

ANALIZA VOLUMELOR DE PRODUCERE ȘI DE DESFACERE ÎN INDUSTRIA DE PANIFICAȚIE

D. Steclaru, V. Mamaliga, dr.
Universitatea Tehnică a Moldovei

INTRODUCERE

Industria de panificație este una din ramurile de bază ale industriei alimentare din Republica Moldova, care asigură populația țării cu produse de importanță vitală. Deși deține doar în jur de 9,5% din total industria alimentară nu putem nega importanța ramurii date. În această lucrare se analizează volumele de producere din industria de panificație și a comercializării acestora, conform datelor statistice publicate în anuarul statistic ediția 2008.

1. ANALIZA VOLUMELOR DE PRODUCERE ÎN INDUSTRIA DE PANIFICAȚIE

Industria de panificație este una dintre ramurile importante atât a industriei alimentare cât și a industriei oricărei țări, în general. Pentru a determina care este locul ramurii date în industria Republicii Moldova, analizăm structura ramurilor industriei alimentare și a industriei generale (tabelul 1).

Tabelul 1. Ponderea ramurilor industriei alimentare și a băuturilor în industria Republicii Moldova (producția industrială totală – 100%), %

Ramuri	1995	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
<i>Industria de prelucrare a cărnii</i>	6,1	4,0	3,5	4,0	3,9	3,6	3,2	3,5	4,5
<i>Industria de prelucrare a fructelor și legumelor</i>	6,7	5,1	4,2	3,6	4,9	3,2	3,4	4,1	5,1
<i>Industria de prelucrare a laptelui</i>	3,7	4,0	4,0	3,9	3,5	3,8	3,6	3,8	4,1
<i>Industria produselor de morărit</i>	4,3	2,0	1,8	1,4	1,2	0,6	0,4	0,8	0,8
<i>Fabricarea nutrețurilor gata pentru animale</i>	-	0,3	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2
<i>Industria produselor de panificație</i>	5,4	5,2	4,6	4,0	3,6	4,2	3,4	3,5	3,8
<i>Industria zahărului</i>	6,5	4,2	4,3	4,6	2,5	2,5	3,3	4,2	1,8
<i>Fabricarea de cacao, ciocolată și produse zaharoase de cofetărie</i>	-	1,3	1,2	1,5	1,5	1,4	1,4	1,6	1,6
<i>Fabricarea băuturilor alcoolice distilate</i>	-	1,6	1,1	0,9	3,9	4,2	4,0	2,5	2,0
<i>Industria viticolă</i>	10,8	16,9	19,7	21,9	21,2	20,6	20,0	10,3	7,0
<i>Fabricarea berii</i>	-	1,6	1,6	2,0	2,1	2,4	2,4	2,6	2,8
<i>Fabricarea apei minerale și a băuturilor răcoritoare</i>	-	0,7	0,6	0,7	0,8	0,8	0,9	1,3	1,3
<i>Industria tutunului</i>	-	6,1	5,2	3,2	2,8	2,5	2,1	1,6	1,5
<i>Total industria alimentară și a băuturilor</i>	52,8	48,1	49,3	52,4	53,6	51,7	50,8	2,9	39,7

Sursa: Anuarul Statistic al Republicii Moldova pe anul 2008.

Ponderea industriei de panificație în total producție industrială este de circa 4%, iar în total producție din industria alimentară și a băuturilor – 9,5%, dar aceasta nu diminuează importanța ramurii pentru republică. La rândul său, ponderea panificației în numărul mediu anual al personalului industrial-productiv este de 5,3%, iar în total export – 0,3%.

Pe parcursul anilor 90 în industria de panificație din Republica Moldova s-a manifestat tendințe negative, cauzate de mai mulți factori:

- Producerea produselor de panificație în condiții casnice;
- Reducerea puterii de cumpărare a populației;

- Migrarea populației din motive, economice și sociale. În ultimii 5 ani din Moldova au plecat circa 300-500 mii oameni (conform datelor biroului național de statistică și biroului de emigrare);

- Investiții insuficiente în cadrul brutărilor mari și mijlocii.

Cu toate acestea, în ultimii ani volumele de producție la întreprinderile de panificație autohtone înregistrează tendinți de creștere.

În graficul de mai jos (fig. 1) prezentăm tendințele volumelor de producție în industria alimentară cât și a celor din total industrie.

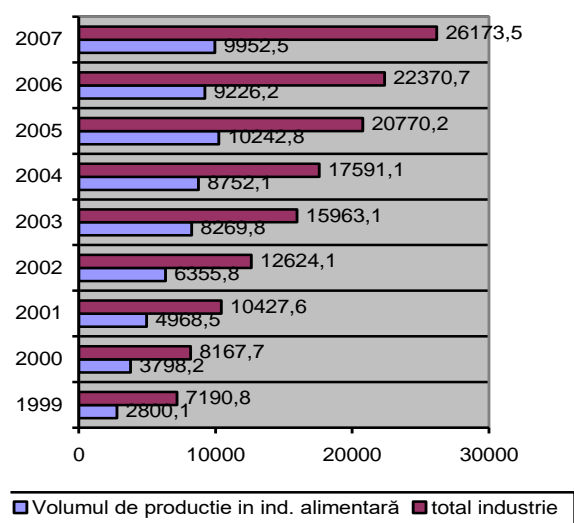


Figura 1. Dinamica volumelor de producție din industria alimentară și total industrie din Republica Moldova, mil. Lei.

Analizând datele pe parcursul anilor 1999 – 2007 observăm că atât industria în general cât și ramura industriei alimentare are tendința generală de creștere. Valoarea producției industriale a crescut în perioada analizată de la 7190,8 mil. lei (anul 1999) până la 26173,5 mil. lei (anul 2007) circa de 3,64 ori sau s-a mărit cu circa 264%, ceea ce se apreciază pozitiv. Industria alimentara a înregistrat o creștere în dinamică (exclusiv anul 2006), asemănătoare de la 2800,1 mil. lei în anul 1999 până la 9952,5 mil. lei în anul 2007, ceea ce înseamnă de 3,55 ori sau cu 255%.

Tabelul 2. Dinamica volumelor de producție pe produse de panificație, mii tone.

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Pâine și produse de panificație	103,1	89,2	90,2	91,8	105,2	109,7	108,4	112,3	122,8
Produse de cofetărie	7,2	7,4	11,7	14,8	17,0	16,9	19,8	20,8	21,4
Paste făinoase	8,8	12,4	10,5	10,6	7,7	8,8	7,8	7,2	6,9
Făină	159,0	147,7	132,4	151,4	116,7	118,2	144,0	133,5	113,3

Sursa: Anuarul Statistic al Republicii Moldova pe anul 2008.

Pentru a determina care a fost rolul ramurii de panificație în dezvoltarea industriei alimentare, considerăm necesară analiza în dinamică a volumelor de producere în industria de panificație în raport cu industria din care face parte, adică cea alimentară (fig. 2).

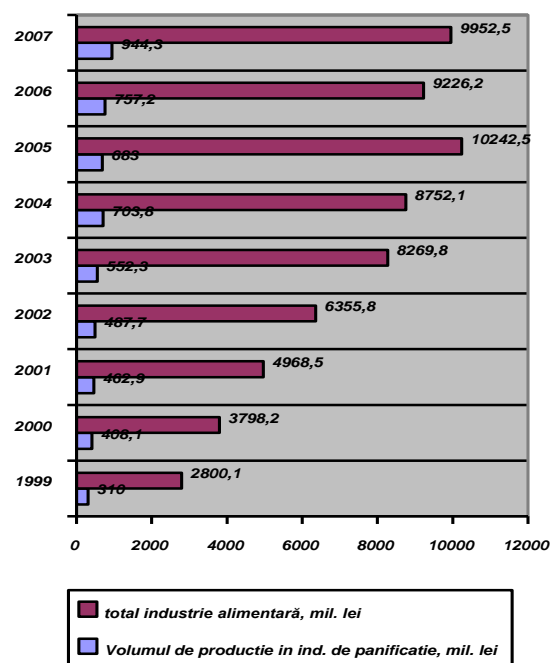


Figura 2. Dinamica volumelor de producție în industria de panificație din Republica Moldova, mil. Lei.

Dacă analizăm evoluția industriei de panificație atunci, observăm că valoarea produselor ramurii date crește 3,05 ori sau cu 205%, adică cu un ritm mai mic decât cel al industriei alimentare și al industriei în general, ceea ce se apreciază negativ. Acest lucru se datorează faptului ca industria de panificație se orientează aproape în majoritate pe piață internă, adică spre consumatorii autohtoni (a căror număr este în permanență descreștere datorită migrării populației, creșterii mortalității și descreșterii natalității), și mai puțin pe piață externă.

În continuare (tabelul 2) analizăm dinamica volumelor de producție pe grupe de produse.

În perioada analizată observăm că atât pâinea și produsele de panificație cât și produsele de cofetărie au tendința generală de creștere. Volumul produselor de cofetărie s-a mărit de circa 3 ori, adică cu 200%, datorită creșterii cererii pe piața. Dacă analizăm volumele de paste făinoase în RM, atunci observăm că acestea au tendința generală de descreștere pe parcursul anilor 2000 – 2007 (exclusiv anul 2004) de la 12,4 mii tone anual până la 6,9 mii tone anual, aproximativ 2 ori, ceea ce se apreciază negativ. Acest fapt se datorează concurenței mari pe acest segment al pieței, datorită importului de paste făinoase (îndeosebi din Ucraina) la un preț mai accesibil și de o calitate mai superioară.

Analizând structura industriei de panificație pe categorii de produse observăm că ponderea majoritară îi revine pâinii și produselor de panificație, constituind circa 80% pe toată perioada anilor 1999 – 2007. Totodată observăm o tendință de descreștere a acestora de la 86,57% în anul 1999 până la 81,27% în anul 2007, pe când ponderea produselor de cofetărie manifestă o creștere în dinamică de la 6,04% în anul 1999 până la 14,16% în anul 2007. Aceeași tendință de descreștere în dinamică o observăm și la pastele făinoase, care în 2000 dețineau o pondere de 11,38% în total industrie de panificație (nivelul maxim atins în perioada analizată), iar în anul 2007, respectiv - 4,57% (nivelul minim atins în perioada anilor 1999 – 2000). În urma datelor obținute am putea concluziona că pâinea și produsele de panificație, dar mai ales, pastele făinoase cedează în dinamică din ponderea lor în favoarea produselor de cofetărie, datorită cererii crescânde a acestora pe piața internă și externă. Această cedare este vizibilă analizând graficul de mai jos (fig. 3).

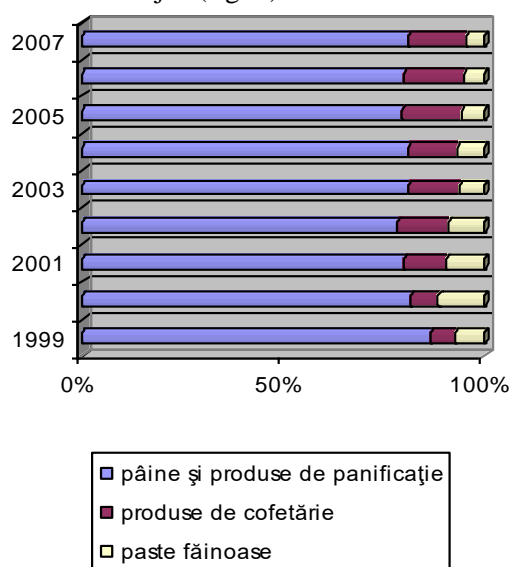


Figura 3. Structura ramurii de panificație, %.

În graficul de mai jos (figura 4) vom analiza cantitățile de produse de panificație și a făinei, deoarece ea este materia primă strict necesară în ramura de panificație, și de calitatea, cantitatea și prețul acesteia depind rezultatele activității economice e producătorilor de pâine și produse de panificație.

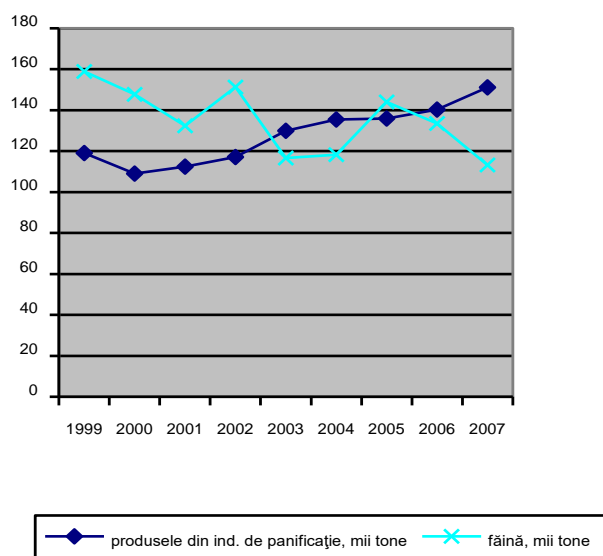


Figura 4. Tendințele volumelor de producție a făinii și a produselor din industria de panificație, mii tone.

Analizând graficul de mai sus observăm ca volumele de producere a făinii se diminuează cam cu o periodicitate de 2-3 ani, deoarece și cantitățile cultivate de grâu au aceeași tendință, datorită climei nefavorabile, cel mai des datorită secetei care se repetă la fel o dată la 2-3 ani. Cu toate acestea industria de panificație are tendință generală de creștere, de la 119,1 mii tone în anul 1999 până la 151,1 mii tone în anul 2007, (cu 27%) ceea ce se apreciază pozitiv. Deoarece produsele de panificație sunt produse de primă necesitate, deficitul de făină în anii problematici este acoperit din importul suplimentar al grâului.

Pentru o analiză mai amplă analizăm indicatorii rezultativi în unități valorice, și în acest caz vom stabili care au fost tendințele prețurilor pe perioada analizată (tabelul 3.).

Analizând datele statistice cu privire la volumele de fabricare a pâinii și produselor de patiserie în stare proaspătă observăm că acestea au crescut în dinamică de la 310 mil. lei în anul 1999, până la 944,3 mil. lei în anul 2007, (de peste 3 ori), pe când ponderea în total industrie s-a micșorat de la 5,4 % în anul 1999 până la 3,8% în anul 2007. După analiza efectuată mai sus putem constata că volumul de fabricare în unități valorice ar fi trebuit să crească în dinamică doar cu 19% (conform

Tabelul 3. Dinamica volumelor de fabricare pe produse de panificație.

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
<i>Fabricarea pâinii și a produselor de patiserie proaspete, mil. lei</i>	310,0	408,1	462,9	487,7	552,3	703,8	683,0	757,2	944,3
<i>Pondere în total industrie, %</i>	5,4	5,2	4,6	4,0	3,6	4,2	3,4	3,5	3,8
<i>Fabricarea de cacao, ciocolată și produse de cofetărie, mil. lei</i>	79,6	100,0	122,5	188,2	227,0	234,0	286,5	339,9	405,4
<i>Pondere în total industrie, %</i>	0,1	1,3	1,2	1,5	1,5	1,4	1,4	1,6	1,6

Sursa: Anuarul Statistic al Republicii Moldova pe anul 2008.

datelor în unități fizice) în anul 2007 comparativ cu anul 1999, în condițiile în care structura de producție ar fi rămas aceeași, în rest creșterea în unități valorice este condiționată de mărirea prețului. Urmărind evoluția produselor de cofetărie, vedem că acestea abia apar în anul 1999 și dețin doar 0,1% din total industrie, și-și mențin ritmul de creștere constant începând cu anul 2000 de la 1,3% în total industrie și până la în 1,6% în total industrie în anul 2007.

II. ANALIZA VÂNZĂRILOR ÎN INDUSTRIA DE PANIFICAȚIE.

În perioada ultimilor ani se urmărește tendința de creștere a volumului de vânzări în unități valorice datorită majorării prețurilor la produsele acestui sector, pe când volumul vânzărilor în unități fizice este în continuă descreștere. Această tendință poate fi urmărită în tabelul de mai jos (tabelul 4).

Tabelul 4. Vânzări cu amănuntul a pâinii, prăjiturilor, produselor de patiserie și de cofetărie.

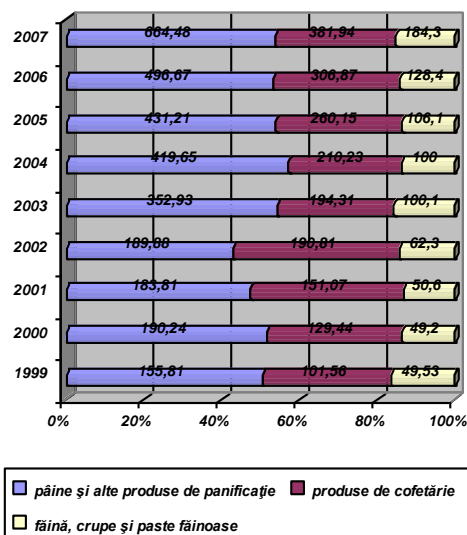
	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
<i>Pâine și alte produse de panificație, mil. lei</i>	155,81	190,24	183,81	189,88	352,93	419,65	431,21	496,67	664,48
<i>Pondere în total vânzări, %</i>	7,9	6,0	4,9	3,8	5,2	5,0	3,9	3,6	3,9
<i>Produse de cofetărie, mil. lei</i>	101,56	129,44	151,07	190,81	194,31	210,23	260,15	306,87	381,94
<i>Pondere în total vânzări, %</i>	5,1	4,1	4,0	3,9	2,8	2,5	2,4	2,3	2,3
<i>Făină, crupe și paste făinoase, mil. lei</i>	49,53	49,2	50,6	62,3	100,1	100,0	106,1	128,4	184,3
<i>Pondere în total vânzări, %</i>	2,5	1,5	1,3	1,3	1,4	1,2	0,9	0,9	1,1

Sursa: Anuarul Statistic al Republicii Moldova pe anul 2008.

Conform datelor din tabel vedem că vânzările pe toate tipurile de produse de panificație sunt în creștere, însă ponderea în total vânzări ale industriei este în continuă descreștere, ceea ce denotă că ramura data se dezvoltă mai încet decât alte ramuri ale industriei. Tot aici putem spune că și prețurile la produsele de panificație cresc într-un ritm mai lent, deoarece la cele mai mari întreprinderi cum ar fi: S.A. „Franzeluța”, S.A. „Fabrica de pâine din Bălți”, S.A. „Cahul – Pan”, S.A. „Fabrica de pâine din Orhei” Statul deține cote parți ale capitalului statutar, iar prețurile sunt reglementate de stat. Deoarece aceste întreprinderi dețin o cotă esențială pe piață, concurenții mai mici și întreprinderile

private sunt nevoite să-și gestioneze cheltuielile astfel încât acestea să fie cât mai mici ca să se mențină pe piață.

Analizând graficul de mai sus (figura 5) observăm că structura vânzărilor s-a modificat în dinamică, cea mai mare abatere se observa în anul 2002 când ponderea pâinii și a produselor de panificație și a celor de cofetărie sunt aproximativ egale constituind 42,86 % și 43,08% respectiv, iar pastele făinoase dețin 14,06% din total vânzări produse de panificație. În restul anilor se observă o structură a vânzărilor relativ stabilă în perioada analizată, și anume:



Graficul 5. Tendințele volumelor de vânzări pe grupe de produse, mil. lei

- pâine și produse de panificație – 50,76% în anul 1999 și 53,99% - în anul 2007;
- produse de cofetărie – 33,09% în anul 1999 și 31,03% în anul 2007;
- făină, crupe și paste făinoase – 16,14% în anul 1999 și 14,98% în anul 2007.

Majoritatea pâinii și a produselor de panificație circa 90% - 97% din volumul total al industriei date, în dependență de tipuri de produse, sunt comercializate pe piață internă și doar o pondere de la 3% la 10% în dependență de grupe de produse este orientată spre export.

CONCLUZII

Din analiza efectuată putem concluziona, că ramura produselor de panificație a fost, este și va fi una din cele mai necesare, deoarece acest domeniu ține de satisfacerea cerințelor vitale ale omenirii. Tendințele de creștere atât în valori naturale cât și în valori bănești ne demonstrează acest adevăr. Cu toate acestea reglementarea de către stat într-o măsură oarecare a prețurilor la acest produs strategic (pâinea este absolut necesară, deoarece acest produs face parte din grupul de mărfuri și produse, care nu se supun în totalitate cerințelor legii cererii și ofertei ca la mărfurile obișnuite), tinde să țină sub control evoluția prețurilor la pâine și produse de panificație pentru a proteja și a asigura satisfacerea cerinței consumatorului. Acest fapt este posibil, deoarece, cum am menționat mai sus, Statul deține cote părți în capitalul statutar al celor mai mari întreprinderi din nordul, centrul și sudul țării, care creează concurență întreprinderilor private și a brutăriilor mici pe piața pâinii și a produselor de panificație. Deci, pentru a se accepta creșterea prețurilor la întreprinderile cu cote părți ale statului, aceste majorări trebuie să fie justificate și argumentate, iar ceilalți producători ai industriei de panificație, datorită concurenței, nu pot decât să mărească prețurile la pâine și produse de panificație în conformitate cu ridicarea calității, altfel riscă să nu-și comercializeze producția.

Bibliografie

1. *Datele întreprinderii.*
2. *Anuarul Statistic ediția 2008.*