

# Kolotoč lacného pečiva sa láme v základoch

Nízke ceny, nedostatok pracovníkov i starnúci majitelia sú ťažko zvládnuteľným rébusom

Ivan Haluza

**T**ridsiatnička Miriam chodí do práce na 16-hodinové zmeny každý druhý deň bez ohľadu na víkendy či sviatky. A hoci časť mzdy berie načierno, bežak zarobí za mesiac v čistom len 760 eur. Brandža, v ktorej pracuje, je navyše skoro stále vo vysokých stratách. Vlní jej zo škôl po celej krajine vyšlo len 14 učňov a aj drvivá väčšina majiteľov jej podnikov sú starší páni bez nástupcov.

Aj tieto skutočnosti zistil TREND od vlastníkov, pracovníkov či zo štatistik o hospodárení slovenských pekární. Dost dôvodov na to, aby z tohto stratového biznisu každý racionálny podnikateľ vystúpil. Čerstvé pečivo je pritom každodennou stravou väčšiny domácností a pekárne sú najväčším zamestnávateľom celého slovenského potravinárstva. Prácu dávajú každému štvrtému potravinárovi. Vo väčších pekárňach s viac ako dvadsiatkou zamestnancov pracuje dohromady šesť a pol tisíc ľudí. V zhruba štyroch stovkách menších pekární, do ktorých spadá aj zamestnávateľ Miriam, pracujú ďalšie zhruba štyri tisíce.

Zachovať v tejto situácii slovenské pekárstvo pri živote bude mimoriadne náročné. No pre celú krajinu aj potrebné.

## Nebezpečne veľa hráčov

Najväčším problémom brandže je, že dodnes v nej neprebehla koncentrácia, ktorá by vyčistila trh a ponechala na ňom len tých najschopnejších. Zánik jednej pekárne strieda vznik inej. Aj preto, že rozbeh menšej pekárne stojí len okolo 50-tisíc eur, čo je menej ako štart výroby väčšiny iných potra-



**Úspechom je, ak zo stovky oslovených ľudí bez roboty ostane v pekárni pracovať aspoň jeden**

vín. Aj preto má Slovensko len dva cukrovary a štyri väčšie pivovary, zato pekárni s viac ako dvadsiatkou zamestnancov vyše 80.

Od revolúcie u nás koncentrovala a zefektívňovala pekárne

iba česká skupina United Bakeries a pekárska vetva koncernu Agrofert českého politika Andreja Babiša Penam. Len pred pár rokmi - zo silnejších investorov - vstúpil do tunajšieho pekárstva aj humenský

**14**  
iba toľko mladých pekárov vyšlo vlní zo slovenských škôl

biznismen Ján Molnár, ako aj bývalý spolumajiteľ Penty Jozef Špirko v tandeme s jej bývalým manažérom Petrom Ondrom. Zvyšok trhu tvorí množstvo pekární v rukách menších podnikateľov, ktorí ich privatizovali či rozbiehali od piky ešte v 90. rokoch.

Veľká konkurencia viedla k cenovým vojnám. Tie sa medzi pekármi naplno rozbehli po prelome milénia, keď do krajiny prišli obchodné reťazce s veľkou vyjednávacou silou.

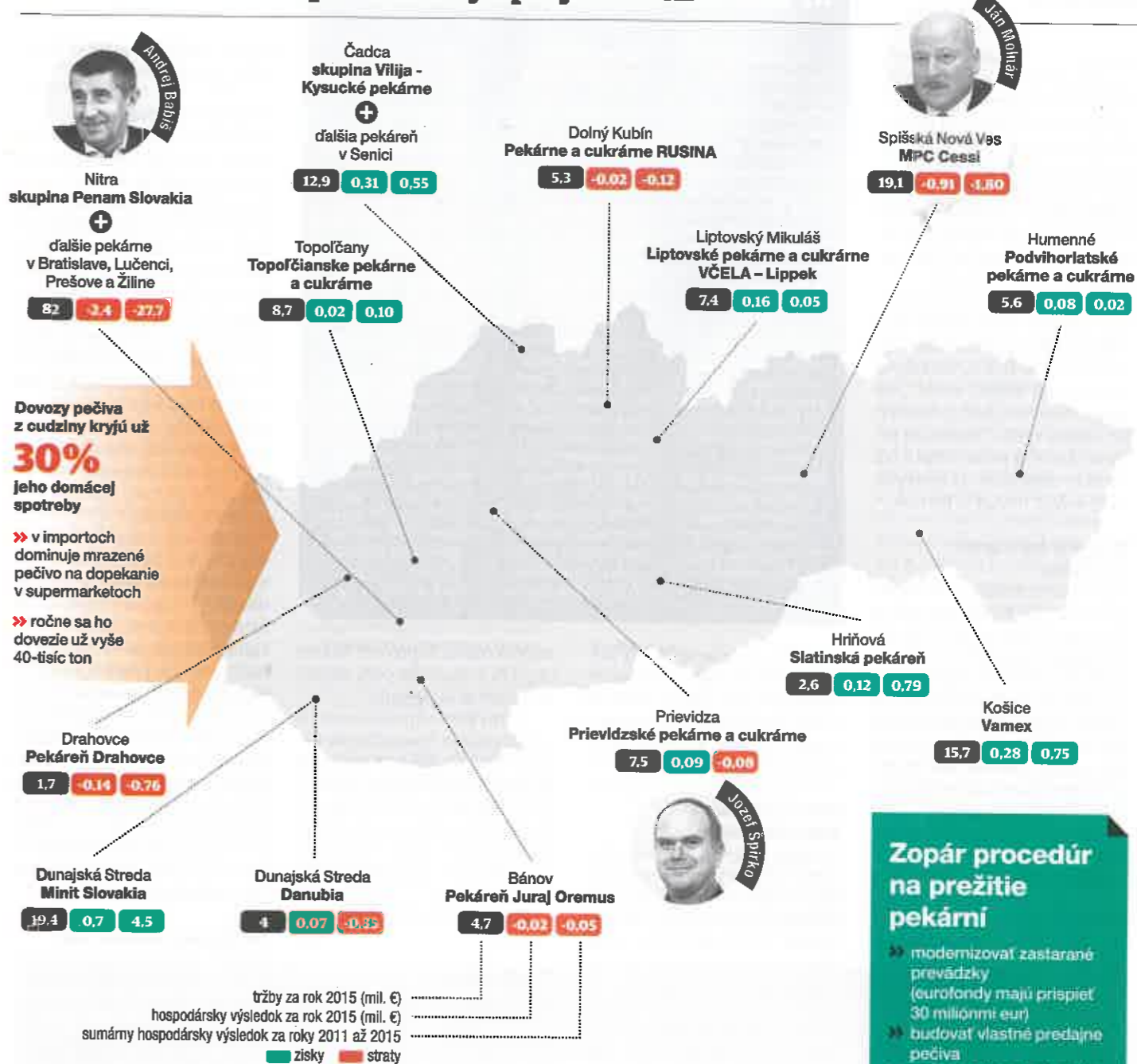
## Ceny pod nákladmi

Cenové vojny spôsobili, že spomedzi potravín akurát pečivo zdraželo od zmeny režimu v najmenšej miere. A práve pri ňom má Slovensko oproti Západu aj najväčšie disproporcie, keďže ceny iných potravín sú dnes v Európe už vyrovnané. Kým ceny chleba sa v Európskej únii pohybujú od pol eura v Bulharsku cez 90 centov u nás či v Česku až po dva a pol eura v Škandinávii, ceny kila múky sú v celej únii iba v pásme od 40 do 70 centov. Viac stojí múka iba na Cypre a na Malte.

Najhoršie na nízkych cenách je to, že sú nižšie ako výrobné náklady. Výskumný ústav ekonomiky poľnohospodárstva a potravinárstva (VÚEPP) pred dvoma rokmi vypočítal, že na to, aby pekár zarobil na najnutnejšie investície do podniku, musí dodávať rožok za 4,2 a kilogramový chlieb aspoň za 80 centov. Podpredseda Únie priemyselných pekárov Slovenska a riaditeľ pekárskej divízie najväčšej domácej pekárskej skupiny Penam Vladislav Baričák však hovorí, že rožky i chlieb sa do reťazcov dodávajú za podstatne nižšie ceny.

Výsledkom nízkych cien sú následne zlé výsledky pekárstva.

## Slabí, slabší a len zopár v naozaj lepšej kondícii



Slušnejší päťapod miliónový zisk si táto brandža naposledy pripísala pred deviatimi rokmi, v roku 2008. Odvtedy malo odvetvie so stabilnými ročnými tržbami na úrovni 260 miliónov eur zisk len v roku 2014, aj to len symbolických 200-tisíc eur. Celkovo prerobili pekári za roky 2009 až 2015 vyše 32 miliónov eur, čo logicky znamenalo nemožnosť investovať do starnúcich prevádzok, ako ani do miezd.

## Nezamestnaní piecť nechcú

Hrubá mesačná mzda v pekárstve predstavuje v priemere 660 eur. Pekár dostáva o 140 eur menej ako priemerný potravinár a až o 390 eur menej ako priemerný pracovník celého priemyslu. Dôsledkom nízkych miezd je nedostatok ľudí v celej brandži, čo je veľký problém. Navyše, kľúčový personál pekární má dnes v priemere 50 a v údržbe až 62 rokov. Mnohí,

ktorí chcú pracovať, tak ostávajú v pekárňach aj po dôchodku.

Aby pokryli nedostatok pracovných síl, spolupracujú pekári aj s úradmi práce. No zo sto oslovených adeptov prejaví záujem zhruba 15, na pohovor z nich príde sedem až osem a reálne nastúpi do práce traja. „Ak dlhodobo ostane v pekárni aspoň jeden, je to úspech,“ hovorí V. Baričák. Podpredseda únie, ktorá združuje podniky pokrývajúce až 70

## Zopár procedúr na prežitie pekární

- » modernizovať zastarané prevádzky (eurofondy majú prispieť 30 miliónmi eur)
- » budovať vlastné predajne pečiva
- » spájať sa do odbytových združení
- » viac pracovať na budovaní značky
- » prísiahnuť k pekárstvu mladých
- » uvoľniť bariéry pre zamestnávanie cudzincov

percent domácej výroby pečiva, dodáva, že ich členovia by ihneď potrebovali takmer tisíc zamestnancov. Ďalšia tisícka je potrebná v menších pekárňach. Zo školských lavíc však vlní vyšlo len 14 vyučených pekárov.

Pekári si myslia, že štát by mal medzi mladými ľuďmi výraznejšie

## Pekárne

propagovať remeslá. „Prečo štát neukazuje deťom a ich rodičom, že dnes je už priemysel úplne inde a pracovať sa tam dá na moderných strojoch?“ pýta sa V. Baričák. Pekárňam by pomohol aj ľahší dovoz ľudí z cudziny, ktorý je dnes takmer nemožný. Cudzcinci však tiež nie sú všeliek. Pre náklady na ubytovanie stoja aj dvojnásobok toho, čo Slováci.

V personálnej oblasti teraz dostali pekárne od politikov skôr podpásovku. Za nočné služby by mali príplácať 50 a za víkendy až 100 percent bežnej mzdy. „My sme aj doteraz dávali príplatky. No tieto sú vyššie. Na biznis s pečivom, ktoré sa pečie v noci a cez víkendy, majú takúto príplatku fatálny vplyv,“ hovorí V. Baričák.

## Mrazený konkurent z cudziny

Ako by to nestačilo, slovenským pekárňam pred časom pribudla aj úplne nová konkurencia. Z cudziny dovážané mrazené predpečené pečivo, ktoré si supermarket dopekajú vo vlastných peciach priamo v predajniach. Pekárňam sa tak skončili časy, keď ich dovozy dlho vôbec nestráňali, lebo tradičné čerstvé pečivo sa nedá prevážať na väčšie vzdialenosti.

Do nástupu importov mrazeného pečiva, hlavne z Nemecka, Holandska a Česka, sa dovážalo na Slovensko iba trvanlivejšie pečivo, ako napríklad štrúdle z Rakúska. Mrazené pečivo však zvýšilo podiel importovaného pečiva na jeho celkovej domácej spotrebe až na 30 percent.

Nový mrazený konkurent navyše zostril aj cenový boj. Domáci pekári, ktorí sa jeho výrobe kvôli vysokej cene technológií nevenujú, sa preto snažia aspoň zvýrazňovať výhody čerstvého pečiva oproti tomu mrazenému. „Dopekané pečivo nie je zdravotne nebezpečné, ale je v ňom viac prísad na udržanie vody počas zmrazenia. A okrem toho už po štyroch hodinách od dopečenia rýchlo starne,“ hovorí V. Baričák.

V boji proti mrazenému pečivu pekárňam podporuje aj štát. Ministerstvo pôdohospodárstva SR odlišilo oba druhy výrobkov tak, že v čerstvom zakázalo akékoľvek konzervanty. Navyše znemožnilo obchodníkom zmrazovať nepreda-

## Až deštruktívna honba za zákazkami

„To, že pekárka Miriam pečie pečivo u svojho zamestnávateľa každý druhý deň 16 hodín v kuse, pričom časť svojej 700-eurovej výplaty dostáva nácierno, je tiež iba výsledkom toho, aký nezdravý je celý slovenský biznis s pečivom. Majiteľ pekárne, v ktorej pracuje, be-rie pri súčasných nízkych cenách pečiva od obchodníkov toľko zákaziek, koľko už jeho zamestnanec v bežnom pracovnom čase ani nemôže zvládnuť. Miriam pri svojich náročných zmenách odpracuje za mesiac až o 40 percent viac hodín ako človek v bežnom pracovnom pomere.“

Reportér TRENDA vypočítal, že jej čistý hodinový príjem je iba 3,4 eura, a to si na dôchodok odvádza len z minimálnej mzdy. Miriam reagovala, že v pekárňach zostáva preto, lebo to vyštudovala, má to blízko bydliska a inde si zvykne nechce. Hoci sa tak majiteľ pekárne môže tešiť z jej vernosti, jeho štýl podnikania rozhodne nie je normálny a ani zákonitý. Vzhľadom na finančnú kondíciu celého odvetvia pritom nebude tento model ojedinelý, obzvlášť v menších pekárňach. Podľa zistení Národného inspektorátu práce však v dodržiavaní pracovnoprávnej legislatívy existu-

ju aj ine, výrazne neposlušnejšie sektory ako pekárstvo. Sú nimi doprava a stavebníctvo. Ako povedala hovorkyňa inšpektorátu Laurenčia Jančíurová, vlni bolo prekročenie primeraného pracovného času zistené v pekárňach iba v dvoch prípadoch. V ďalších deviatich prípadoch podniky nevedli náde evidencie pracovného času. Pri kontrole nelegálnej práce bolo zistených v pekárňach desať porušení zákona. Celkovo osem podnikov za ne dostalo pokuty presahujúce 25-tisíc eur. Na vyplácanie plátov na ruku inšpektorát nedostal na pekárov ani jeden podnet. (7/16)

né pečivo na jeho opätovný predaj. V niečom však pekárňam situáciu aj sťažilo. Čas od upečenia pečiva až do jeho dodania na predajný pult totiž skrátilo z 24 na 12 hodín.

## Pokus o väčšie sebavedomie

Posledné roky sa pekárne zmobilizovali. Prvým krokom bolo, že pred dvoma rokmi iniciovali vypracovanie cenovej analýzy VÚEPP. Pekári chceli dať svojej členskej základni vedieť, ako výrazne svojimi dodávkami pre reťazce podlieza výrobné náklady. Zároveň ju upozornili, že takéto konanie je v rozpore so zákonom o cenách, čo môže viesť k pokutám až do výšky 30-tisíc eur. Hoci pokutu ešte nikto nedostal, k istému zlepšeniu cien po upozornení napokon prišlo.

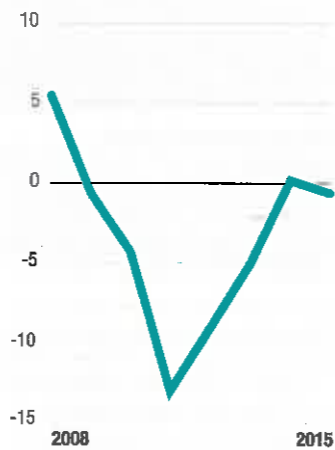
„Nemálo podnikov si povedalo buď - alebo. Niektoré síce o časť zákaziek prišli, ale na objemoch, ktoré dodávajú i naďalej, už aspoň dosahujú nejaké zisky,“ vysvetľuje V. Baričák s tým, že členské pekárne únie prišli dokopy o mesačnú dodávku 1500 ton. Straty objemov sú o to citelnejšie, že ceny sa zvýšili len veľmi mierne. Analýza VÚEPP vypočítala, že aby si mohli pekárne tvoriť zdroje na ďalší rozvoj, ich odbytové ceny by museli

stúpnuť o 16 až 34 percent. Reálne sa podľa V. Baričáka ceny zdvihli len o šesť až 14 percent.

Tento rast napokon trochu zlepšil celkové hospodárenie pekárňam. Kým v rokoch 2011 až 2013 prerobili dohromady 27 miliónov eur, v roku 2014 mali 200-tisícový zisk a v roku 2015 menšiu stratu 600-tisíc eur. Takéto výsledky sú však stále nedostatočné, a preto

## Ťažké časy s drobným zlepšením

(hospodárske výsledky celého slovenského pekárstva, mil. €)



PRAMEŇ: Štatistický úrad SR

pekári i naďalej žiadajú obchodníkov o zvýšenie cien.

## Príde ku krachom

Budúcnosť pekárňam nebude jednoduchá. To, že mnohé pekárne ako-tak prežili až dodnes, môže byť i výsledkom toho, že ich majitelia chcú vyrovnáť pôžičky a líziny svojich firiem. Sú to často ľudia spätí so svojimi regiónmi, ktorí nechcú ostať v hanbe, že narobili dlhy a poprepúšťali ľudí. Okrem toho, v žiadnom inom odvetví ako v pekárstve nikdy nepodnikali. Rovnako veria, že raz sa to už musí otočiť. „Staršie rezervy nám po rokoch strát už došli a my naozaj nemáme kam ustúpiť. Buď sa biznis zmení k lepšiemu, alebo podniky budú padať,“ hovorí V. Baričák.

K ďalšiemu nárastu cien pečiva môže prísť iba vtedy, ak nepadnú hneď všetky pekárne, ale len tie slabšie a cenová vojna sa tak oslabí. Ešte aj dnes majú totiž pekárne o 40 percent výrobných kapacít viac, ako potrebuje trh. Určitú rolu pri zatváraní niektorých podnikov môže zohrať aj vysoký, často dôchodkový vek ich majiteľov, z ktorých mnohí nebudú mať komu svoje žezlo odovzdať. Dnes je nová generácia lídrov iba v košickej pekárni Vamex. Po náhlejšej smrti jej zakladateľa Vladimíra Kopaničáka vedie pekárňu jeho dcéra s manželom.

## Na Západe všetko inak

Pekárne popri ďalšom raste cien veria aj v to, že Slováci začnú spotrebu predpečeného pečiva postupne obmedzovať. Pri pohľade na západoeurópske krajiny, v ktorých popularita tohto sortimentu odštartovala už dávnejšie, však možno očakávať iný scenár. V tamojších supermarketoch už totiž viac-menej dominuje len predpečené pečivo z veľkých pekárňam, ktoré sa naň špecializujú. Ale zasa na Západe je v oveľa väčšom rozsahu rozvinuté aj to, čo je na Slovensku zatiaľ len v plienkach. Čerstvé pečivo sa tam predáva v oveľa širšom sortimente a za oveľa vyššie ceny ako tu v množstve malých špecializovaných predajní samotných pekárňam.

Na Slovensku, podľa V. Baričáka, tvorí gro výroby pekárňam iba úzky základný sortiment. Vyššia

Mnohé pekárne prežívajú len preto, že ich majitelia v inom odvetví nikdy nepodnikali. Navyše veria, že raz sa to musí otočiť

Vladislav Baričák, podpredseda Únie priemyselných pekárov Slovenska



kvalita tu kryje len zhruba päť až 10 percent výroby, kým v zahraničí predstavuje oveľa vyššie podiely výroby tamojších pekárňam.

„Dnes Slováci pečivo berú len ako doplnok k inému jedlu, za ktoré chcú platiť čo najmenej. V západnej Európe je pečivo vnímané aj ako pochúťka, za ktorú si ľudia radi zaplatia,“ hovorí podpredseda únie s tým, že takéto vnímanie azda časom príde aj k nám. Na Západe totiž aj najlacnejšie pečivo stojí aspoň osem či deväť centov, kým na Slovensku rožok iba päť či šesť centov. Že sa na Západe pekárstvo oplatí, potvrdil nedávno aj A. Babiš. V Nemecku totiž ide postaviť obrovskú pekárňu až za 300 miliónov eur.

## Zopár hráčov proti prúdu

Na Slovensku však existujú aj pekári, ktorí sa na prípadný pokles spotreby mrazeného pečiva ani na nárast cien nespoliehajú. Naopak, sami začínajú po čerstvom pečive investovať aj do predpečeného.

Touto cestou idú so svojimi Prievádzskými pekárňami a cukrárňami aj J. Špirko a P. Ondro. „Do paralelnej výroby mrazeného pečiva sme zainvestovali v našich dvoch odšepných pekárňach v Martine i v Šahách. Dnes tento sortiment tvorí už 15 percent našej produkcie a my doň chceme investovať aj naďalej,“ hovorí P. Ondro s tým, že odkedy ponúka ich pekárňu supermarketom aj mraze-

né pečivo, ľahšie im dokáže predať aj iný typ produktov.

Ekonomickú logiku predaja mrazeného tovaru potvrdzuje aj dunajskostredská pekárňu Minit, ktorá začínala pod názvom Fornetti, pričom tomuto druhu pečiva sa venuje už od prelomu mi-

## Najväčšie problémy slovenských pekárňam

Pekárňam je až príliš veľa. Väčších je vyše 80 a malých až zhruba 400



Neodvratne vznikajú cenové vojny



Príliš nízke ceny. Zatiaľ čo iné potraviny sa na Slovensku už dostali bližšie k západoeurópskym cenám, pečivo za nimi stále výrazne zaostáva

## Pečivo ďaleko najlacnejšie

(ceny základných potravín, €, 2016)

	Slovenská republika	Nemecko	rozdiel, %
Chlieb (1 kg)	0,9	2	122
Hovädzina (1 kg)	5	7	40
Pivo (1 liter)	1,3	1,6	23
Cukor (1 kg)	0,7	0,8	14
Kurča (1 kg)	2,5	2,6	4
Múka (1 kg)	0,5	0,5	0

PRAMEŇ: Eurostat

lenia. Za roky 2011 až 2015 zarobila štyri a pol milióna eur, čomu sa nepriblížil žiadny iný domáci hráč. Pravda však je, že zisky Minitu nepochádzajú len z dodávok predpečeného pečiva do supermarketov. Firma má aj širokú sieť vlastných predajní s minipekárnčkami.

## Štát radí spojiť odbyť

Okrem viery, že raz ceny pečiva konečne porastú, majú pekári momentálne aj niekoľko ďalších impulzov na vlastnú revitalizáciu. Kým v minulosti svoje zastarané závody pomocou eurofondov zefektívňovať nemohli,

aktuálne im z nich štát vyčlenil približne 30 miliónov eur.

Štát pekárňam vo svojej potravinárskej koncepcii zároveň odporúča, aby si zakladali širšie odbytové združenia, a to s cieľom vyjednať lepšie podmienky s reťazcami. Voči tomuto návrhu sú však pekári opatrní. „Odbyť a ceny pre podniky neriešime, lebo Protimonopolný úrad SR takéto veci vidí inak a my sa nechceme vystavovať pokutám,“ hovorí V. Baričák.

Štát ďalej pekárňam odporúča, aby si vo väčšom rozsahu otvárali vlastné predajne, čo je štandardom aj na Západe. Okrem toho im radí, aby boli aktívnejšie aj v propagovaní slovenských špeciálov, ktoré ich odlišia od dovozu. V. Baričák však širšie investície do vlastných predajní považuje za rizikové, pretože Slováci majú iné nákupné správanie než Západniari. Tí nakupujú v supermarketoch len základný sortiment. Skoro každý nákup potom zakončia v menšej pekárni, kde si kúpia čosi na pochutnanie. Slováci nakupujú všetko spravidla v supermarketoch. Navyše, tunajšie obchodné siete nerady vidia, ak má pekárňu aj vlastné predajne.

S čím však podpredseda únie pekárov súhlasí, je potreba aktívnejšej práce so značkou. A to aj v prípade pečiva. Pri slabých hospodárskych výsledkoch odvetvia je však reklama ešte dosť limitovaná. © TRENDA