

РОЗВИТОК МОЛОКОПЕРЕРОБНОГО ПІДПРИЄМСТВА ЗА РАХУНОК ВИХОДУ НА ЗОВНІШНІЙ РИНОК

*Дашутіна Л.О., к.е.н., доцент
Сумський національний аграрний університет
Могильна Л.М., к.е.н., доцент
Сумський національний аграрний університет*

При виході підприємства на зовнішні ринки слід розуміти, що для забезпечення конкуренції на ринку продуктів харчування, зокрема молочної продукції, підприємство повинно чітко орієнтуватися на споживача, щоб задовольнити його потреби в продукції високої якості. Важливу роль в конкурентоспроможності вітчизняних підприємств на міжнародному ринку молочної продукції займає зовнішньоекономічна діяльність.

Розвиток ЗЕД повинен бути спрямований на адаптацію стратегії підприємства в умовах високої конкуренції за споживача. Тобто, перш за все потрібно орієнтуватися на потреби споживача, а потім вже виробляти продукцію високої якості. Під час просування товарів на міжнародний ринок виникають різні перешкоди, які можуть стосуватися не тільки якості, а й виражатися у відмінності певних організаційних та законодавчих аспектів. Тому особлива актуальність теми і зумовила її вибір.

ТОВ «Буринський молокозавод» входить до компанії ТОВ «SvitMilk», котра заснована в 2013 р. та займається експортом української продукції та дало змогу закордонним споживачам насолодитися смаком масла ТМ «Буринське» та сухим молоком, яке досить широко використовується в кондитерській та хлібопекарській галузі та мають високу якість й добрий смак.

Слід відмітити, що здійснення експортної діяльності неможливе без чіткої та налагодженої системи управління якістю продукції на підприємстві. Система управління якістю продукції представляє собою регламентований стандартами підприємства порядок регулювання виробничих процесів, що направлений на забезпечення необхідного рівня якості продукції при її розробці, виготовленні та експлуатації. Вона є невід'ємною частиною системи управління виробництвом та призначена для посилення впливу механізму управління на підвищення якості роботи та ефективність виробництва за рахунок концентрації зусиль на найбільш важливих на даний час, ключових трудових процесах та виробничих функціях

Наголосимо, що підприємство на експорт реалізує 43,93% товарної продукції. Продукція ТОВ «Буринський молокозавод» Буринського району Сумської області цілком конкурентна на африканському ринку на якому відсутні обмеження, що існують на інших ринках, насамперед ЄС. Наголосимо, що розширення експорту до країн Африки пов'язується з рівнем дипломатичних відносин між Україною та країнами континенту. На сьогодні Україна підтримує дипломатичні відносини на рівні Посольств з 11 країнами Африки, при 54 існуючих там державах. Слід відмітити, що найбільшу питому вагу в структурі експорту в 2019 р. займали Марокко та Алжир. З 2017 р. підприємство почало експортувати свою продукцію в Єгипет.

Наголосимо, що на підприємстві впроваджена система HACCP і система менеджменту якості відповідно до вимог ДСТУ ISO 9001-2009. У січні 2016 року підприємство сертифікувало систему управління безпечністю харчових продуктів і систему менеджменту якості на виробництво молока сухого відповідно до вимог європейських стандартів (LST EN ISO 22000: 2007, LST EN ISO 9001: 2008). Сертифікати відповідності було видано громадською організацією «LST SERT», м Вільнюс, Литва. Виробнича лабораторія підприємства акредитована на технічну компетентність відповідно до вимог ДСТУ ISO / IEC 17025.

У 2017 році був отриманий сертифікат HAS 23000 (Halal Assurance System) від організації LPPOM MUI для реалізації сухого знежиреного молока в мусульманські країни. Крім того, в 2017 році пройдено 2-й етап сертифікаційного аудиту системи менеджменту безпеки харчових продуктів на відповідність міжнародним вимогам по схемі FSSC 22000.

Для того, щоб мінімізувати ризики при виході на зовнішній ринок, доцільно взяти курс на переоснащення та модернізацію виробництва та впровадження новітніх технологій у виробництві молокопродуктів, що підприємство і зробило, модернізувавши свої виробничі лінії.

При продажі сухого знежиреного молока та вершкового масла важливо розуміти, що основні конкуренти – це Нова Зеландія та країни ЄС. Тому цей бізнес для українських виробників може буде сезонним через брак сировини і високі ціни на неї взимку. Проте ринок для продажів сухого молока досить перспективний.

Для просування своєї продукції потрібно відвідувати найбільші виставки, а саме: Anuga в Кельні (Німеччина), SIAL (в Парижі, Франція), Gulfood Show, яка щорічно проходить в Дубаї. Gulfood є найважливішою подією в галузі торгівлі для саудівського агробізнесу. Щороку більше 4,5 тис. саудівських компаній відвідують цей захід.

Ринки Грузії перебувають у фокусі Експортної стратегії України: Дорожня карта стратегічного розвитку торгівлі 2017 – 2021 роки. 1 лютого 2018 року Україна стала повноправним членом Регіональної Конвенції Пан-Євро-Мед. Тому нами пропонується, що б керівництво ТОВ «Буринський молокозавод» звернуло увагу на новий та неосвоєний для підприємства ринок.

Як висновок, можна відмітити, що при виході підприємства на ринок Грузії потрібно мати сертифікати СТБ ІСО 9001-2015. Цей державний стандарт є ідентичним перекладом міжнародного стандарту ISO 9001:2000 Quality management systems – Requirements. Технічним комітетом, відповідальним за цей стандарт, є ТК 93 «Управління якістю і забезпечення якості». Підприємство даний стандарт має, а тому ТОВ «Буринський молокозавод» може розглядати цей ринок як перспективний для своєї продукції.