

УДК 338.5

## **Проблемы формирования издержек предприятий хлебопекарной промышленности**

Василёнок В.Л., Матвеева А.В.

*Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет ИТМО  
Институт холода и биотехнологий  
191002, Санкт-Петербург, ул. Ломоносова, 9*

*В статье раскрываются факторы формирования издержек предприятий хлебопекарной промышленности, влияние государства на проблемы отрасли, способы регулирования и уменьшения затрат в хлебопекарной промышленности, рассмотрены перспективные направления развития предприятий хлебопекарной отрасли.*

*Ключевые слова:* издержки, государственное регулирование, перспективы развития хлебопекарной отрасли.

---

## **Problems of formation of firms' costs baking industry**

Vasilyonok V.L., Matveeva A.V.

*Saint-Petersburg National Research University of Information Technologies, Mechanics and Optics.  
Institute of Refrigeration and Biotechnology  
191002, St. Petersburg, Lomonosov str., 9*

*The article indicated factors of cost of baking industry, government influence on the industry's problems, methods of controlling and reducing costs in the baking industry and considered promising areas of the baking industry.*

*Key words:* costs, problems, baking industry.

---

Как известно, хлебопекарная промышленность является важным стратегическим направлением отрасли производства пищевых продуктов. Специфический характер назначения производимой продукции обуславливает ценность развития хлебопекарных производств. С позиций национально - экономических интересов, хлебобулочные производства должны обеспечивать потребности населения высококачественными

продуктами питания в необходимых количествах, независимо от масштаба и загруженности располагаемых мощностей.

Потребление хлебобулочных изделий в России находится на высоком уровне, хлеб покупают регулярно. От того, насколько эффективно функционирует и развивается отрасль, зависит снабжение населения всех слоев общества самым традиционным продуктом питания - хлебом. В связи с этим, производимые хлебобулочные изделия имеют достаточно устойчивый ассортимент с ограниченными сроками реализации и минимальным товарным запасом. По экономическому назначению, продукция хлебопекарной промышленности преимущественно связана с потребительской сферой, испытывает непосредственное влияние агропромышленного комплекса и тесно зависит от развития сельского хозяйства в России.

Можно привести многочисленные факторы, из-за которых хлебопекарная отрасль в современных социально - экономических и политическим условиях находится в сложной ситуации. Прежде всего, на развитие отрасли неблагоприятно влияет острая нехватка инвестиций, низкое качество сырья, неурожай зерновых, малоэффективное воздействие государства на стабилизацию и развитие экономики отрасли, низкая рентабельность хлебопекарного производства, увеличение цен на энергоресурсы и сопутствующие услуги, несовершенство налогообложения и законодательной базы, использование методов недобросовестной конкуренции, коммерческие интересы закупщиков торговых сетей и кризисное состояние экономики. Это лишь малая доля фактов, не способствующих стабильному и эффективному функционированию отрасли. И что немало важно, с каждым годом круг проблем только растет. Любой участок возникновения проблем является звеном цепи взаимосвязанных трудностей в существовании предприятия. В таких условиях, экономическая деятельность предприятия это постоянная работа над издержками. Ведь даже успешные крупные холдинги пищевой отрасли не в состоянии влиять и держать под контролем рынок сырья и сбыта.

Важно отметить, что контроль аграрных показателей находится вне зоны заинтересованности, т.к. нет четкого планирования потребностей в зерне, предприятиями, участвующими в переработке. Качество выращиваемого сырья не контролируется, а учитывая что «в 90-е годы разрешили пшеницу 4-го класса считать продовольственным ресурсом. А она всегда считалась фуражным зерном. Шла на корм скоту и птице», [11] можно сделать вывод, о том, что в качестве сырья заведомо заложены переменные издержки производителей хлебопекарной продукции. Т.к. использовать низкокачественное сырье, без компонентов, улучшающих его качество, не представляется возможным. «В результате постоянной переработки зерна с низкими

хлебопекарными свойствами увеличиваются затраты на корректировку качества продукции с помощью применения улучшителей и других дорогостоящих технологических и технических приемов, в том числе путем снижения выходов хлеба - основы рентабельного производства»[5]. У производителей нет разнообразия альтернатив при выборе поставщиков основного сырья, за приемлемую цену договора о сотрудничестве, и приходится использовать то, что предлагает скудный Российский рынок по ценам сравнимым с европейским уровнем.

«В 2012 году рост цен на муку составил 35-43% в зависимости от сорта... однако цена на хлеб остается ниже европейской в 3-4 раза» [1]. Динамика цен на муку находится в прямой зависимости от изменения цен на зерно. «Надо сказать, участники зерновой цепочки не слишком дружат между собой. Например, Союз мукомолов регулярно жалуется правительству на «Агротранс» – государственную монополию по перевозке зерна. По мнению Союза, она необоснованно повышает тарифы. Транспортники парируют, обвиняя во всем аппетиты нефтяных компаний. А также Минсельхоз, который что ни год зажимает средства, выделенные правительством на топливные компенсации аграриям» [12]. При таком открытом конфликте, напрашивается вывод, что неурожай зерна – не причина, а повод для повышения цен.

Сохранность хлебных ресурсов и регулирование взаимодействий участников «зерновой цепочки» при неурожае зерновых – это наиболее острые вопросы, которые, безусловно, должны решаться на правительственном уровне. Именно такая политика, направленная на поддержание и стабилизацию развития хлебопекарной отрасли, будет способствовать снижению издержек на основной сырьевой компонент производства.

Как известно, государство оказывает слабую поддержку отрасли. На федеральном уровне нет законодательных актов, предусматривающих влияние государства на ценовую политику хлебопекарных предприятий. Для отрасли хлебопекарных производств банки дают кредиты под 13-18%. Вывод очевиден, при существующих в России условиях рыночной экономики, цены на хлеб - это политика. Увеличение размеров прибыли и рентабельности производства происходит не за счет увеличения выпуска продукции и внедрения новейших технологий, а за счет повышения цен.

В настоящее время рентабельность продаж хлебобулочных изделий составляет менее 9%. В 2008 году рентабельность производства составляла более 11% [1]. Из-за низкой рентабельности финансовые возможности большинства предприятий хлебопекарной промышленности ограничены, что в целом действует на развитие отрасли. На снижение во многом повлияло удержание цен на так называемые социальные сорта (ржано-пшеничные хлеба и батоны, производимые по ГОСТ). Также, надо учесть, что себестоимость производства растет из года в год и количество

убыточных предприятий, т. е. по существу, банкротов, постоянно возрастает. Нередко заводы не способны адаптироваться к требованиям современного рынка и самостоятельно справиться с конкуренцией. Убыточным предприятиям сложно найти инвестора. И в редких случаях, крупные холдинги приобретают производства кризисного состояния. Ведь раскрытие потенциала, объединенных подобным образом предприятий, это колоссальный труд нескольких лет, требующий загрузки мощности производства более чем на 80%, для поддержания объемов сбыта и дальнейшего развития.

Необходимо обратить внимание на то, что внедрение перспективного ассортимента, замена новым оборудованием изношенных мощностей, ввод в эксплуатацию современных линий для минимизации ручного труда, позволяющих повысить рентабельность производства и сократить издержки на заработную плату, обслуживание, расходы по содержанию и ремонту оборудования, поддержание современной научно-технической и производственной политики - это работа профессионалов ориентированных на развитие хлебопекарной отрасли, а не менеджеров со стремлением только нажить капитал, выкупая акции. Разобщенность взглядов, зачастую, провоцирует ненужное соперничество, не способствующее улучшению ситуации для развития промышленности при понимании значимости направления.

В ряде случаев, предприятия хлебопекарной промышленности могут достаточно быстро произвести диверсификацию производства, не меняя состав основного сырья при имеющемся оборудовании. Импровизации со сменой рецептур выпускаемых изделий и использование вторичной переработки продукции, позволяет повысить эффективность использования оборотных средств и, следовательно, увеличивать целевую долю рынка. Не смотря на гибкость мероприятий, любое производственное решение обусловлено определенными экономическими факторами, требующими капиталовложений и планирования выпуска продукции, контроля рентабельности и сбыта ориентированного на мощность производства и, что немало важно, необходимо учитывать географическое расположение предприятия.

Цепочка производственных превращений сырья в готовый продукт и его реализация, подвержена влиянию не только внутренних, но и внешних факторов, которые во многих случаях увеличивают издержки производства. С зрения энергоемкости, хлебопекарная промышленность располагает значительным энергетическим потенциалом и является крупным потребителем энергоресурсов [4]. Удельная доля энергозатрат в себестоимости продукции, с каждым повышением тарифов на топливо и энергию, увеличивает стоимость хлебобулочных изделий от 8% до 15% в год. Данная ситуация связана с отсутствием эффективной политики цен на энергоресурсы и взаимосогласованным государственным регулированием тарифов на топливо. В борьбе

предприятий с растущими ценами на энергоносители, весьма важным мероприятием в деле экономии электроэнергии, является своевременное обновление производственной базы. Выработавшее свой нормативный срок технологическое оборудование на хлебозаводах, как правило, больше расходует электроэнергии, чем новое, что повышает энергетическую составляющую затрат на выработку хлебобулочных изделий. В то же время, замена физически и морально устаревшего оборудования производится недостаточно эффективно, т.к. этап модернизации является мероприятием значительных капиталовложений. Представители крупных хлебозаводов могут себе позволить заключать прямые контракты на поставку энергоресурсов или же устанавливать дорогостоящее оборудование для снижения энергопотребления, которое позволяет автономно обеспечивать производственные мощности. Производства со средними объемами потребления энергии и малый бизнес остаются более зависимыми от государственной политики в сфере цен на энергоресурсы.

На данном этапе экономического развития России, тенденция уменьшения выпуска продукции и сокращения ассортимента свойственна хлебопекарным предприятиям. Высокая себестоимость готовых изделий не позволяет производителям иметь достаточную прибыль. Снижение прибыльности хлебопекарных предприятий, при неуклонной динамике роста среднерыночных цен на хлеб, зависит от того, что технология производства и система учета затрат, анализа и контроля формирования себестоимости продукции пока что не адаптированы к современным требованиям экономики. К общим проблемам формирования издержек на предприятиях хлебопекарной промышленности, относятся вопросы связанные с несоответствием учетно-калькуляционной практики к требованиям менеджмента. Стандартный производственный учет и зависимость предприятий от нормативных требований налогового законодательства не позволяют использовать все альтернативные возможности бухгалтерского учета.

Хлебопекарная отрасль испытывает издержки не только в процессе производства, но и в процессах реализации продукции при работе с заказчиками. Сложно поддерживать партнерские отношения при постоянном демпинге конкурентов, обусловленном влиянием торговли. Каждый производитель стремится предложить покупателю наиболее гибкие условия сотрудничества для удержания представленности на рынке. В то же время торговля отзывается своими условиями, не всегда выгодными для производителя и формирующими трансакционные издержки сотрудничества. «Право выбора продуктов принадлежит покупателям торговых сетей, которые руководствуются исключительно своими коммерческими интересами. Такая ситуация ставит под сомнение возможность реализации Национальной доктрины об обеспечении продовольственной безопасности»

[3]. Сетевой сегмент рынка ограничивает поставщиков правом доступа к потребителю. Производители платят буквально за все, чтобы попасть на прилавок известных торговых сетей, занимающих 80% рынка реализации пищевых продуктов. Ненасытность сетевых магнатов, регулируемая системой бонусов, принудительными скидками, навязываемыми услугами, штрафами и прочими манипуляциями при сотрудничестве с производителями, во многом определяет жизнеспособность предприятий. «Директора еще работающих предприятий чудом и колоссальным перенапряжением сил находят дополнительные возможности, только чтобы не останавливать производство. Пищевая промышленность, как и аграрно-промышленный комплекс в целом, не может быть ареной гладиаторских боев, потому что они - система жизнеобеспечения. Однако сегодня в этой системе жизнеобеспечения решения о том, какому заводу работать, а какому закрываться принимают менеджеры торговых сетей» [3].

На решения возникшей ситуации отреагировало правительство. С 1 февраля 2010 года отношения производителей и представителей торговли регламентируются действующим Федеральным законом от 28 декабря 2009 г. № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» [13], который способствует выравниванию позиций отраслей производств, регулирует правовую базу взаимоотношений производителей и продавцов, способствует улучшению качества услуг для граждан.

Отмечая сложности взаимодействия производителей хлебопекарных изделий и закупщиков, следует обратить внимание на то, что возвраты годной к реализации хлебобулочной продукции из торговли, составляют приблизительно 9 - 10%, то есть может доходить до 24 тонн ежедневно. Ситуация связана с неправильным расчетом объемов заказа торговыми сетями, то есть сетевые магазины заказывают больше чем могут реализовать. Происходит перетарка и образуется крупный возврат непроданной продукции. Доля реализуемой хлебобулочной продукции через сетевой сегмент составляет около 80%. А это значит, что в день потери муки по городу составляют около 49 тонн, в год около 17 900 тонн. Например, в Москве потери в год составляют около 50 тыс. тонн в год. В такой ситуации нетрудно подсчитать потери по стране и убытки хлебопекарных предприятий России в целом.

На формирование внешних издержек производителей хлебопекарных изделий влияют проблемы, связанные с доставкой готовых изделий к покупателям. Не легкий логистический путь, сопровождается топливными расходами и амортизацией транспортных средств. На практике, большинство производителей прибегают к услугам транспортных компаний, независимо от возможностей собственного автопарка. Услуги по автоперевозкам - это динамично развивающееся направление бизнеса. При

существующей конкуренции в данной сфере, качественное выполнение перевозок затратный этап для заказчиков. Тем более, учитывая перевозку продуктов питания для которых требуются особые температурные и санитарно-гигиенические условия. Не стоит забывать о том, что в последнее время, густонаселенные города испытывают проблемы, связанные с перегруженностью автотранспорта, что непосредственно увеличивает стоимость перевозки готовой продукции. Доставка в регионы из крупных городов бывает осложнена ситуациями на трассах, связанными с погодными условиями. Но, к сожалению, это тот фактор, который не предугадать и не избежать. А убытки поставщиков колоссальны, тем более в случае продуктов с низкими сроками годности.

Несмотря на столь не простую экономическую обстановку в отрасли, хлебопекарные производства продолжают развиваться. Для увеличения реализации и снижения непроизводственных затрат топ-менеджеры предприятия предпринимают различные стратегические решения. Например, большинство хлебозаводов и пекарен реализуют продукцию через собственную торговую сеть, не редко расположенных на собственных площадях. Это ускоряет продвижение товара к покупателю и снижает розничные цены. Для производителя это не очень доходный бизнес, но организация фирменных кафе-кондитерских позволяет проводить различные маркетинговые исследования, продвигать новинки производства, принимать решения о поставках в розничные магазины.

Многие хлебозаводы развивают выпуск продукции с длительным сроком хранения (сушки, сухари, баранки, печенье), что позволяет им выходить на региональные рынки. Производство замороженных и частично выпеченных хлебобулочных полуфабрикатов считается очень перспективным направлением, в целом этот рынок растет на 15 – 20% в год. Реализация таких изделий ориентирована на растущий ресторанный бизнес. Выпуск новых хлебов функционального направления, с добавками полезными для здоровья, национальные изделия (лаваши, лепешки) и традиционная европейская выпечка привлекательна для современного потребителя. Из этого следует, что благодаря предпочтениям потребителя, производитель ориентируется на качественное совершенствование и освоение перспективных направлений спроса, способствующих развитию хлебопекарной промышленности.

### **Список литературы:**

1. Амера Карлос «Деловой Петербург» №196 01.11.12. Интернет ресурс URL: [http://www.dp.ru/a/2012/11/02/Sovladelec\\_holdinga\\_Kara/](http://www.dp.ru/a/2012/11/02/Sovladelec_holdinga_Kara/).
2. Бекетова О.Н. Внутриотраслевые направления реструктуризации предприятий пищевой промышленности./ О.Н. Бекетова // Научный журнал НИУ

ИТМО. Серия «Экономика и экологический менеджмент», 2013. - №1. [Электронный ресурс]: <http://www.economics.ihbt.ifmo.ru>

3. Иванова А. Кто определяет, что нам есть. «Аргументы Недели» № 3 (295) от 26 января 2012. Интернет ресурс URL: **Ошибка! Недопустимый объект гиперссылки.**

4. Иванова В.Н., Гончаров В.Д. Рационально использовать энергетические ресурсы в пищевой промышленности. «Экономика и управление» 6 (79) 2011. Интернет ресурс URL: <http://ecsocman.hse.ru/data/2012/07/10/1262606369/22.pdf>.

5. Косован А.П. Хлебопечение России как фактор стабильности продовольственного рынка. «Пищевая промышленность» №10, 2002 г. Интернет ресурс URL: <http://www.tharnika.ru/clients/clients/articles.asp?idp=rus&idd=articles&ids=/clients/&id=121>.

6. Манасян С.М. Особенности экономического развития предприятий хлебопекарной отрасли, ЛГТУ, г. Липецк, РФ. Интернет ресурс URL: [http://science-bsea.bgita.ru/2008/ekonom\\_2008-2/manasyn\\_osob.htm](http://science-bsea.bgita.ru/2008/ekonom_2008-2/manasyn_osob.htm).

7. Машкова Я.Ю. Методологические основы и специфика учета затрат на российских предприятиях. / Я.Ю. Машкова // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия «Экономика и экологический менеджмент», 2013. - №2. [Электронный ресурс]: <http://www.economics.ihbt.ifmo.ru>

8. Новости qip.ru. Интернет ресурс URL: [https://news.qip.ru/today/198619-jeksport\\_zerna\\_iz\\_rf\\_s\\_nachala\\_20122013\\_selkhozgoda\\_costavil\\_11 mln\\_7698\\_tys\\_t](https://news.qip.ru/today/198619-jeksport_zerna_iz_rf_s_nachala_20122013_selkhozgoda_costavil_11 mln_7698_tys_t).

9. Покрашинская Н.В. Государственное воздействие на развитие пищевой промышленности в регионе. / Н.В. Покрашинская // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия «Экономика и экологический менеджмент», 2013. - №2. [Электронный ресурс]: <http://www.economics.ihbt.ifmo.ru>

10. Российская бизнес-газета. Интернет ресурс URL: <http://www.rg.ru/2011/09/20/popravki.html>.

11. Чуйков А. Политический продукт питания. «Аргументы Недели» № 44 (336) от 15 ноября 2012 Интернет ресурс URL: <http://argumenti.ru/society/n365/213954>.

12. Интернет ресурс URL: <http://agroobzor.ru/article/a-568.html>.

13. Интернет ресурс URL: <http://base.garant.ru/12171992/>.