

# ЖАРЧОВА

і переробна  
промисловість

травень '97



# НЕПРОСТІ ПРОБЛЕМИ КОНДИТЕРІВ



**Т.ЛАГОДА, аспірант  
А.ЗАЙЧКОВСЬКИЙ, професор  
Н.ЖУЖУКІНА, доцент**  
Український державний  
університет харчових  
технологій

До 1991 року кондитерська промисловість України посідала одне з провідних місць у структурі виробництва кондитерських виробів колишнього Союзу. Так, 1990 року підприємства України виготовили 1111,5 тисячі тонн солодоців, у тому числі на підприємствах Держхарчпрому — 901,9 тисячі тонн.

Починаючи з 1991 року, виробництво продукції поступово зменшувалося (див. таблицю) і 1996 року становило лише 270,7 тисячі тонн (24,4 відсотка від рівня 1990 року).

Скорочення обсягу виробництва зумовлено зміною економічної ситуації в країні і, внаслідок цього, зниженням купівельної спроможності громадян, погіршенням поставок сировини та допоміжних матеріалів, збільшенням залежності галузі від критичного імпорту, недосконалою ціновою і податковою політикою, високими процентними ставками за кредити, кризою неплатежів, бартеризацією торговельних відносин, руйнуванням системи ринкової торгівлі тощо. Це

привело до того, що при загальному зниженні виробництва в асортименті кондитерських виробів значно зменшилася питома вага тих груп, які виготовлялися на основі імпоротної сировини: шоколаду, шоколадних виробів, цукерок, тортів, глазуrowаних шоколадом (какао-продукти), зефіру та мармеладу (пектин, агар), цукерок з праліновими корпусами, карамелі та драже на горіховій основі, халви тахіної (кунжут) та ряду інших виробів.

Нині деякі з цих причин уже втратили свою актуальність, але

**Виробництво кондитерських виробів  
(1990-1996 роки, тисячі тонн)**

Роки	Усього	У тому числі підприємствами Держхарчпрому
1990	1111,5	901,9
1991	1051,3	849,3
1992	831,0	660,7
1993	646,8	517,8
1994	410,4	341,8
1995	307,5	263,2
1996	270,7	238,7

більшість з них і досі ускладнюють розвиток кондитерської галузі.

Причинами низького обсягу виробництва 1996 року здебільшого була низька купівельна спроможність громадян та збільшення

частки імпортних виробів, що пропонуються на ринку як офіційними дистрибуторами, так і приватними особами.

Щодо асортименту продукції, її якості й оформлення, навіть вибагливий покупець може бути задоволений. Крім поновлення випуску традиційних виробів, кондитерські фабрики та інші харчові підприємства почали освоювати нові. Так, кондитерська фабрика "Світоч" розпочала випуск шоколадних батончиків "Світоч", Харківська бісквітна — вафельних трубочок, бісквітів з молочною і шоколадною начинкою тощо. Багато кондитерських фабрик (Дніпропетровська, Херсонська, Житомирська, Чернівецька та інші) почали випуск продукції у новій упаковці "Флоупак".

Завдяки розвитку дистрибуторної мережі великі фабрики пропонують свою продукцію у віддалених регіонах, відкривають там фірмові магазини.

Проте просування нової продукції на ринок відбувається дуже складно. Вітчизняні підприємства обмежені в коштах, які можна спрямувати на рекламу, до того ж якість цієї реклами значно поступається західній. Ця проблема особливо гостра для невеликих підприємств, які не мають відомої торговельної марки, такої, наприклад, як "Світоч".

Входження у ринок українських виробників ускладнюється також відсутністю високоякісного сучасного обладнання. До цього часу на більшості кондитерських фабрик готову продукцію розфасовують та укладають у тару вручну. На підприємствах діють вкрай спрацьовані технологічні лінії для виготовлення шоколаду та шоколадних виробів, укомплектовані вони імпортним устаткуванням, на заміну якого бракує коштів. Понад 50% вітчизняного обладнання фізично й морально застаріло (особливо для карамельного та дражейного виробництва). Виробляти конкурентоспроможну продукцію на такому устаткуванні практично неможливо. Деякі кондитерські підприємства намагаються розв'язати цю проблему, закупаючи дороге обладнання за кордоном (Харківська бісквітна фабрика, АО "Одеса"). Для придбання прогресивного обладнання і розширення асортименту продукції Вінницька, Київська та Тростянецька фабрики

залучили кошти вітчизняних та зарубіжних інвесторів.

Крім того, практично всі пакувальні матеріали також потрібно купувати за кордоном, оскільки вітчизняна поліграфічна база не дає змоги виготовляти пакувальну продукцію високої якості.

За останні роки значно зменшився експорт кондитерських виробів. Найбільшим імпортером українських кондитерських виробів була й залишається Росія. Проте з кожним роком українським солодошам дедалі важче витримувати конкуренцію на російському ринку. Це пов'язано з введенням податку на добавлену вартість на українські солодощі, а також із значним розширенням обсягів дешевої імпортної кондитерської продукції, що пропонується в Росії до реалізації. Деяку кількість виробів наші підприємства експортують в інші країни СНД, зокрема в країни Середньої Азії та Східної Європи.

Для східних регіонів України особливо важливо збереження зв'язків з Росією і країнами Середньої Азії, куди традиційно вони поставляли продукцію. Підприємствам, що розташовані на півдні, доцільно розширювати поставки до Молдови.

Імпортні кондитерські вироби потрапляють в Україну в основному з Польщі, Туреччини та Греції. Невелика частка дорогої продукції експортується з країн Західної Європи та США.

Торговельний обіг кондитерських виробів, відновлення його до рівня 1990 року та подальше зростання має здійснюватися, виходячи з економічної доцільності та необхідності закупівлі за кордоном сировини й матеріалів критичного імпорту, а також власного виробництва.

Для забезпечення ефективності цих зв'язків необхідно змінити концептуальні підходи до ціноутворення, оподаткування, кредитування, а також захистити власне виробництво. Потребує вдосконалення і митна політика, яка повинна здійснюватися через застосування обґрунтованих ставок мита з урахуванням світового досвіду. Доцільно ввести підвищені ставки митних податків на ввезення продукції, для виробництва якої є достатні виробничі потужності й сировинні ресурси, що належать до категорії критичного імпорту.

Потрібно створити пріоритетні умови для організації виробництва харчової сировини, яка замінила б імпортну. Це особливо важливо в умовах зростання від'ємного сальдо платіжного й торговельного балансів. Джерелом їх покриття може бути нарощування експортного потенціалу при одночасному скороченні закупівель по імпорту. Це стане можливим завдяки зміні асортименту в напрямку випуску високоліквідної продукції, отриманню пільгових цільових кредитів, зменшенню обсягу обов'язкового продажу валютних коштів тощо.