

-прогресуючу можливість здійснення пакетних та контейнерних перевезень.

**Висновки.** Логістичний сектор в Україні відрізняється неконсолідованістю. Це бізнес великої кількості відносно невеликих компаній з достатньо обмеженими ресурсами. До прикладу, оборот найбільших українських операторів складає менш ніж 100 млн дол., а європейські логістичні компанії в середньому мають оборот в приблизно 1 млрд євро.

Налічується приблизно 4000 компаній, що займаються вантажоперевезеннями та транспортним експедитуванням, це подавляюча більшість. Фірми, які визначають себе як такі, що спеціалізуються на наданні послуг з аутсорсингу логістики, складають не більше 1% - примітна характеристика існуючого рівня цього сегменту логістичного ринку. У світі ж, навпроти, даний сегмент дуже розвинений. За оцінкою експертів, до 2008 р. Американські компанії передадуть на аутсорсинг близько 56% витрат на логістику, компанії Західної Європи та АТР – 81% і 60% відповідно.

Таким чином, можна помітити, що українські оператори працюють на великому, зростаючому ринку транспортно-експедиційних послуг, а логістичний аутсорсинг до цих пір не переріс рамки ніші. Однак є всі підстави вважати, що в найближчі роки цей ринок буде стрімко розвиватися. Питання тільки в тому, коли почнеться помітний ріст.

Навідміну від українських, серед західних компаній можна чітко виділити три типи.

До першого відносяться **логістичні оператори, що орієнтовані на галузеву пропозицію фірмам**, що перш за все мають потребу в широкій дистрибуції товарів (сектор B2C) чи вибудовуванні ланцюгів постачань (сектор B2B), що пропонують комплексні послуги, що гнучко підлаштовуються під запити клієнта, і відрізняються найбільшим ступенем інтеграції з ним. До таких можна віднести FM Logistic, Exel, Ceva Logistics та ін. Другий тип – переважно експедиційні компанії, що надають широкій спектр простих послуг з транспортування товарів, в першу чергу для промислових підприємств; головним їх пріоритетом є географічна експансія. Приклади – Schenker, Kuehne&Nagel. Для компаній обох типів власні активи не є основою бізнесу (власний парк забезпечує не більше 10% виручки). Третій менш розповсюджений тип – **вузькоспеціалізовані компанії**, що зайняті в сегментах, робота в яких пов'язана з володінням власними активами (наприклад, фірми, що спеціалізуються на перевезенні негабаритних вантажів, морські контейнерні лінії і т.д.: Moller-Maersk Group та ін.)

Зараз основні напрями в конкуренції і розвитку будуть: строки поставок, регіони охоплення, наявність складів, оснащеність складів, розташування складів, спектр послуг, що надаються.

#### *Література*

1. Бауэрске Д.Д., Клосс Д.Д. Логистика: интегрированная цепь поставок. - М.: ЗАО "Олимп-бизнес", 2005р.
2. Гаджинський А.М. Основні методи та моделі логістики. – М.:2005.
3. Логистика: Учебник / Под ред. Б. А. Аникина: 3-е изд. – М.: Инфа-М. – 2005р.
4. Журнал «Дистрибуція і логістика», №2, 2010р.
5. Горбенко О.В., Пильченко А.О. «Розвиток діяльності логістичних провайдерів в Україні», - Управління проектами, системний аналіз і логістика., К.: - НТУ, № 6, 2009р.

УДК: 656.13

### **АНАЛІЗ ВПЛИВУ МИТНОГО РЕГУЛЮВАННЯ НА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ, «ПРОВАЙДЕРІВ» ЛОГІСТИЧНИХ ПОСЛУГ У 2009 РОЦІ**

**Горбенко О.В., кандидат економічних наук**  
**Грушецький В.С.**

Мета будь-якого підприємства – це максимізація прибутку, а не лише збереження його на сталому рівні. Задля досягнення цієї мети здійснюють вплив різних факторів: зовнішніх, внутрішніх. Відповідно аналіз наявності та рівень впливу цих факторів, а також застосування до них адекватних рішень забезпечує менеджменту підприємства певну стабільність функціонування навіть за ринкових умов, які характеризуються швидкими змінами. В даній статті, проведено загальний аналіз впливу митного регулювання в 2009 році на з боку податкових та митних органів влади на діяльність підприємств логістичної системи.

**Актуальність проблеми** підтверджують делегати – представники вітчизняних логістичних

компаній, а також представники митної служби України, юристи з даних питань. Весь 2009 рік підприємства транспорту й не тільки функціонували при доволі складних умовах впливу кризових явищ світової економіки, сталий до того рівня розвиток вітчизняного ринку «провайдерів» логістичних послуг. Під даними типом «провайдерів» розуміють підприємства транспорту, що надають послуги доданої вартості (переупакування, маркування, адресне збереження, формування акційних пакетів, тощо). Відповідно оскільки логістичні провайдери дотичні до процесів що відбуваються у всіх галузях економіки, то податкові надходження з їх прибутку є доволі значними для поповнення вітчизняного бюджету.

**Проблеми** сучасних взаємовідносин підприємств логістичної системи та митних органів влади полягали у наявності певних тенденцій.

Більш ретельний контроль митної вартості. Керівництво митної служби заявляє контроль над митною вартістю в якості одного з пріоритетних напрямків.

Внесено зміни до нормативних актів Державної митної служби, доопрацьовані рекомендації для окремих видів товарів, враховуються напрацювання європейської митниці.

Необхідно відзначити що разом з сучасними аналітичними процедурами, як і раніше використовуються закриті інформаційні бази, дані в яких не завжди відповідають економічним реаліям.

Апеляційне оскарження рішень щодо перегляду митної вартості залишається малоефективним.

Масова кампанія по включенню роялті (ліцензійних платежів) до митної вартості. Актуальною залишалася для українських дочірніх компаній міжнародних корпорацій. традиційна схема їх роботи: закупівля товарів у спорідненій компанії за ціною заводу-виробника, перерахування частини доходів від їх продажу у формі роялті за використання торгових марок. Роялті встановлюється, як правило, у відсотку від обсягів продажу, або у твердій сумі з одиниці товару.

Це також актуально для українських дистриб'юторів програмного забезпечення, аудіо-та відеозаписів, для телеканалів, прокатних агентств, інших компаній, які імпортують об'єкти авторського права.

Відповідно до Митного Кодексу, роялті включаються до митної вартості імпортованих товарів, якщо їх сплата є умовою закупівлі товарів (тобто, якщо без виплати роялті, придбати товари на таких умовах неможливо). До 2008 року ця норма практично не працювала.

З початку 2008 року митна служба розгорнула кампанію з включення роялті в митну вартість. Лист Державної митної служби (ДМС) з цього питання випущено в грудні 2008 р., після чого активізувалася робота громадських організацій (Європейська бізнес асоціація, Американська торгово-промислова палата).

Оскільки існують безліч неврегульованих питань: механізм розподілу роялті за окремими ВМД, процедуру та терміни коригування, необхідність сплати штрафів (в т.ч. за останні три роки).

Посилення митного пост-аудиту. На початку 2008 року була затверджена процедура проведення аудиту і почалися активні перевірки. До цього часу митні органи мали право здійснювати перевірки, але користувалися їм дуже рідко, в основному відносно імпортерів, у яких товари не були випущені у вільний обіг.

Технічний рівень перевірок - це те, що сповільнює їх. Причина банальна - нестача кваліфікованого персоналу. У порівнянні з податковою службою, не вистачає напрацьованих методик. Курйозні ситуації - перевіряючі не здатні обробити великі масиви даних і звертаються по допомогу до підприємства.

Перевірки спрямовані, в т.ч., на минулі періоди. Під удар потенційно потрапляють імпортерські поставки за останні три роки - термін позовної давності для податкових порушень. Як наслідок, зростає значення такої одиниці як фахівець з митного оформлення (не тільки митні брокери, але і зовнішні консультанти, розширення сфери контролю податкового менеджера або створення окремої посади з управління митними ризиками).

То того ж існує гостре питання штрафних санкцій за недоплату митних платежів. Це доволі дискусійне питання. Думка ряду консультантів зводиться до того, що «митники» не мають права застосовувати санкції, тому що несуть відповідальність за якісну перевірку документів під час митного оформлення. Думка самої митниці - штрафи застосовуються за аналогією з податковими перевітками, тобто до 100% суми недоплати. А от відповідної судової практики все ще немає. Альтернатива спору - самостійне виправлення помилок, сплата 5% штрафу.

Проблемне питання - визнання податкового кредиту з ПДВ, донарахованих в результаті перевірок або самостійного виправлення помилок. На початку 2009 року розроблена форма

коригування до митної декларації, але на практиці з її використанням виникають складнощі. Без коригування митної декларації у податкових органів є формальні підстави відмовити у податковому кредиті.

Остаточна відмова від податкових векселів для сплати ПДВ. Формально законодавство, як і раніше містить норми, що дозволяють випускати векселі і таким чином домагатися 30-денного відтермінування у сплаті імпортного ПДВ, а у деяких випадках уникати грошової сплати ПДВ. З початку 2008 р. фіскальні органи і Міністерство фінансів виробили узгоджену позицію щодо того, що випуск векселів суперечить Закону про Державний бюджет.

Цікавою була ситуація з 13% надбавкою до імпортного мита (початок 2009). Парламент зробив кілька спроб затвердити закон, в процесі змінюючи сферу дії надбавки і порядок її застосування. Підписавши останню версію закону, Президент одночасно звернувся до Конституційного суду. Кабінет Міністрів невдовзі після початку дії надбавки скасовує її для більшості товарних позицій. При цьому не дотримуються ані термінів, ані процедури, визначених законом. ДТС, тим не менше, підтверджує свою готовність виконувати рішення КМУ. Для імпортерів, які встигли заплатити 13% надбавку, повернення податку не передбачено.

Різке підвищення акцизів (січень і квітень 2009). З початку 2009 року парламент двічі підвищував ставки акцизу на тютюнові вироби, алкогольні напої та нафтопродукти. Спочатку планувалося поетапне підвищення ставок протягом півтора року, але згодом було прийнято рішення перейти до нових ставок вже в 2009 році.

Було зроблено спробу скасувати давальницькі схеми переробки для всіх видів продукції (початок 2009). Давальницька схема переробки дозволяє не сплачувати ПДВ і мита на імпортну сировину, за умови, що готова продукція експортується. Стосовно продукції, що імпортується, податки сплачуються тільки після її випуску на ринок. Активно використовується в текстильній індустрії, а також деякими високотехнологічними підприємствами.

Закон про подолання наслідків кризи в АПК містив норму, що припиняє дію закону про давальницьку сировину. За твердженням деяких фахівців, норма була внесена помилково. Тим не менше, парламент затвердив закон в такій редакції. Стаття про давальницьку переробку була виключена із закону в результаті застосування президентського вето.

Заборона на включення у витрати на мерчандайзинг, бонусних виплат дистриб'юторам. Практика багатьох українських компаній передбачає виплату додаткової винагороди дистриб'юторам і торговельним мережам в залежності від результатів продажів, термінів оплати та інших подібних факторів. У більшості випадків ці платежі в документах фігурують не як знижки, а як плата за різного роду послуги (маркетинг, мерчандайзинг), або як бонуси.

У серпні 2008 р. ДПА видала лист, згідно з яким бонуси являють собою «безоплатну фінансову допомогу» і не відносяться до складу валових витрат підприємства. За плату за мерчандайзинг ДПА послідовно займала несприятливу позицію. На її думку, у підприємства немає економічних підстав нести витрати по товарах, які йому більше не належать.

Насамкінець, ще з 2009 року Україна приєдналася до угоди про адміністративну допомогу в податкових справах. Це означає, що українські податкові органи можуть робити запити інформації про іноземні компанії (наприклад, в Нідерландах, Великобританії), якщо існує підозра про їхню участь у схемах податкової мінімізації.

**Висновки.** В 2009 році вітчизняні митні та податкові органи влади зіткнулись з проблемою різкого падіння податкових надходжень. Основними причинами були: 1) входження України до Світової спільноти ВТО, як наслідок – зниження ставок імпортного мита за багатьма позиціями Митного тарифу, а також скасування стандартного митного збору, 2) світова економічна фінансова нестабільність, як наслідок – курсові втрати, значне зниження продажів, перехід підприємств-імпортерів на не прозорі схеми імпорту.

Відповідно, як наслідок, для захисту національних інтересів, державні органи вдалися до більш жорстких кроків – посилення фіскального тиску на підприємства.

Деякі з нововведень дійсно є ефективними – наприклад, пост-аудит, проте багато самі митні органи зіткнулися з проблемою низького рівня власних професійних кадрів, через що не можливо здійснювати все зазначені кроки. В той же час деякі з цих кроків є доволі дискусійними – як наприклад, заборона до внесення плати за мерчандайзинг до складу витрат. І відповідно це потребує більш глибокого аналізу та удосконалення.

#### *Література*

1. Тези доповідей Загальноукраїнського логістичного форуму «Ефективна логістика, як засіб оптимізації», Київ, 2009. – 127 с.