що він на 99% представлений продукцією

вітчизняного виробництва. Національна хлібопекарська галузь працює в режимі натурального господарства: виробництво дорівнює споживанню.

Протягом останнього десятиріччя у хлібопекарській галузі спостерігається спад обсягів виробництва хліба та хлібобулочних виробів (рис. 1).

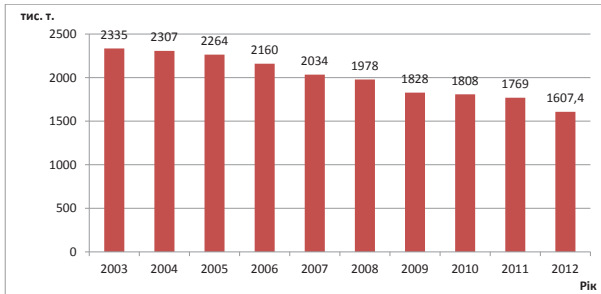


Рис. 1. Виробництво хлібобулочних виробів в Україні у 2003-2012 роках.

Джерело: складено автором за [6; 7].

Цю тенденцію можна пояснити зменшенням споживання хліба внаслідок скорочення населення країни більше, ніж на 6 млн. осіб за останні 20 років, економічним використанням хліба та значним збільшенням випікання хліба невеликими пекарнями та сільським населенням самотужки, реальні обсяги якого не враховані статистичними даними.

Шереметинська О. В у своєму дослідженні відзначає, що стосовно причин тенденції до зниження обсягів споживання, то існують різні думки, однак основними чинниками можна відзначити наступні:

- адміністративне регулювання й стримування ціни на хліб, що виробляється промисловими хлібо заводами;
- відсутність державної підтримки промислових виробників хліба;
- конкурентні переваги виробників хліба, що оподатковуються за спрощеною системою;
- зміна смаків споживачів;
- зменшення кількості населення;
- імпорт заморожених хлібних напівфабрикатів;
- вихід частини хлібобулочного ринку в «тінь» що позначається на його якості та цінній політиці (за різними оцінками, приблизно 40-60%) [3, с. 3].

Через значне скорочення обсягів виробництва хліба та хлібобулочних виробів виникло декілька взаємопов'язаних проблем: низький рівень використання потужностей пекарень зумовлює нераціональне використання технологічного обладнання, що збільшує витрати палива. В результаті спостерігаємо негативний вплив на економічні показники, зокрема на рентабельність виробництва.

Фінансовий стан підприємств галузі погіршився через адміністративне стримування рівня ціни на хліб та хлібобулочні вироби під час одночасного зростання ціни на борошно та паливно-енергетичні ресурси. Вартість борошна у собівартості хліба складає більше 70%, а з його подорожчанням неминує зростає собівартість виробництва хліба. Намагаючись підвищити рентабельність виробництва, виробники розширюють асортимент продукції завдяки борошняним кондитерським виробам. За останні роки багато заводів встановили пекарні малої потужності, що дало їм змогу швидко змінювати асортимент виробів відповідно до попиту споживача.

Особливість ринку – порівняно легкий вхід нових виробників. Технологія виробництва пшенич-

них сортів (особливо формових хлібів) не складна, і багато нових виробників можуть досягнути прийняттого рівня якості.

Ринок хлібних напівфабрикатів є стратегічним для розвитку компаній. Перспективний напрямок розширення асортименту хлібопродуктів – це виробництво хліба спеціальних лікувально-дієтичних сортів. З цією метою виробники освоїли виробництво нових сортів хліба із житнього борошна з харчовими добавками: вівсяних пластівців, соєвого борошна, плющеної гречки тощо, а також виробів з радіопротекторними властивостями (булочки з добавками з морських водоростей – еламіну, йодованої солі). Проте розвиток виробництва лікувально-дієтичних сортів хліба стримується через низьку купівельну спроможність значної частини населення. Саме з цієї причини останніми роками збільшився попит на доступний за ціною хліб з борошна нижчих сортів. На ці «соціальні» види хліба припадає до 65% попиту населення. Сегмент кондитерських виробів порівняно з попередніми роками значно збільшився. Основною причиною є доступна ціна при високій якості та натуральності продукції.

Ринок хлібних напівфабрикатів на початковому етапі. Значними частками ринку в Україні володіють: «Форнетті Україна» – 24%, «Колос ЛТД» – 19%, ПАТ «Концерн Хлібпром» – 12%, ПАТ «Київхліб» – 11%, «ТіС» – 8%. Проте кожен із виробників є монополістом у значній частині своїх локальних ринків виробництва та реалізації напівфабрикатів [9-11].

Структура галузі склалася так, що в основному хлібобулочні підприємства обслуговують підприємства зони своєї локалізації.

Всіх конкурентів можна розділити на три групи: великі, середні й дрібні. До великих належать підприємства, обсяг випуску яких становить 23 – 4 т/добу хлібобулочних виробів. До середніх належать пекарні, що виробляють 3 – 1 т/добу, інші пекарні є дрібними, що виробляють до 1 т/добу хлібобулочних виробів.

Наприклад, хлібобулочну продукцію ПАТ «Концерн Хлібпром» реалізують у Вінницькій, Львівській, Рівненській, Івано-Франківській та Черкаській областях, і тому концерн займає більше 8% національного ринку хліба та хлібобулочних виробів і входить у трійку національних виробників хліба. Крім цього, концерн займає міцні позиції в регіонах. У Вінницькій області ПАТ «Концерн Хлібпром» забезпечує своєю продукцією близько 90% населення Вінниці та понад 60% населення області [9].

Ринок хліба в Україні достатньо структурований. Наприклад, такі потужні виробники хліба, як «Київхліб» (14,5% ринку хліба в країні) і «Донбасхліб» (10,5% ринку хліба в країні) діють виключно в межах міст з великим населенням. Основними конкурентами ПАТ «Концерн Хлібпром» є «ТіС» (6,2%), «Укрзернопро» (5,7%), «Хлібні інвестиції» (4,8%). З конкурентів у Вінницькому регіоні відомими є Хмельницькі виробники – «Хмельницький комбінат хлібопродуктів» та «Мамин хліб». Потужними виробниками є ПрАТ «Агробізнес», який проводить активну політику освоєння дрібних точок м. Вінниці, Крижопільському та Тульчинському районах Вінницької області. До дрібних виробників належить ПАТ «Жмеринський хлібо завод», ПАТ «Тульчинський хлібо завод», ПАТ «Ладизинхліб», приватні пекарні «Подільський хліб» та «Онур» (м. Вінниця) [9].

ПАТ «Концерн Хлібпром» планує продовжувати експансію на український ринок виробництва хліба та хлібобулочних виробів. Зокрема є сподівання розширити діяльність на ринку західних та центральних областей України. З цією метою компанія проводить переговори щодо придбання корпоративних прав, цілісних майнових комплексів, хлібопекарських підприємств тощо. Концерн планує направити на придбання нових цілісних майнових комплексів найближчих 7 років близько 130 млн. дол. США.

Борошно є основним видом сировини для компаній галузі. Тому низький врожай зернових може спричинити значне зростання цін на борошно та періодичний дефіцит окремих ґатунків борошна на ринку. Українські виробники закупають борошно в інших областях України, а житнє борошно у білоруських виробників для стабільного забезпечення сировиною виробництва. Серед іншої сировини значущими є дріжджі, цукор, масло рослинне та маргарин. Всі види цієї сировини є на ринку у значній кількості постачальників.

Оскільки хліб та хлібобулочні вироби є щоденними продуктами харчування, тому набагато менше піддаються сезонним коливанням попиту. Проте сезонні коливання попиту все-таки простежуються. У холодну пору року (осінь – зима та березень) обсяг реалізації хлібобулочних виробів стабільно зростає, бо в раціоні населення більше бутербродів, чай, з яким споживають сухарно-буличну продукцію тривалого строку зберігання. Цей сезон триває з вересня до середини березня. Через деякі причини, такі як Великий піст, «теплий сезон», коли збільшується життєва активність населення (заняття спортом, перехід на фрукти, овочі тощо) більшою мірою коливається попит на здобні й кондитерські вироби, а також на деякі види хліба, які містять жири тваринного походження. За статевовіковою ознакою це 35%

жіночого населення, 15% чоловічого у віці від 18 до 60 років. Однак та частина населення, на яку не впливають вищевказані чинники, продовжує стабільно споживати хліб, тому що при збільшенні життєвої активності населення організм людини вимагає поповнення витраченої енергії, яку відшкодовує хліб та інші продукти харчування. Це 35% жіночого населення, 70% чоловічого населення у віці від 18 до 75 років, а також діти до 18 років [9-11].

Основними клієнтами в роздрібній торгівлі виробників хліба та хлібобулочних виробів є: супермаркети (торговельні мережі); фірмова торгівля (власні магазини, кіоски); приватні підприємці (кіоски, павільйони, продуктові магазини); ринки. Стосовно оптового продажу (переважно продукції тривалого строку зберігання), основними партнерами компаній є приватні підприємці, великі торговельні мережі, оптові бази тощо.

Компанії хлібопекарської галузі прагнуть гнучко реагувати на зміни ринкового попиту, щоб утримати існуючі позиції та освоїти нові ринки збуту. Під час організації продажів використовують нульовий канал збуту: реалізація продукції через фірмову торговельну мережу виробника (від виробника до споживача). Також використовують первинні та вторинні канали збуту (виробник – торговельна компанія – споживач). Багато компаній проводять заходи щодо організації дистрибуторської мережі на території України. Підприємства використовують метод активних продажів: робота торговельних представників, мерчендайзерів, проведення рекламних заходів, що збільшує прихильність споживачів, а також метод пасивних продажів (партнери відповідають за рекламу та просування продукції).

Обсяги споживання на сегментах хлібів постійно зростають, що зумовлено демографічною ситуацією в країні. Також відбулася зміна спожив-

Таблиця 1

Основні фактори впливу на інвестиційну привабливість хлібопекарської галузі України

Група факторів	Опис проблем	Ступінь впливу
Політичні	1. Постійний контроль з боку органів державної влади за рівнем цін на хліб. 2. Встановлення граничного рівня рентабельності на хліб масового споживання. 3. Ризики зміни або невиконання чинного законодавства.	Значний
Фінансово-економічні	1. Зростання цін на сировину та паливо. 2. Рівень платоспроможності та поточні доходи населення. 3. Нерівномірність доходів населення. 4. Можливі зміни сезонної структури споживання хлібобулочної продукції. 5. Циклічні зміни в економіці, падіння попиту. 6. Зміни в оподаткуванні.	Значний
Виробничо-технологічні	11. Більша частина основних виробничих фондів підприємств хлібопекарської галузі технологічно та фізично зношене. Оскільки вітчизняні харчові продукти конкурують з імпортними, які відповідають міжнародним стандартам якості, підприємствам необхідні великі інвестиції для оновлення та заміни обладнання, що відповідає світовим стандартам. 2. Низька якість борошна, яка не відповідає вимогам хлібопекарського виробництва. 3. Природа основної продукції. Свіжий хліб є продуктом, який не підходить для транспортування на довгі відстані. Тому кожне велике підприємство володіє значною часткою (20 – 80%) лише кожного відокремленого регіонального ринку збуту. 4. Значною мірою впливає врожай зернових культур кожного року по Україні. 5. Невисокий рівень наукових розробок в Україні.	Середній
Соціально-демографічні	1. Скорочення чисельності населення. 2. Зміни у віковій структурі суспільства, збільшення чисельності людей похилого віку. 3. Міграційні процеси.	Значний
Екологічні	Несприятливі екологічні умови середовища, що змушують підприємства звертати велику увагу на виробництво продукції зі спеціальними добавками (наприклад, добавка йоду), на виробництво екологічно чистої упаковки, на спеціальні методи обробки борошна, виробленого в екологічно несприятливих регіонах.	Незначний
Споживчі властивості продукції	1. Хліб – продукт щоденного харчування, тому споживчий попит стабільний. 2. Кондитерські вироби, дорогі здобні вироби, хліб та хлібобулочні вироби із спеціальними добавками дозволяють диверсифікувати асортимент та утримувати рівень реалізації у різні сезони.	Значний

Джерело: складено автором за [8-11].

чих переваг – люди стали споживати менше хліба. За таких умов компанії збільшили обсяг виробництва продукції преміум-класу та оздоровлювальної серії, збагаченої насінням, горіхами, родзинками, салом, обліпиховою олією, йодом.

На основі проведеного автором аналізу фінансової звітності виробників хлібопекарської галузі в табл. 1 наведено основні фактори впливу на її інвестиційну привабливість.

Висновки і пропозиції. На основі даних табл. 1 з'ясовано, що вітчизняна хлібопекарська галузь має дуже низький рівень інвестиційної привабливості. Ключовими чинниками, що знижують привабливість для інвестування, є: зростання вартос-

ті сировини, матеріалів та енергоносіїв; політика держави із недопущення зростання цін на основну продукцію; випереджувальне зростання цін на борошно та паливно-енергетичні ресурси при адміністративному стримуванні цін на хліб; зменшення чисельності та доходів населення.

Інвестиційною перевагою галузі є найбільший ринок збуту – населення країни.

Перспективним напрямком дослідження є детальний аналіз кожної з груп факторів впливу на інвестиційну привабливість вітчизняної хлібопекарської галузі та розробка рекомендацій для проведення реформ та ефективної політики держави у цій галузі.

Список літератури:

1. Портер М. Стратегія конкуренції / Майкл Е. Портер. [Пер. з англ. А. Олійник, Р. Скільський]. – К. : Основи, 1998. – 390 с.
2. Боди З. Принципи інвестицій / Зви Боди, Алекс Кейн, Алан Маркус; 4-е издание : Пер с англ. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2008. – 984 с.: ил.
3. Шереметинська О. В. Особливості розвитку хлібопекарської галузі в Україні / О. В. Шереметинська [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://bsfa.edu.ua/files/konf_november/sheremetunska.pdf.
4. Скопенко Н. С. Інноваційний розвиток хлібопекарської галузі України: основні напрями, проблеми, ризики / Н. С. Скопенко [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/18779/1/15-66-71.pdf>.
5. Павлів О. Б. Аналіз стану хлібопекарської галузі України та забезпечення ефективної співпраці державних і підприємницьких структур / О. Б. Павлів [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://ir.kneu.edu.ua:8080/handle/2010/310>.
6. Виробництво основних видів промислової продукції за 2003-2011 роки [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://ukrstat.gov.ua>.
7. Виробництво основних видів промислової продукції по місяцях 2012 року [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://ukrstat.gov.ua>.
8. В Україні стрімко зростає кількість збиткових підприємств хлібопекарської галузі [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://ua.korrespondent.net/business/economics/1328981-v-ukrayini-strimko-zrostaе-kilkist-zbitkovich-pidpriemstv-hlibopekarskoyi-galuzi>.
9. Річні звіти за 2008 – 2012 рік ПАТ «Концерн Хлібпром» [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://smida.gov.ua/db/emitent/report/year/show/104493>.
10. Річні звіти за 2008 – 2012 роки ПАТ «Коровай» [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://smida.gov.ua/db/participant/00381350>.
11. Річні звіти за 2008 – 2012 роки ПАТ «Кримхліб» [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://smida.gov.ua/db/participant/00381580>.

Лихновский П. М.

Тернопольский национальный экономический университет

АНАЛИЗ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ХЛЕБОПЕКАРСКОЙ ОТРАСЛИ УКРАИНЫ

Резюме

Установлено, что отечественная хлебопекарная отрасль имеет очень низкий уровень инвестиционной привлекательности. Раскрыты основные факторы, снижающие привлекательность для инвестирования, а именно: рост стоимости сырья, материалов и энергоносителей; политика государства по недопущению роста цен на основную продукцию; опережающее рост цен на муку и топливно-энергетические ресурсы при административном сдерживании цен на хлеб, уменьшение численности и доходов населения. Определено, что конкурентным преимуществом отрасли является крупнейший рынок сбыта – население страны.

Ключевые слова: анализ, инвестиционная привлекательность, хлебопекарная отрасль, конкуренция, рынок сбыта.

Lihnovsky P. M.

Ternopil National Economic University

INVESTMENT ANALYSIS BAKING INDUSTRY UKRAINE

Summary

Established, that the domestic baking industry has a very low investment attractiveness. The basic factors that reduce the attractiveness for investment, namely the rising cost of raw materials and energy, government policy to curb rising prices of basic products; proactive rising prices for flour and fuel and energy resources in curbing administrative bread prices, reducing the number of and incomes. Determined, that the competitive advantage of the industry is the largest market – the country's population.

Key words: analysis, investment attractiveness, bakery industry, competition, market.