

# СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕКСПОРТНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВ КОНДИТЕРСЬКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ

**Закревська Л.М.**, асистент кафедри економіки і права  
Національний університет харчових технологій

**Анотація.** Стаття присвячена проблемам експортної політики провідних підприємств кондитерської промисловості України. Проаналізовано динаміку експорту вітчизняних кондитерських виробів, що не містять какао. Досліджено особливості виходу вітчизняних кондитерських підприємств на російський ринок, перспективи збільшення експортних поставок на її територію, методи посилення своїх позицій на російському ринку. Досліджено вплив державного втручання у регулювання діяльності промислових підприємств на конкурентне становище вітчизняних кондитерів на зовнішньому ринку.

**Ключові слова.** Кондитерська промисловість; підприємство; зовнішньоекономічна торгівля; економічна ефективність експорту; світові ціни; експортна політика підприємства.

**I. Вступ.** Розвиток зовнішньоекономічної торгівлі сприяє ефективному розміщенню і використанню ресурсів держави, зростанню рівня добробуту населення за допомогою товарообміну з іншими країнами.

Більшість держав не мають абсолютних переваг у виробництві певного виду продукції, але кожна намагається виробляти та експортувати ті товари, витрати на виробництво яких нижчі за середні світові. Економічна ефективність експорту залежить від співвідношення національних і світових цін на даний товар.

Питанням розвитку експортно-імпортному потенціалу України було приділено багато уваги провідними українськими та зарубіжними економістами [1-5], тому в нашому дослідженні будуть розглянуті особливості експортної

політики провідних підприємств кондитерської промисловості України, перспективи її удосконалення.

Труднощі, з якими сьогодні зустрічаються країни колишнього Радянського Союзу, в багатьох випадках безпосередньо пов'язані з дією зовнішньоекономічних факторів. Після розриву традиційних господарських зв'язків, які десятиріччями складались між республіками, перед ними виникло питання пошуку надійних торгових партнерів. Світовий досвід показує, що активна зовнішньоторговельна політика може стати дійовим інструментом структурної перебудови економіки, підвищення ефективності і конкурентоспроможності національного виробництва і зростання добробуту населення.

**II. Постановка завдання.** Метою нашого дослідження є оцінка сучасного стану експортної політики підприємств кондитерської промисловості України, виявлення тенденцій розвитку експортного потенціалу підприємств, аналіз факторів, що впливають на формування сучасної експортної політики та пошук шляхів її удосконалення.

**III. Результати.** В сучасних умовах господарювання експортний потенціал підприємств харчової промисловості України досить великий. Продукцію вітчизняних підприємств знають та високо оцінюють в багатьох країнах світу. Усе більшого значення для економіки України набуває тенденція поступового нарощування експорту продукції кондитерської промисловості.

Найбільшими експортерами кондитерської продукції є підприємства "Укрпромінвест-кондитер", "АВК", Харківська бісквітна фабрика і Дніпропетровська кондитерська фабрика.

Загальний обсяг експорту карамелі і кондитерських виробів, що не містять какао, представлений у табл 1.

За даними табл. 1 можна зробити висновок, що найбільшим імпортером вітчизняної кондитерської продукції, що не містить какао, являється Росія. Значні поставки даного товару здійснюються у Казахстан, а в грудні 2003 року

майже в 2,5 рази порівняно попереднім місяцем збільшилися обсяги експорту вітчизняної кондитерської продукції на територію Грузії.

Таблиця 1

Обсяги експорту вітчизняних кондитерських виробів, що не містять какао

| Країна      | Грудень 2002 |              | Листопад 2003 |              | Грудень 2003 |              | Відхилення грудня 2003 року від грудня 2002 року, +/- |              |
|-------------|--------------|--------------|---------------|--------------|--------------|--------------|---|--------------|
|             | тис. тонн    | млн. доларів | тис. тонн     | млн. доларів | тис. тонн    | млн. доларів | тис. тонн   | млн. доларів |
| Усього      | 3,245        | 2,160        | 5,751         | 4,694        | 5,486        | 4,697        | 2,241   | 2,537        |
| Росія       | 1,123        | 0,599        | 2,044         | 1,642        | 2,252        | 1,920        | 1,129   | 1,321        |
| Казахстан   | 1,066        | 0,723        | 2,106         | 1,740        | 1,457        | 1,259        | 0,391   | 0,536        |
| Азербайджан | 0,143        | 0,118        | 0,332         | 0,233        | 0,392        | 0,309        | 0,249   | 0,191        |
| Грузія      | 0,217        | 0,141        | 0,137         | 0,104        | 0,352        | 0,263        | 0,135   | 0,122        |
| Монголія    | 0,190        | 0,154        | 0,078         | 0,072        | 0,186        | 0,167        | -0,004  | 0,013        |

Обсяги експорту карамелі і кондитерських виробів з цукру (без вмісту какао) в Російську Федерацію у грудні 2003 року в порівнянні з груднем 2002 року зросли у натуральному вираженні у 2 рази, у грошовому вираженні – у 3,2 рази. Така тенденція є досить привабливою для вітчизняних товаровиробників, оскільки ситуація, що склалась, сприяє зміцненню позицій українських кондитерських підприємств на російському ринку, витісненню російських виробників із внутрішнього ринку.

Сукупні надходження від експорту продукції кондитерської промисловості України неухильно зростають. Так, якщо у грудні 2002 року було експортовано продукції (без вмісту какао) на суму 2,16 млн. доларів, то за аналогічний період 2003 року надходження від експортних операцій становили 4,697 млн. доларів. Це свідчить про підвищення активності вітчизняних кондитерських підприємств на зовнішньому ринку (рис.1).

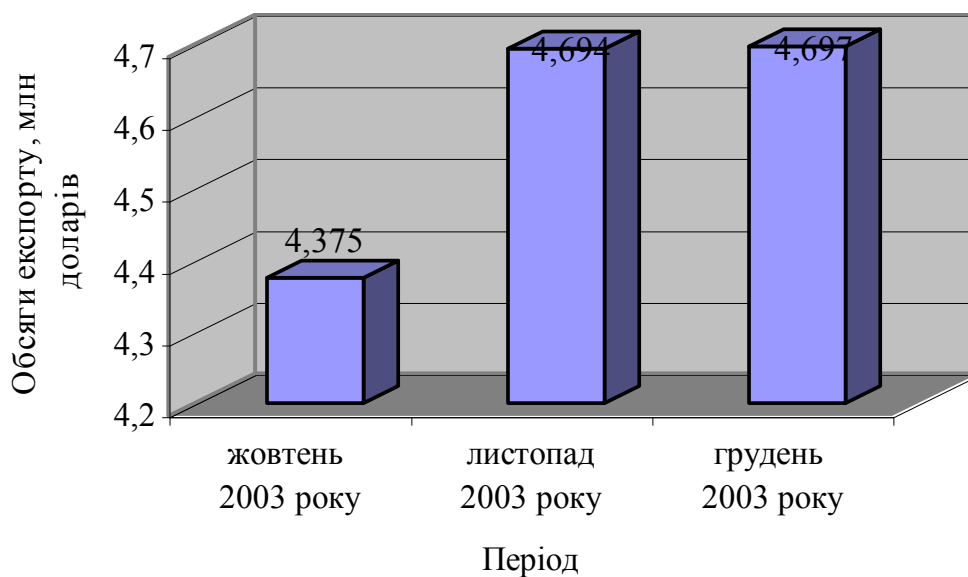


Рис.1. Динаміка обсягів експорту вітчизняної продукції кондитерської промисловості, що не містить какао

Українським кондитерам, що намагаються освоювати російський ринок, приходиться нелегко. У 2002 році російські виробники карамелі, відчувши істотну конкуренцію з боку вітчизняних підприємств, домоглися підвищення ввізного мита на продукцію українських товаровиробників. Це негативно позначилося на фінансовому становищі вітчизняних виробників карамелі, значно послабило їх позиції на російському ринку.

Вітчизняні кондитерські підприємства належним чином відреагували на дану акцію. Так, у 2004 році Міжвідомча комісія з міжнародної торгівлі України вирішила ввести спеціальне мито на імпорт бісквітної продукції, вартість якої не перевищує 1,55 дол/кг, у розмірі 18,3%, але не менш 0,3 євро за кілограм. Мито поширюється на всю бісквітну продукцію незалежно від країни походження й експорту.

Комісія доручила Міністерству закордонних справ України повідомити посольства країн-експортерів про це рішення, яке було викликане необхідністю захисту вітчизняних виробників бісквітної продукції.

З метою захисту власних інтересів на внутрішньому ринку кондитерське об'єднання "СладКо", що входить у п'ятірку найбільших російських кондитерських холдингів та річний оборот якого складає USD160 млн., відмовилося надавати свою дилерську мережу великому київському холдингу "АВК", обсяги продажу якого у 2002 році перевищили USD 85 млн. Основним власником об'єднання "СладКо" (96% акцій) є голландська компанія United Confectioneries, яка також володіє 50,3% акцій ульяновської кондитерської фабрики "Волжанка". Партнерство двох кондитерських холдингів — українського АВК і російського "СладКо" — могло відкрити нові можливості у освоєнні незайнятих ринкових ніш.

За допомогою українського партнера "СладКо" планувало збільшити продаж своєї продукції в Україні. В свою чергу холдингова компанія АВК планувала у 2004 році збільшити обсяги експорту кондитерських виробів у Росію на 15%, у тому числі вдвічі збільшити експорт високоякісних комбінованих цукерок.

Російський ринок для українських виробників є одним із самих привабливих, забезпечуючи їм велику частину доходів. Якщо раніше більшість з них просто експортували свою продукцію в Росію, то в сучасних ринкових умовах вони прагнуть мати в Росії власне виробництво. Так, українська кондитерська корпорація Roshen, найбільший виробник кондитерських виробів в Україні, планує в лютому-березні 2004 року запустити під Липецьком (Росія) кондитерську фабрику потужністю близько 10 тис. тонн продукції на місяць, що буде спеціалізуватися на виробництві карамелі "Roshen", а згодом і відливній вершковій карамелі. Roshen також належить Липецька кондитерська фабрика "Лінкоф", значну частину продукції якої складають шоколадні цукерки з різними корпусами (більше 40 найменувань).

Донецьке ПО "Київ-Конті", що експортує більше 30% загального обсягу своєї продукції на територію Росії та є одним із трьох найбільших вітчизняних виробників кондитерської продукції (після Roshen і АВК), стане другою українською компанією, що встановить власні виробничі потужності за межами

України. Так, у жовтні 2003 року було прийнято рішення про підписання угоди на придбання кондитерської фабрики в Російській Федерації, яка спеціалізуватиметься на виробництві печива і бісквітів. Цей захід дасть змогу ПО "Київ-Конті" посилити свої позиції на російському ринку.

Продовольча криза та державне втручання у регулювання діяльності промислових підприємств можуть значно послабити становище вітчизняних кондитерів як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. Так, сертифікати відповідності продукції кондитерської промисловості відповідним стандартам тепер необхідно оформляти на нових бланках, що захищені голографічними знаками. Підготовка документів для кожної нової торгової точки коштуватиме підприємству 140 грн. Зазначене впровадження спричинить зростання цін на продовольчі товари та, як наслідок, негативно позначиться на інтенсифікації розвитку зовнішньоекономічної торгівлі.

У червні 2003 року Кабмін направив Верховній Раді пропозицію про включення в перелік підакцизних товарів кави, шоколаду, продуктів, що містять какао. В разі позитивного рішення сплата даного збору також супроводжуватиме підвищення вартості кінцевого продукту. Крім того, у липні 2003 року Міністерство транспорту затвердило «Інструкцію про проведення на залізницях України робіт з дезінфекції, дезінсекції і дератизації порожніх вагонів і контейнерів, призначених для перевезення харчових продуктів і продовольчої сировини», у відповідності до якої санітарну обробку, що раніше входила у вартість замовлення вагона, необхідно сплачувати додатково. З цією метою залізниця укладає договори зі спеціалізованими підприємствами, що створюють так звані мобільні бригади, послуги якої сплачує замовник перевезення вантажу. Затвердження даної інструкції спричинить істотне підвищення цін на кондитерські вироби, знизяться обсяги продажів як на внутрішньому ринку, так і в країнах СНД.

**IV. Висновки.** Отже, підприємства кондитерської промисловості України здійснюють ефективну експортну політику. Існують значні резерви збільшення обсягів експорту кондитерської продукції за межі України. Для цього

підприємствам необхідно усунути ряд перешкод: деякі країни світу здійснюють захист вітчизняних товаровиробників шляхом встановлення спеціальних ставок ввізного мита; державне втручання у регулювання діяльності промислових підприємств сприяє підвищенню цін на продукцію вітчизняних кондитерів як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках; відмова закордонних промислових підприємств від плідної партнерської співпраці з метою захисту власних інтересів на внутрішньому ринку, тощо.

Пошук резервів удосконалення експортної політики провідних підприємств кондитерської промисловості України є одним із перспективних шляхів розвитку зовнішньоторговельних зв'язків.

### **Література**

1. Бахранов Ю.М., Глухов В.В. Организация внешнеэкономической деятельности. Особенности менеджмента. Учеб. пособ. – Серия “Учеб. для вузов. Спец. лит. – С-Пб.: Изд-во “Лань”, 2000. – 448 с.

2. Международные экономические отношения: Учебник / Под общ. ред. В.Е. Рыбалкина. – М.: Дипл. академия при МИД РФ, 1997. – 384 с.

3. Національні економіки в глобальному конкурентному середовищі / Ю.М. Пахомов, Д.Т. Лук'яненко, Б.В. Губський. – К.: Україна. 1997. – 237 с.

4. Кандиба А.М. Зовнішньоекономічна діяльність: Навчальний посібник. – К.: Аграрна наука, 2001. – 262 с.

5. Черній І.П. Концепція економічного розвідки з огляду зовнішньоекономічної діяльності / Вісник Академії праці і соціальних відносин. – 2000. - №5.