

**ЗОВНІШНЯ ТОРГІВЛЯ: ПРОБЛЕМИ, ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ
ПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ
(НА ПРИКЛАДІ ТОВ «МАРЕВЕН ФУД ЄВРОПА»
М. БІЛА ЦЕРКВА КИЇВСЬКОЇ ОБЛАСТІ)**

Анотація. У доповіді розкрито суть, зовнішні та внутрішні проблеми підприємств при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності, з якими стикаються сучасні переробні підприємства в процесі експортно-імпортової діяльності. Досліджена зовнішньоекономічна діяльність ТОВ «МаревенФуд Європа» та сформовано шляхи подолання проблем.

Україна – країна, яка є інвестиційно привабливою. Родючі чорноземи, сприятливі природно-кліматичні умови, відносно дешева робоча сила, всі ці фактори сприяють тому, що можна вирощувати широкий спектр продукції. Тому, на сьогоднішньому ринку велика кількість харчових підприємств які мають частку іноземних інвестицій, а вони присутні у молокопереробній м'ясопереробній, плодоовочевій галузях, тощо.

Яскравим прикладом є - Компанія «Маревен Фуд Європа», дочірнє підприємство міжнародного холдингу «Маревен ФудХолдінгс Лімітед» зі 100% в'єтнамо-японським капіталом, спеціалізується на виробництві широкого асортименту продуктів харчування швидкого приготування. Підприємство знаходиться в м. Біла Церква Київської області, функціонує на вітчизняному ринку з 2011 року, на якому сьогодні працює близько 500 осіб.

Маревен – це міжнародна Група компаній Mareven FoodHoldings (Сургус), яка спеціалізується на прямих інвестиціях в інфраструктурні проекти з виробництва продуктів харчування. Акціонери Групи мають успішний досвід реалізації інвестиційних проектів в більш ніж 70 країнах світу.

ТОВ «Маревен Фуд Європа» – це дочірнє підприємство Mareven Food Holdings. Життєдіяльність компанії забезпечують близько півтисячі співробітників, які виготовляють і реалізують продукцію в Україні, а також країнах Європи, Близького Сходу та Африки.

За роки своєї діяльності ТОВ «Маревен Фуд Україна» не одноразово отримували дипломи «Кращий роботодавець», золото у престижній номінації «Експортер року» Національного Бізнес Рейтингу.

Продукція підприємства випускається під торговельною маркою «Роллтон».

ТМ «Роллтон» - це прості, якісні, доступні за ціною і зручні продукти: вермішель та локшина швидкого приготування, картопляне пюре, яєчна локшина швидкого варіння та універсальні приправи.

Продукція ТОВ «Маревен Фуд Європа» представлена не тільки в Україні, а експортується в 33 країни світу, в трьох частинах світу - країни Європи, Близького Сходу та Африки. [6]

Високий рівень концентрації на світовому ринку роздрібної торгівлі харчовими продуктами, послуг харчування та виробництва харчових продуктів означає, що український сектор повинен зосередити зусилля на продажі своєї продукції через основні канали дистрибуції, якщо він бажає суттєво впливати на ринок. Саме великі дистрибутори вимагають дотримання певних умов: формування значних за обсягом партій продукції, гнучких умов та цін, а також стислих термінів виконання замовлень на постачання.

Для забезпечення престижності та популяризації підприємства, отримання якомога більших прибутків, виробники харчових продуктів зі свого боку прагнуть налагодити стабільне безперебійне постачання необхідних напівфабрикатів та інгредієнтів, готових виробів на підставі 10–річних інвестиційних планів. Досліджуване підприємство не є винятком, Департаментами розроблено чіткий стратегічний план по експорту продукції, де чітко вказані строки постачання. При чому орієнтація на зовнішні ринки здійснюється під кожен окрему країну індивідуально, враховуються

національні традиції країни, що регламентуються строками поставок, а це і святкові дні, сезон відпусток, тощо.

Зростаючий рівень гігієнічних вимог та стандартів безпеки харчових продуктів означає, що виробники харчової та переробної промисловості на усіх ділянках ланцюга створення вартості продукції повинні мати належні системи забезпечення якості, щоб їхня продукція була прийнятною для експортних ринків.

Продукція ТМ «Роллтон» виготовляється із високоякісної української та європейської сировини з використанням сучасних технологій на японських, європейських лініях. У «Маревен Фуд Європа» впроваджені міжнародні стандарти якості та харчової безпеки продукції ISO 9001: 2008, ISO 22000: 2005, IFS Food v6, Halal, використовувані найбільшими світовими лідерами харчової промисловості. На підприємстві дотримуються норми харчової безпеки на всіх етапах виробничого процесу і контролюється весь ланцюжок – від виробництва сировини до споживання готової продукції. Витрати на контроль якості на підприємстві враховані у бізнес–моделі виробництва. [6]

У контексті якості підприємство пропонує ЄС низку продуктів, які відповідають наведеним вимогам, а це картопляні вироби швидкого приготування, макаронні вироби традиційного приготування, макаронні вироби швидкого приготування, приправи універсальні. Проте, виробник постійно відстежує рівень викидів CO₂, вся продукція відповідає новітнім вимогам пакування продукції та застосовуються альтернативні варіанти пакування «під замовника».

Зростаюча популярність здорової їжі та органічних харчових продуктів означає, що українські виробники, які бажають працювати у відповідному сегменті, повинні слідувати цьому тренду та належним чином адаптувати свої рецепти і асортимент (наприклад, знижувати вміст жирів та пропонувати продукти безпечні для споживачів, які страждають на алергію), а також активізувати використання механізмів сертифікації органічного виробництва та/або обігу органічної продукції на відповідність вимогам законодавства із

залученням акредитованих організацій. «Маревен Фуд Європа» дбайливо ставиться до навколишнього середовища. Компанія працює з новітнім сертифікованим обладнанням, яке мінімізує відходи від виробництва. На всіх фабриках Маревен здійснюється роздільний збір сміття. Підприємство відправляє на переробку 90% всіх відходів: пластика, пакувального картону, стрейч-плівки, металізованої упаковки, в тому числі 100% харчових відходів. Також з 2014 року компанія втілює в життя проект енергозбереження, будуючи нову котельню, яка працює без використання газу. [5, с 45]

Але головний компонент якісних макаронних виробів – українське борошно вищого ґатунку, яку поставляють локальні агропідприємства. Здійснюється співпраця лише з відповідальними виробниками, оскільки внутрішні вимоги Компанії до якості сировини суворіше діючих офіційних стандартів. Це гарантує натуральність всіх інгредієнтів і чудовий смак продукції, що випускається.

Зростаюча увага до екологічних аспектів з боку споживачів означає, що велика кількість торговельних мереж бажають купувати продукцію поблизу та доставляти її автомобільним транспортом. Логістична система ТОВ «Маревен Фуд Європа» передбачена так, що для перевезення своєї продукції, компанія використовує транспортні засоби відомих спеціалізованих, логістичних компаній. [6]

При здійсненні зовнішньоекономічної діяльності багато підприємств стикаються з такими внутрішніми проблемами, як комунікаційні, транспортні, взаємо узгодженість між підрозділами стосовно доставки, якості сировини та інші. Також серед проблем внутрішнього характеру можна виділити ще й такі як:

- низький рівень визнання та невисокий імідж українських підприємств;
- низька конкурентоспроможність продукції вітчизняного виробника, що більшою мірою зумовлена недостатнім рівнем якості в порівнянні з іноземними аналогічними товарами;

– недостатня кваліфікація персоналу, зайнятого в управлінні зовнішньоекономічної діяльності;

– нестабільна воєнна ситуація в країні, яка спричинила гальмування розвитку економіки, політики та втрату зв'язків з іноземними інвесторами.

І не минучі зовнішні - це митні, мовні бар'єри, сертифікація та стандартизація продукції, транспортно-логістичні та інші.

Серед зовнішніх факторів можна виділити такі як:

– неефективність державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності;

– нестабільність законодавства в цілому, стосовно здійснення зовнішньоекономічної діяльності;

– політична та економічна нестабільність в державі;

– втрата зовнішньоекономічних зв'язків з Російською Федерацією, оскільки Росія багато років була стратегічним зовнішньоторговельним партнером України, частка якої становить 21,1% в українському експорті та 28,0% українського імпорту. Найбільшими партнерами з експорту також були: Туреччина, Китай, Німеччина, Польща, Білорусь; Казахстан, Італія, Індія. [4, с 67]

За оцінками експертів Всесвітнього економічного форуму, проблеми, з якими стикаються українські експортери, — це відсутність доступу до торгового фінансування, недостатній рівень технологій виробництва і навичок персоналу, труднощі у визначенні потенційних ринків і покупців, невідповідність продукції міжнародним технічним вимогам і стандартам, а також проблеми доступу до імпортних ресурсів, необхідних для виробництва. Насамперед, експортерам слід підвищити ефективність власного бізнесу. [7]

Існуючі проблеми зовнішньоекономічної діяльності в Україні, потребують здійснення суттєвих змін та впровадження в економіку країни прогресивних, сучасних, інноваційних заходів, які б дали можливість вийти на новий рівень розвитку як міжнародних відносин, так і країни в цілому. Для того, щоб принципово змінити ситуацію, достатньо лише навести лад у системі

державного регулювання експортних процедур, прибрати бюрократичні бар'єри, створити дійсно рівні для всіх умови. Стратегічно важливим також є розвиток інфраструктури з урахуванням потреб міжнародної торгівлі. І не тільки розвиток терміналів та мережі доріг, але і транспортних послуг — дистрибуції, логістики, страхування, а також політичних, юридичних і фінансових умов надання цих послуг [2, с 17].

Підприємства Європейської спільноти, випускають конкурентоспроможну продукцію, виходячи на зовнішні ринки та отримують світове визнання, мають стабільно високі прибутки, це саме те, до чого наші організації повинні прагнути в своїй діяльності. Адже досягти позитивних результатів можливо тільки застосовуючи передовий світовий досвід та правильні управлінські стратегії розвитку підприємства.

Подолання проблем на ТОВ «Маревен Фуд Європа» здійснюється шляхом взаємодії усіх підрозділів підприємства, контролем збоку посадових осіб за діяльністю всіх служб та Департаментів, своєчасне виявлення та усунення проблем різними шляхами.

Отже, подальший розвиток економіки України повинен бути пов'язаним з тією економічною стратегією, яка орієнтована на розвиток зовнішньоекономічної діяльності, експортно орієнтованих галузей та підприємств, підвищення конкурентоздатності продукції національних виробників. Україна повинна зайняти своє гідне місце в інтеграційних об'єднаннях, особливо в рамках ЄС.

Література:

1. Кириченко О.А. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: Навч. посіб. - 3-тє вид., перероб. і доп. - К.: Знання-Прес, 2013. - 384 с.
2. Коломацька С.П. Зовнішньоекономічна діяльність в Україні: правове регулювання та гарантії здійснення: Навч. посіб. / С.П. Коломацька – К.: Професіонал, 2014.

3. Михайлишин Л.І. Вектори інтеграції України в ЄС чи СНД / Л.І.Михайлишин // Науково-інформаційний вісник: «Економіка», 2013. – №3. – с.172-181.

4. Міністерство економічного розвитку торгівлі України. Секторальна експортна стратегія 2019-2023 [Електронний ресурс]. – Режим доступу:file:///C:/Users/asus/Downloads/Food_and_Beverages_Sector_UKR_fin_1809%20(2).pdf

5. Шкурупій О.В. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://libfree.com/128619811-ekonomikazovnishnoekonomichna_diyalnist_pidpriyemstva_shkurupiy_ov.html

6. Офіційний сайт ТОВ«МаревенФуд Європа» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://mareven.ua/>

7. Всесвітній економічний форум. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:<https://www.d w.com/uk/ всесвітній-економічний-форум/t-18994587>