**Реферат на тему:**

**Харчова промисловість України:**

**проблеми і перспективи спирто-горілчаної галузі**

**План.**

1. **Вступ.**
2. **Проблеми галузі напоїв України.**
3. **Державне регулювання**
4. **Тіньовий ринок**
5. **Фінансові схеми**
6. **Фальсифікати**

**3. Сировинна проблема**

**III. Що було зроблено для вирішення проблем?**

1. **Що треба зробити?**
2. **Висновки.**

**І. Вступ.**

Галузь напоїв в Україні є однією з найбільш динамічних. На сьогоднішній день рентабельність підприємств цієї галузі є однією з найвищих, і темпи приросту виробництва з кожним роком збільшуються. українські виробники напоїв довели, що вони є конкурентоспроможними: майже вся імпортна продукція замінена споживачами на українські товари, а гостра конкуренція всередині галузі, лише сприяє покращенню якості продукції, розробці нових маркетингових стратегії тощо.

Метою цієї роботи є дослідження конкурентноздатності галузі напоїв України, через аналіз проблем цієї галузі. Як вони вплинули, впливають на розвиток та конкурентоспроможності, і як вплинуть, якщо нічого не зміниться. Також робиться спроба знайти можливі розв'язки цих проблем.

**ІІ. Проблеми в галузі напоїв України.**

Основними проблемами галузі напоїв в Україні, на мій погляд, є проблема нестійкості та недосконалості українського законодавства, яка дуже негативно впливає на розвиток усіх напрямів цієї галузі, та сировинна проблема, що є особливо гострою для винної галузі, та пивоваріння, І як наслідок, з'являються такі негативні явища: величезний тіньовий ринок з виробництвом та реалізацією різноманітних фальсифікатів, які не тільки джерелом недонадходжень до бюджету, але становлять загрозу для здоров'я громадян України, фінансові схеми розроблені для зниження собівартості продукції, які спотворюють функціонування ринкових сил.

Розгляд проблем почнемо з найголовнішої – з з проблеми державного регулювання.

**1. Державне регулювання.**

Як вже зазначалося зміни в нормативно-правовій базі мають дуже великий вплив на роботу підприємстві саме виробників алкогольної продукції, і цей вплив в Україні далеко не завжди є позитивним.

Тільки за 1998-1999 рр. вийшло більше 30 нормативних документів, що регламентували діяльність галузі. Їх майже діаметрально протилежна спрямованість спричинила різкий спад як попиту на алкогольну продукцію, через її подорожчання, так відповідно і спади обсягів виробництва. У серпні 1998 р. ставку акцизного збору було збільшено з 3,5 до 7 екю за літр. Наступні пониження ставок до 3,5 екю у кінці вересня та до 3 екю на початку грудня істотного впливу на зростання виробництва не справили, бо заводи на той час були затоварені готовою продукцією.

1999 рік на алкогольному ринку України відзначився перереєстрацією ліцензій на право виробництва та оптової торгівлі спиртними напоями. До перереєстрації в Україні було видано 8000 ліцензій на право оптової торгівлі спиртними напоями, а на перереєстрацію оптових ліцензій було подано лише 1600 заяв.

І все ж головною подією, що оживила ситуацію на виробництві у ІІ половині 1999 року, було зниження ставки акцизного збору з EUR 3,5 до EUR 2 наприкінці 1998 року. Відповідний закон набув чинності 6 січня 1999 року, невдовзі вийшла постанова з визначенням механізму його дії. Вона передбачала видачу підприємствам 90-денного податкового векселя при оплаті акцизного збору при розрахунках за спирт. Однак реальну можливість працювати підприємства одержали лише у квітні, коли ДПАУ встановила порядок погашення цих векселів. Ці заходи, разом із відміною взаємозаліків і введенням мінімальних цін, дали позитивні результати у ІІ півріччі минулого року.

А вже з 1 липня 2000 року набула чинності ставка акцизу EUR 3, що, зрозуміло, не оцінюється виробниками й оптовиками позитивно. Нестійкість податкової політики робить ринок алкогольних напоїв дуже вразливим – адже 70-75 % вартості пляшки горілки складають акциз і ПДВ.

З 1 квітня 2001 року на 50% зросли ставки акцизного збору, що також не посприяло зростанню виробництва.

Як тільки ввели новий акциз, темпи росту стали неухильно знижуватися. А в проект Податкового кодексу внесена пропозицыя про те, щоб індексувати акциз з урахуванням щорічного рівня інфляції. Якщо ця норма буде законодавчо закріплена, акциз буде наростати як сніжний ком, тому що навряд чи найближчим часом інфляція буде спадати.

А нещодавно ДПАУ розробила виправлення до проекту Податкового кодексу впроваджуючи в життя Указ №1072/2000 від 14 вересня 2000 року “Про Програму інтеграції України в Європейський Союз”. Якщо хоча б деякі положення будуть прийняті, то це матиме катастрофічні наслідки для галузі пивоваріння. Ось деякі з них:

* Пиво прирівняти за статусом до спиртних напоїв, як пивовари будуть змушені дотримуватися положень про акцизні марки, торговці пивом - правил торгівлі спиртними напоями;
* Внесена ставка акцизного збору у розмірі 0,3 грн. за 1 л. До того пропоновані ставки підлягають щорічній індексації з початку кожного року з урахуванням змін індексу споживчих цін

Фахівцями концерну «Укрспирт» була помічена одна стійка тенденція – вирахування ставок акцизного збору в євро негативно відбивається на щоквартальних показниках виробництва лікеро-горілчаних виробів у країні. Так, якщо наприкінці I кварталу 1999 р. (березень) було зроблено 1847 тис. дав алкогольних напоїв, то на початку II кварталу (квітень) - уже 1740 тис. дал, у червні того ж року - 2054 тис. дал, а в липні - усього 1367 тис. дал. Таким чином, перерахування акцизів відбивався і на стабільності обсягів виробництва.

Перерахування ставок з євро в гривни викликало неоднозначну реакцію виробників алкоголю. Адже незаплановане підвищення акцизних ставок на 30%, безумовно, ускладнить виконання затверджених бізнес-планів. Справа в тім, що рух грошових потоків був спланований ще торік з урахуванням , у тому числі, і ставки акцизу, що існувала.

Судячи з досвіду минулих років, експерименти з акцизами у вино-горілчаній галузі країни всякий раз приводять до збільшення обсягів виробництва нелегальної продукції. Приміром, зміна ставки акцизу на спирт у 1997 р. з 3 євро до 7 євро поставило усіх виробників у надзвичайно невигідні умови в порівнянні з тіньовим бізнесом, частка якого в цей час виросла більш ніж у 2 рази.

Виробники впевнені: не стане винятком і нинішнє 50%-ове підвищення ставки акцизів на горілку. Більш того, у вітчизняних виробників виникнуть додаткові проблеми з конкуренцією. Споконвічно диференціація акцизів задумувалася як бар'єр на шляху поширення «дешевої» горілки з-за кордону. Зараз же, підвищуючи акцизи винятково на вітчизняну продукцію і скасовуючи мінімальну митну вартість і мито, уряд знімає всі бар'єри на шляху «дешевої» горілки з Росії і Молдови. Як уже показав досвід тютюнового ринку, наша країна не може не враховувати акцизну політику Росії і Молдови (у цих країнах акциз на горілку менше українського), тому що ефективних методів боротьби з контрабандою підакцизних товарів українські силові структури поки не мають.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Вплив змін законодавчої бази на обсяги виробництва та цін лікеро-горілчаних виробів у 1998-2000 рр. | | | | | | | | | | | | | | |
| 1998 р. | | | | | 1999 р. | | | | | 2000 р. | | | | |
|  | Виробництво, тис.дал | Відпускна ціна 1 пляшки горілки, грн. | Ставка акцизного збору, грн./1 літр 100% спирту | Законодавча база |  | Виробництво, тис.дал | Відпускна ціна 1 пляшки горілки, грн. | Ставка акцизного збору, грн./1 літр 100% спирту | Законодавча база |  | Виробництво, тис.дал | Відпускна ціна 1 пляшки горілки, грн. | Ставка акцизного збору, грн./1 літр 100% спирту | Законодавча база |
| Січень-липень | 9165,8 | 2,40 | 3 екю | Закон України від 07.05.96 р. № 178/96-ВР «Про ставки акцизного збору та ввізного мита на спирт етиловий та алкогольні напої» | Січень-липень | 4323,8 | 3,52 | 2  євро | З 06.01.99 р. по 01.07.99 р. Закон України від 11.12.98 р. “Про внесення змін в деякі Закони України відносно ставок акцизного збору та порядку сплата акцизного збору” | Січень-липень | 1919,7 | 3,52 | 2 євро | До 01.07.2000р Закон України від 14.07.99 р. №929-XIV “Про внесення змін в Закон України “ Про та акцизного збору та ввізного мита на спирт етиловий та алкогольні напої” |
| Серпень - Вересень | 707,9 | 4,56 | 7 екю | З 06.08.98 р. постанова КМУ № 1200 від 03.08.98 р. | Серпень - Вересень | 317,2 | 3,95 | 3 євро | Закон від 07.05.96 р. №178/96-ВР | Серпень - Вересень | 2114,4 | 3,65 | 11 грн. | Закон України від 23.03.2000 р. №1582-ІІІ «Про внесення змін в Закон України «Про ставки акцизного збору на ввізного мита на спирт етиловий та алкогольні напої.» |
| Жовтень - грудень | 1563,3 | 4,13 | 3,5 екю | З 01.10.98 р. постанова КМУ від 29.09.98 р. | Жовтень - грудень | 3610,6 | 3,52 | 2 євро | З 10.08.99 р. по 01.07.2000 р. Закон України від 14.07.99 р. №929-XIV “Про внесення змін в Закон України “ Про тсавкиакцизного збору та ввізного мита на спирт етиловий та алкогольні напої” | Жовтень - грудень | 2669,6 | 4,85 | 16 грн |
| Усього | 11437 |  |  |  |  | 8251,6 |  |  |  |  | 6703,7 |  |  |  |

Джерело: концерн «Укрспирт»

1. **Тіньовий ринок.**
2. **Фінансові схеми.**

# Нелегальне отримання акцизних марок та застосування фінансових схем - основні фактори, які привели до перенасичення ринку алкоголю дешевою нефальсифікованою горілкою. Це негативно вплинуло на споживчий попит та на тих виробників, які використовують звичайні методи ведення бізнесу.

# Спеціалісти стверджують, що “ефект подешевшання”, який виходить, якщо використовувати різноманітні фінансові схеми, призводить до того, що роздрібна ціна горілки виявляється нижчою ніж сума податків, які мав сплатити виробник.

# Якщо прийняти до уваги те, що ставка акцизного збору насьогодні складає 16 грн. За 1 літр, то сума сплати до бюджету буде складати 3 грн. 20 копійок. Існуюча метода розрахунку податку на додану вартість, так, що ПДВ розраховується як 20 % від суми доданої вартості та акцизного збору. Таким чином, навіть за нульової доданої вартості ПДВ у даному випадку не може бути менше ніж 65 коп., а податки з пляшки горілки не теоретично не можуть бути менше ніж 3,85 грн.

## Проте враховуючи то й факт, що додана вартість завжди перевищує нульову величину (враховуючи вартість спирту, тари, розливу, виробництва, транспорту), ціна пляшки найдешевшої легально виробленої горілки має становити десь біля 5-6 грн. Не зважаючи на це, в мілкому опті дешеві сорти горілки реалізовуються, починаючи з 3,10 грн. за пляшку. І далеко не завжди така горілка є фальсифікованою. В чому ж причини?

### За інформацією наданою ДПАУ, в 2000 році було видано марок акцизного збору майже на 40% більше ніж у 1999 році. При цьому досить велика кількість марок виявилась розкраденою. Це дозволяє стверджувати про, більш менш поширений метод здешевлення горілки, який заздалегідь виключає формування вартості продукту з урахуванням акцизного збору.

Отже через, те що в нелегальному обороті опинилося сотні тисяч акцизних марок, то контролерам досить важко вичислити нелегальну партію алкоголю. Адже викрадені марки нічим, окрім номерів та серій не видають себе. А випадки, коли податківці приходять на перевірку з “ноутбуками”, які містять базу даних по краденим акцизним маркам, є украй рідкими. В результаті, справжніми акцизними марками маркірована велика кількість алкогольних напоїв не врахованих офіційно. Ця обставина , за умови прийнятної якості продукції, робить малоймовірним вилучення цієї продукції з обігу, не зважаючи на те, що марками акцизного збору горілка була маркірована незаконно. І потім такою горілкою торгують цілком легально та по демпінговим цінам. Проте існують й інші, на вигляд цілком легальні способи здешевлення продукту.

Відпускна ціна виробника, як правило така, що в неї можна включити податки в повному обсязі. Застосування фінансових схем дозволяє занизити ціну вже на стадії торгових операцій з продуктом.

Не зважаючи на те, що процедура офіційного отримання акцизних марок припускає обов'язкову передплату акцизного збору та вартості марок (інакше вони просто не видаються), проте деяким виробникам удається роками виробляти та відпускати маркіровану справжніми марками продукцію, збільшуючи заборгованість перед бюджетом. Крім того, експерти зазначають на існуванні інших схем, основні з яких, зводяться до таких:

1. При лікеро-горілчаному заводі (ЛГЗ), який має заборгованість по сплаті податків, створюється торгова організація (відособлена юридична особа), яка отримує ексклюзивне право на реалізацію продукції, що знаходиться в податковій заставі. А так як за існування недоїмки за бюджетними платежами в податковій заставі формально знаходиться вся продукція недоїмника, вона в повному обсязі прямо з конвеєра потрапляє в розпорядження ексклюзивного торговця. При цьому податкові зобов'язання ЛГЗ не перешкоджають роботі фірми-реалізатора.
2. У другій схемі фірма-реалізатор отримує важелі впливу на ЛГЗ (наприклад, входить до складу акціонерів) та постачає йому за сильно завищеною ціною матеріали чи сировину для виробництва. Потім, отримавши товар за заводською ціною, реалі затор значно знижує її (його дохід - раніше зроблена націнка на матеріали чи сировину). Таким чином постачаючи на ринок дешеву горілку.
3. Як частковий випадок, відмічається існування в обігу раніше виданих векселів спиртозаводів, придбаних із дисконтом. В результаті пред'явлення таких векселів до оплати ціна спирту виходить нижче за звичайну (тобто дешевий спирт передається ЛГЗ уже по суттєво збільшеній ціні).
4. **Фальсифікати.**

Як відомо, проблема фальсифікації товарів є дуже актуальною для України. І найпривабливішою в цьому для фальсифікатів є підакцизна алкогольна продукція, через її високу рентабельність, яка досягається за уникнення від сплати акцизного збору та ПДВ. Які складають три чверті ціни легальної горілки. За неофіційними даними, рентабельність підпільної ґуральні може досягати 500-1000% (розбіжності викликані сумлінням того чи іншого "виробника" і, відповідно, якістю підробки).

Наявність на вітчизняному ринку величезної кількості фальсифікатів наразі вигідна надто багатьом. Посилює цю тенденцію і низька платоспроможність населення, що вкрай загострює цінову конкуренцію, тоді як сфальсифікований товар на 15-100% дешевший за оригінал. І страждають від фальсифікованої продукції не тільки виробники алкогольних виробів, але мінеральних вод, солодкої води. Так, наприклад торік АТ "Миргородський завод мінеральних вод", втратило 3 млн. грн. через те, що 10% проданої на теренах України продукції під цією маркою виготовили фальсифікатори. Тобто гроші пішли "підпільникам".

Нелегальне виробництво особливо активізується протягом періоду маніпулювання державою ставками акцизу через підвищення цін на лікеро-горілчану продукцію. Підробні і неякісні алкогольні напої є серйозною загрозою для здоров’я, а іноді й життя споживачів. Основні порушення: підвищений вміст сивушних масел і занижений уміст алкоголю.

Обсяги нелегального ринку виглядають просто загрозливо. Одразу треба зазначити, що не вся продукція на нелегальному ринку горілки є фальсифікатом – за оцінками різних спеціалістів, лише 30-40 %. А вітчизняні виробники вина вважають, що фальсифікована й контрабандна продукція на ринку складає не менше 70 % обсягу легального виробництва. Найбільшою мірою від підробок на винному ринку потерпають власники добре розкручених марок. Наприклад, за оцінками спеціалістів “Масандри”, на кожну легально вироблену ними пляшку вина на ринку припадає не менше 10 пляшок фальсифікату.

Причина, знову ж таки, казкова рентабельність виробництва при уникненні акцизу і ПДВ. Наприклад, рентабельність при нелегальному виробництві шампанського досягає 200%. Спостерігається деякий спад виробництва шампанських вин, що пояснюється величезною присутністю на ринку фальсифікованої продукції та втратою довіри споживача до цього продукту.

**3. Сировинна проблема.**

На теперішній час українське пивоваріння є одним із тих, хто найбільше потерпає від браку сировини. За останні п’ять років повсякчасного зростання галузі не воднораз зростали й акцизи, тарифи на імпорт сировини — солоду та хмелю. При цьому власне виробництво хмелю було практично знищене.

Отже Україна залишилась без вітчизняної сировини: солоду та хмілепродукції. Уже починаючи з 1999 року українські пивовари зіткнулися з проблемою гострою нестачі сировини. Під план виробництва 1999 року підприємствам України необхідно було 2,5 тис. тон хмелю, тоді як його врожай становими лише 0,45 тис.т. (Тоді як за часів колишнього СРСР українські землі давали до 8 тис.т хмелю щорічно.) У 1999 році сировинна проблема була частково вирішена, коли у жовтні 1999 Верховна Рада прийняла закон про квотування та тимчасове пільгове ввізне мито на солод та окремі види хмілепродукції, що дало змогу українським пивоварам до кінця року імпортувати 50 тис.т солоду та 200 т хмілепродукції.

І з кожним наступним роком сировинна проблема поставала ще гостріше. У 2000 році, в Україні практично не було солоду через відсутність пивоварного ячменю, який увесь був ввезений закордон. У 2001 - за потреби у 3200 тонн зібрали лише 720 тонн.

А мито на імпорт хмелю становить ні багато ні мало 50%. Хміль залишається єдиним з 97 видів харчової сировини, на який Верховна Рада не скасувала імпортний тягар.

Виноробна галузь також переживає в Україні не найкращі часи - наслідки антиалкогольної компанії, очевидно, ще довго будуть нагадувати про себе. Виробництво вин, шампанського значно скоротилося не тому що немає попиту, а тому що нема з чого його виробляти. Наприклад, якщо у 1985-86 роках Одеська область виробляла 22-30 млн.дал. виноматеріалів, то останніми роками – 2-3 млн.дал. А якщо згадати, що Одеська обл. постачає виноматеріалами всі шампанські заводи України, то цю кількість можна вважати мізерною.

За даними корпорації «Укрвинпром», у 2001 році винороби зібрали усього близько 200 тис. тонн винограду, переробка якого дасть вторинному виробництву приблизно 15 млн. дал виноматеріалів. При цьому торік було зібрано близько 320 тис. т сировини. Причинами недобору врожаю винограду і його невисокої якості стали несприятливі погодні умови.

За словами фахівців, «щорічно в нашій країні спостерігається скорочення площ виноградників. Разом із щорічним зниженням врожайності це призводить до зменшення валового збору винограду». «Гарний врожай 2000 року був обумовлений головним чином сприятливими погодними умовами, але ніяк не рішенням сировинних проблем вітчизняних виробників», - вважає Наталя Ворожейкіна. На думку експертів, основний недолік вітчизняної сировинної бази - відсутність елітних, стійких до несприятливих кліматичних умов сортів винограду. Українська селекція винограду була орієнтована на виведення нових сортів, у результаті чого більшість нинішніх виноградників виявилися залежними від кліматичних умов.

**III. Що було зроблено для вирішення проблем?**

Однією зі спроб держави зменшити тіньовий ринок, та досягти збільшення акцизних надходжень до бюджету було введення мінімальної ціни на горілчану продукцію.

**З 6 липня 2001 року в Україні знову почали діяти мінімальні ціни на алкогольні напої.** Постанова КМ від 21 червня 2001 року “Про введення мінімальних цін на вітчизняні й імпортні горілку і лікеро-горілчані вироби” (№700). Нова мінімальна ціна на спиртне встановлена на рівні 24,85 грн. (опт) і 27,34 грн. (роздріб) за літр 100%-вого спирту. Тобто з **6 липня півлітра 40% горілки мала продаватися оптом не менш ніж за 4,97 грн., а в роздрібній торгівлі - по 5,47 грн.**

В роздрібній торгівлі горілка найчастіше пропонується по 3,2-3,5 грн. за 0,5 л, тоді як тільки акцизний збір і ПДВ із кожної півлітровки складають не менш 3,9 грн. Виходячи з цього і був установлений нинішній розмір мінімальних цін. **За задумом розробників постанови, введення “40-градусного мінімуму” мало привести до легалізації ринку і до зростання надходжень у бюджет (у першу чергу, звичайно, від акцизного збору).**

Звичайно, що виробники спиртного, які сплачують усі податки, та торговці їхньою продукцією цей закон не мав турбувати. Адже горілки цих виробників (“Эванс”, “Союз-Віктан”, “Артеміда”, “Княжий Град”, “Гетьман” і т.д.) в роздрібній торгівлі продається за 7 грн. за 0,5 л.

Проте навряд чи такі дії приведуть до тотальної сплати податків та росту надходжень у бюджет. Звичайно підвищиться конкурентноздатність середнього цінового сегмента, тобто горілки ціною 7,0 грн. за пляшку. Але для більшості покупців має значення різниця в ціні навіть на декілька гривеників за пляшку.

Та й можливе скорочення обороту, адже торговці неврахованої 40-градусної (зробленої на легальних підприємствах з використанням схем ухилення від сплати податків) і “бодягою” (водно-спиртовою сумішшю, що розливається в підвалах) з лишком компенсують ростом націнок (коли вже держава примушує їх продавати товар дорожче). Зрозуміло, що виробники такого спиртного платити акцизний збір після введення мінімальних цін не почнуть.

Безсумнівно, зростуть надходження від сплати ПДВ. Але, як уже зазначалося, основний податок з горілки — акциз.

Іншими словами, уведення мінімальних цін на горілку створює лише видимість поліпшення збирання акцизного збору.

Зараз готується до другого читання Закон, здатний реально забезпечити надходження акцизу від продажу горілки. Якщо документ набере сили, на кожен повний цикл виробництва спиртного буде видаватися тільки одна ліцензія. Тобто перекривається один із двох основних каналів надходження на ринок “неоподаткованої” горілки (коли підприємець робить спиртне на чужих потужностях і “зникає” із продукцією). Крім того в законі намагаються реалізувати можливість указувати на марках акцизного збору ємність розлитого напою. Тобто виробник уже не зможе купити марки для розливу спиртного в 100-грамові пляшки і зробити горілку в півлітрових. Це позбавить можливості виробляти невраховану горілку. Крім того, саме через це на будь-якому базарі продаються зовсім легальні акцизні марки (де і здобувають їх виробники “бодяги”).

Але якщо буде так, виникає законне питання: навіщо нам тоді ще і мінімальні ціни?

**Як вважають, великі оптові реалізатори, фіксована мінімальна ціна значно підніме рентабельність фальсифікатів. Чергова спроба легалізувати алкогольний ринок вольовими методами навряд чи увінчається успіхом.**

**Рішення про введення мінімальних цін, як і в минулий раз, ускладнить схеми продажів дешевої горілки, але продавати її все рівно будуть. Уведення мінімальних цін ударить по законослухняних компаніях. Вони будуть змушені конкурувати з тими, хто продає горілку дешевше мінімальних цін, використовуючи “схеми” продажів.**

**Виграють нелегальні торговці. У тому числі і фінансово. Можливо, трохи упадуть їхні обороти, але зате виросте маржа. Якщо сьогодні вони реалізують горілку по 2,50-2,80 грн., завтра вони стануть продавати її по 3,50 грн.**

**Поважаючі себе фірми можуть просто відмовитися від роботи з дешевою горілкою. А великі оптові торговці найімовірніше сконцентруються на продажах “розкручених” вітчизняних марок, забезпечених серйозною рекламною підтримкою.**

Щодо дрібних торговців спиртним,то і по 3 гривні горілка продається вкрай погано. Тому вони вочевидь знайдуть майже легальні способи як обійти цю постанову.

Щодо проблеми різних фінансових схем та схем взаємозаліків, то дії державних органів також і тут не є дуже успішними. Проте треба зазначити, що боротьба з “тіньовою” горілкою не приносить результатів не тільки через відсутність у контролерів необхідної оргтехніки або непрозорості фінансових схем. Податківці вважають, що можливість продавати горілку за демпінговими цінами з'явилась через декілька причин, які так чи інакше вплинули на послабшання контролю за виробниками горілки зі сторони різноманітних держструктур.

По-перше, збільшенню виробництва дешевої горілки сприяло зняття у 2000 році податкових постів на ЛГЗ. Ці повноваження були передані Держспецмонополії. І хоча роботу податкових постів бездоганною не можна назвати, податківці все ж мали дещо ширші порівняно з Держспецмонополією можливості щодо контролю за виробниками горілки.

Контроль за ринком алкоголю був послаблений і після позбавлення податківців права реалізовувати конфіскований товар – податкові органи просто втратили стимул для перевірок виробників алкоголю в цілому та горілки зокрема. Адже з погляду виконання плану з надходжень до бюджету це заняття стало для них безглуздим. При цьому податківці стали менше контролювати не тільки легальних виробників, але і фальсифікаторів горілки, що у підсумку негативно відбилося і на виробниках відомих марок.

Введення контрольних талонів до товарно-транспортних накладних, які виписуються на перевозимі алкогольні напої, не замінили контролю за легальними (з точки зору сплати податків) виробництвом та реалізацією горілки. Призначення цих талонів полягало в контролюванні переміщення сировини від спиртозаводу до ЛГЗ, а потім горілки - до оптових та роздрібних торговців. Проте з однієї партії спирту виникають різні партії різноманітних напоїв, які реалізовуються великою кількістю продавців, через це досконально прослідити їх всі їх переміщення неможливо.

Наявність на вітчизняному ринку величезної кількості фальсифікатів вигідна надто багатьом. І все ж зрушення на краще хоч і повільно, але відбувається. Накопичується арбітражна практика, коли виробник, що потерпає від підробок, позивається з торгівцем, який ті підробки свідомо чи несвідомо продає. Борються за право бути на сторожі інтересів людей і товариства споживачів. Щодо на юридичної процедури, за допомогою якої виробник може боротися з фальсифікаціями, то вона є такою. Приміром, уздрівши підробку під власний продукт у N-ському магазині, виробник може, посилаючись на ст. 440 Цивільного кодексу (відшкодування збитків особою, яка ці збитки заподіяла) та на низку норм Закону "Про захист від недобросовісної конкуренції" (несанкціоноване копіювання продукції, шкода діловій репутації) подати позов на відповідну суму проти власника магазину.

При цьому доведення факту торгівлі фальсифікатом покладається на позивача. Він же має сплатити держмито та позовну заставу (5-10% позовної суми), яка в разі виграшу повертається. Якщо торгiвець і справді винен, то в нього вилучається і фальсифікований товар, і визначена судом сума компенсації для позивача. Сумлінний же торгiвець після сплати відшкодування (воно з позовною сумою зазвичай не збігається), має "право регресії" (ст. 451 ЦК "про солідарну відповідальність"), тобто може подати позов на гуртовика, в якого придбав підробку. Власникові магазину треба довести те, що він не міг знати про несправжність товару. Так само і гуртовик може позиватися з виробником фальсифікату, - звісно ж, якщо знайде його.

Юридично процедура зовні виглядає вельми пристойно, більше того, законодавче забезпечення боротьби з несумлінною конкуренцією напрочуд стабільне. Нестабільним є швидше фінансове становище самих учасників "розборки" (з голого нічого взяти), та й зникнути вони можуть дуже просто. Як свідчить судова практика, можливостей затягнути як розгляд, так і виконання судового рішення на 1-3 роки тут не бракує. Внаслідок цього абсолютну більшість арбітражних позовів щодо фальсифікації продукції подають іноземні компанії. На заваді вітчизняним "незаможникам" стоїть також небезпідставна впевненість у корумпованості судів і все та ж позовна застава.

Становлення судової практики тут дуже залежить від нагромадження цієї самої практики. А зараз, за твердженнями опитаних підприємців, коли такі проблеми й вирішуються, то здебільшого через хабарі, форсований розпродаж фальсифікату за супернизькими цінами (полюбовно з відшкодуванням), або за допомогою "братків". Отже, для багатьох є очевидною необхідність спрощення процедури захисту в суді інтересів виробника продукції, що стає об'єктом зазіхань фальсифікаторів, а також запровадження жорстких механізмів реалізації матеріальної відповідальності насамперед за розповсюдження підробок. Ризик суттєвих втрат, аж до банкрутства, має змусити торгівлю вибагливіше ставитися до вибору постачальників товарів, а також до автентичності та якості останніх.

Наприкінці 1999 року на ринку стали помітні “захищені” серії вин, об'єднані новими товарними марками. При їхньому оформленні виробники витратилися на дорогі видаткові матеріали: коркові пробки, термоусадочні ковпачки, складні етикетки, оригінальну “необоротну” тару. Проте і це не є надійним захистом від фальсифікату адже інколи навіть у тих випадках, коли виробник не скупиться на спецтару, голограми тощо. Не таємниця, що в деяких випадках фірмова" тара, етикетки та засоби захисту "за домовленістю" потрапляють до підпільних цехів з конвеєра цілком легального підприємства, яке виробляє їх на замовлення виробника справжнього товару.

Більшість виробників вважають, що вирішити питання фальсифікатів можна лише на урядовому рівні. Поки що виробники організовують рейди з правоохоронними органами по точках роздрібної торгівлі і захищають пляшку й етикетку. Але як показує досвід, таких мір недостатньо і вони малоефективні. Наявність нелегального ринку гальмує збут продукції легальних виробників в Україні, оскільки значну частину українських споживачів поки більше цікавить вартість, ніж якість.

**IV. Що треба зробити?**

Головною причиною обвалу ринку стало збільшення ставки акцизного збору 1 липня 2000 року на 50% (з 11 до 16 грн.). При цьому було загублено близько 10% обсягу виробництва алкогольної продукції. Звичайно підвищення акцизу продовжиться, оскільки в Україні він значно нижче, ніж в Європі. Але від того, якими методами будуть підвищуватися акцизні ставки, багато в чому залежить подальший розвиток ринку алкогольної продукції. В українських умовах таке підвищення повинне бути дуже плавним і планомірним.

Підвищувати акцизи на спирт необхідно тільки з одночасним жорстким контролем за виготовленням і реалізацією підакцизних товарів. Проте, на жаль, люди, що зобов'язані виконувати контролюючі функції, незацікавлені в цьому через їхній надзвичайно низькі зарплати. Хоча одним з можливих рішень проблеми могла б стати заборона торгівлі горілкою та іншими лікеро-горілчаними виробами на оптових ринках, однак на сьогоднішній день воно навряд чи було б дійсно ефективним і корисним.

Тих мір, яких вдається держава для наведення порядку на ринку, явно недостатньо. Введення і наступне скасування мінімальних цін на алкогольну продукцію - яскравий приклад. Адже в ідеалі після введення мінімальних цін передбачалося, що сегмент нелегальної горілки зникне. Але цього не відбулося, і навіть більш - спостерігається збільшення даного сегмента. Голограми, мінімальні ціни, контроль акцизних марок - кожна з цих мір окремо має позитивні сторони, але кожна живе власним окремим життям. А для врегулювання ринку необхідний комплекс мір, кожна з який доповнює і підтримує іншу.

Вже давно напрошувалося створення організації, яка б захищала інтереси учасників ринку алкоголю від свавілля чиновників та бюрократії від утисків з боку фіскальних і силових органів держави, працювала для створення прозорих, однакових для всіх правил поведінки шляхом ініціювання змін у діюче правове поле. Такою організацією стала недавно створена Асоціація сприяння обороту і виробництву алкоголю і тютюнової продукції (СОПАТ). Основна мета цієї організації - допомогти державі розробити такі правила гри, які б влаштовували і держава, і легальних учасників ринку. І одним з , на мою думку найкорисніших напрямів діяльності Асоціації, стало ініціанування створення Координаційної ради при Кабміні. До якої повинні входити професійні, галузеві і громадські організації, при якії повинен знаходитися аналітичний центр, який би займався аналізом ринків, прогнозом наслідків прийнятих рішень, що регулюють ринки алкоголю і тютюну. Саме тут має відбуватися те, чого не вистачало попереднім діям державних органів щодо регулювання ринку алкоголю – аналіз та прогноз наслідків прийнятих рішень. Адже зараз ніхто всерйоз не вивчає ринки ані алкоголю, ані тютюну. Звичайно існують такі організації, як Укрспирт, Укртютюн,Українська корпорація по виноградарству і виноробній промисловості “Укрвинпром”, вони мають інформацію, проте в цілому вона не аналізується.

Щодо сировинної проблеми, то як вже зазначалося основною проблемою українських виноградників є відсутність елітних, стійких до несприятливих кліматичних умов сортів винограду. Адже українська селекція винограду була орієнтована на виведення нових сортів, у результаті чого більшість нинішніх виноградників виявилися залежними від кліматичних умов.

Тому, на мій погляд, основним вирішення цієї проблеми для українських виробників, є створення власної сировинної бази. Що вони і роблять. У нинішньому році в Україні було закладено близько 200 га винограду більш стійких французьких сортів. Крім цього, закладені «італійські» і «іспанські» виноградники. Виробники приступили до самостійного формування сировинної бази, щоб максимально захистити себе від кліматичних «капризів» уже протягом найближчих декількох років. До реалізації комплексної програми «Виноградники» приступила ЗАТ «Коктебель», інвестують у розвиток виноградників «Алеф-Виналь», «Винний Будинок Логос» щорічно закладає близько 200 га нових виноградників.

Щодо сировинної проблеми у пивоварінні, то вона на сьогоднішній день залишається такою ж гострою. Можливим виходом могло б бути створення заводами своїх власних солодовень, аби не сплачувати таке високе ввізне мито на солод. Проте звичайно одним з найкращих виходів, було б зниження державою ставки ввізного мита, або введення квоти на безмитний ввіз хмелю, яку Верховна Рада так і не затвердила цього року.

Було б доцільно розробити єдиний закон, який би дозволяв щорічно вводити квоту на увіз невистачаючого обсягу хмелю доти, поки в Україні не буде цілком відновлена власна сировинна база.

Щодо фальсифікату, то поки що вітчизняний сумлінний виробник, аби захиститися від підробок, покладає найбільші надії на всілякі голограми, термополіграфію тощо. Наразі це подекуди спрацьовує, але фахівці вважають, що "гонка озброєнь" між виробниками і фальсифікаторами щодо запровадження і підробки щораз нових засобів захисту себе практично вичерпала, адже подекуди захист у структурі собівартості споживчих товарів займає до 30%. Не дають ефекту і заходи з інформування покупця - йому просто набридає розбиратися у тонкощах систем захисту. Значно простіше відмовитися від купівлі товарів зі скомпрометованою торговою маркою. Втім, сьогодні існують способи, що можуть досить надійно захистити товар від підробки, принаймні у перший час. Так досить ефективним і недорогим вважається краплеструменеве маркування товару. Приміром, у Білорусі запровадження такої технології на лікеро-горілчаному виробництві захищало продукцію від підробок майже півтора року. В Україні сьогодні краплеструменеве маркування запровадило підприємство "Таврія" з Нової Каховки, що виготовляє коньяк.

Найбільш ефективним, практично стовідсотковим захистом продукції є створення мережі фірмових магазинів, а також реалізація товару виключно через офіційних дистриб'юторів. Наприклад, у Німеччині за десятки років становлення ринку було створено сталу систему "виробник-великогуртовий продавець-реалізатор", що фактично унеможливлює появу на ринку підробок. Кожен безпосередній реалізатор або дрібногуртовий продавець впевнений, що на складі фірми-гуртовика вони отримають тiльки справжній товар. Так само і покупець впевнений, що у "своєму" магазині він ніколи не отримає підробку.

Лише рівномірний розподіл відповідальності, насамперед у торгівлі, здатний забезпечити перемогу в боротьбі з фальсифікаторами. Насамперед торгівець як гуртовий, так і роздрібний, має усвідомлювати, що за фальсифікат відповідає не лище покупець (своїм здоров`ям) і виробник (втраченими прибутками й репутацією), а й він сам - безпосередньо своїм бізнесом.

Одним з найбільш дієвих способів боротьби з фальсифікатами, на мою думку, є становлення галузевих громадських організацій виробників, імпортерів та торгiвців на кшталт давніх ремісничих цехів або купецьких гільдій (приклад - ліга "Гордість України"). Метою цих угруповань є зокрема й боротьба з підробками. Утримання лабораторій та моніторинг ринку обходиться значно дешевше, якщо робити це гуртом. До того ж у законі "Про захист від недобросовісної конкуренції" є посилання на "правила, торгові та інші чесні звичаї у підприємницькій діяльності". Норми цих "кодексів честі" після їх затвердження Торгово-промисловою палатою та Антимонопольним комітетом набувають юридичної сили, що дозволяє використовувати їх для судового переслідування у тому числі й фальсифікаторів продукції.

На сьогодні вже затверджено кодекси професійної етики асоціації "Граніти України" та союзу "Хіміки України". Фахівці цих та подібних організацій впевнені у тому, що з їх розвитком та вдосконаленням інфраструктури ринку боротися з фальсифікаторами стане значно легше - їх "душитимуть" у вузькому галузевому колі.

1. **Висновок.**

Отже можна зробити висновок, що головною проблемою галузі напоїв є нестійке та недосконале державне регулювання цієї галузі. І вже як наслідок цього з'являються проблеми великого тіньового ринку, фінансові схеми, не тільки невирішення, а й загострення сировинної проблеми.

Одним з найбільш вдалих та доречних вирішень цієї проблеми на мою думку є створення та сприяння розвитку таких організацій як Товариство захисту споживачів, та СОПАТ, яке по суті є товариством захисту виробників. Вони мають створити відчутну допомогу державі, у функції контролю за ринком, тобто боротьбі з фальсифікатами, контраюандою. А Координаційна Рада при Кабміні своєю діяльністю має запобігати виходу неподуманим законам, які тільки шкодять галузі.

**Використана література**

1. Шрамко Е. Заспиртованные деньги //Компаньон, 2000, №11 (163).
2. Сахно А. Two beer or not to beer // Компаньон, 2000, №19 (171).
3. Почепцова А. Качественый скачок //Компаньон, 2001, №12 (216).
4. Шилова Л. На два фронта //Компаньон, 2001, №34 (238).
5. Сивовлас К. Мутный спирт //Компаньон, 2001, №12 (216).
6. Серов. В. …Только в профиль // Бизнес, 2001, № 31 (446).
7. Дикаленко М. …И выпьем за его принятие // Бизнес, 2001, № 26 (441).
8. Дикаленко М., Итекли куда надо каналы // Бизнес, 2001, № 22 (437).
9. Дикаленко М., Денисенков В. 1у.е. = 0,5 л // Бизнес, 2001, № №27 (442).
10. Серов В., Талов И. Была бы шея, а уж закон сыщем // Бизнес, 2001, № 40 (455).
11. Денисенков В. Виновники'2001.// Бизнес, 2001, № 42 (457).
12. Серов В. Губят пиво не люди.// Бизнес, 2001, №24 (439).
13. Серов В. За-кон-ьяк.// Бизнес, 2001, № 30 (445).
14. Серов В. На четверых? // Бизнес, 2001, № 36 (451).
15. Серов В. О хмельном. // Бизнес,2001, № 14 (429).
16. Базаров Н. Подвиг в сиропе. // Бизнес, 2001, №26 (441).
17. Лазаренко Л., Сидорчук С. Виробництво росте, а хмари над ним густішають.// Галицькі Контракти, 2001, № 25.
18. Следзь С., Следзь Н. Алкоринок: оптова ліцензія дорожчає в 30 разів. // Галицькі Контракти, 1999, № 22.
19. Сидорчук С. Є шанс перемогти фальсифікаторівю// Галицькі Контракти, 2000, № 05.
20. В. Лиськов. Харчова промисловість у системі АПК.// Економіка України,2000, №1.
21. В. Лиськов. Основні напрями системного трансформування харчової промисловості України.// Економіка України, 1999, №2.