

О.М. КИРИЧЕНКО,

к.е.н., доцент кафедри менеджменту і адміністрування,
Навчально-наукового інституту економіки і управління НУХТ

Удосконалення організацією імпорتنих операцій в міжнародній діяльності фірми

У статті досліджено розвиток теоретичних, методологічних підходів та побудови моделей управління імпортними операціями, розглянута схема розробки та реалізації імпоротної стратегії підприємства. Визначена доцільність удосконалення організації імпорتنих операцій в сучасних ринкових умовах господарювання.

Ключові слова: імпортні операції, дослідження, імпортна стратегія, моделі управління, розвиток, зовнішній ринок.

О.Н. КИРИЧЕНКО,

к.э.н., доцент кафедры менеджмента и администрирования,
Учебно-научного института экономики и управления НУХТ

Совершенствование организации импортных операций в международной деятельности фирмы

В статье исследовано развитие теоретических, методологических подходов и построения моделей управления импортными операциями, рассмотрена схема разработки и реализации импортной стратегии предприятия. Определена целесообразность совершенствования организации импортных операций в современных рыночных условиях хозяйствования.

Ключевые слова: импортные операции, исследования, импортная стратегия, модели управления, развитие, внешний рынок.

O. KYRYCHENKO,

Associated Professor of Management and Administration Department, Education and Scientific,
Institute of Economics and Management, National University of Food Technologies

Improving the organization of import operations in international firm activity

The article deals with the development of theoretical, methodological approaches and construction of models of management of import operations, the scheme of development and implementation of the import strategy of the enterprise is considered. The expediency of improving the organization of import operations in modern market conditions of management is determined.

Keywords: import operations, research, import strategy, management models, development, external market.

Постановка проблеми. В умовах глобалізації міжнародних ринків та швидкого розвитку усіх сфер суспільства, відбувається велика кількість комплексних процесів, що безпосередньо чи опосередковано впливають на діяльність підприємства. Такий розвиток несе в собі значні можливості та шляхи для розвитку бізнесу, проте, в той же час може утворювати проблеми для розвитку підприємницької діяльності. Збільшується ступінь невизначеності майбутнього розвитку, складність вибору способів і шляхів ведення підприємством успішної діяльності та досягнення поставлених цілей.

Дослідження особливостей управління імпортною діяльністю підприємств на міжнародних ринках є актуальною проблемою, так як зростає

міжнародної конкуренції вимагає та запровадження сучасних методів і систем менеджменту на вітчизняних підприємствах з метою підвищення їх конкурентоспроможності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Різні аспекти міжнародної торгівлі вивчали відомі зарубіжні та вітчизняні вчені.

Серед зарубіжних науковців та практиків, які здійснили внесок у дослідження проблем зовнішньо-економічної діяльності та стимулювання експортно-імпорتنих операцій, можна назвати таких вчених як: Джонсон Т., Коуз Р., Леонтьев В., Мілль Д., Олін Б., Познер Р., Портер П., Рікардо Д., Робінс С., Сміт А., Хейліер М., Хекшер Е., Шумпетер Й та багато інших.

Різні аспекти експортно–імпоротної діяльності та їх економічне обґрунтування, дослідження митно–тарифного регулювання та інтеграційних процесів, знайшли своє відображення у наукових працях таких вітчизняних вчених як: Андрійчук В.Г., Багрова І.В., Бережнюк І.Г., Волкова І.А., Гребельник О.П Іващук І.О., Козак Ю.Г., Козик В.В., Коломієць І.Ф., Кредісов А.І., Мец В.О., Нижник В.М., Новицький В.Є., Орловська О.В., Пирожков С.І тощо. Проте, недостатньо розроблені сучасні особливості організації та стимулювання експортно–імпоротної діяльності (зокрема, імпорتنих операцій) в умовах членства в СОТ та ратифікації Угоди про Асоціацію між Україною та ЄС, після чого цей головний документ, який характеризує співпрацю між Україною та Європейським Союзом на бере чинності. Недостатньо висвітлені питання розробки та реалізації стратегії імпорту, а також шляхи впровадження даної стратегії на малих підприємствах, які мають специфіку діяльності.

Мета статті полягає у визначенні моделей управління імпортними операціями підприємства в умовах впливу зовнішнього середовища, дослідження схем розробки та реалізації стратегії імпорту підприємства, надання пропозицій щодо вирішення проблем організації імпорту на підприємствах з метою забезпечення підвищення економічної ефективності імпоротної діяльності та зростання конкурентоспроможності.

Виклад основного матеріалу. Для дослідження розвитку імпорту у складі зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД) підприємства розглянемо визначення поняття імпорту.

Імпорт – придбання (у тому числі з оплатою в не грошовій формі) українськими суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності в іноземних суб'єктах господарювання товарів (робіт, послуг) із ввозом чи без ввозу таких товарів (робіт, послуг) на територію України, включаючи покупку товарів, призначених для власного споживання установами й організаціями України, розташованими за її межами. Або за методологією вітчизняної статистики: імпорт товарів – це митний режим, відповідно до якого іноземні товари після сплати всіх митних платежів, установлених законами України на імпорт цих товарів, та виконання всіх необхідних митних формальностей випускаються для вільного обігу на митній території України.

Реімпорт – митний режим, відповідно до якого товари походженням з України й вивезені за

межі митної території України відповідно до митного режиму експорту не пізніше встановленого законодавством строку увозяться на митну територію України для вільного обігу.

Управління імпортними операціями підприємства здійснюється з огляду на результати аналізу ринкової ситуації та тенденції її зміни, а також з урахуванням ймовірної реакції ринку на рішення, що приймаються керівництвом компанії [6, с. 106].

Аналіз динаміки імпорتنих операцій в Україні у січні – травні 2017 року свідчить про поступове зростання обсягів імпорту у помісячному вимірі (див. рисунок).

У січні–травні 2017 р. експорт товарів становив 17242,1 млн дол. США, імпорт – 18572,2 млн дол. Порівняно із січнем–травнем 2016 р. імпорт збільшився на 28,6% (на 4135,7 млн дол.) проти експорту – на 25,9% (на 3550,6 млн дол.). Негативне сальдо становило 1330,1 млн дол. (у січні–травні 2016 р. також негативне – 745,0 млн дол.). Коефіцієнт покриття експортом імпорту склав 0,93 (у січні–травні 2016 р. – 0,95).

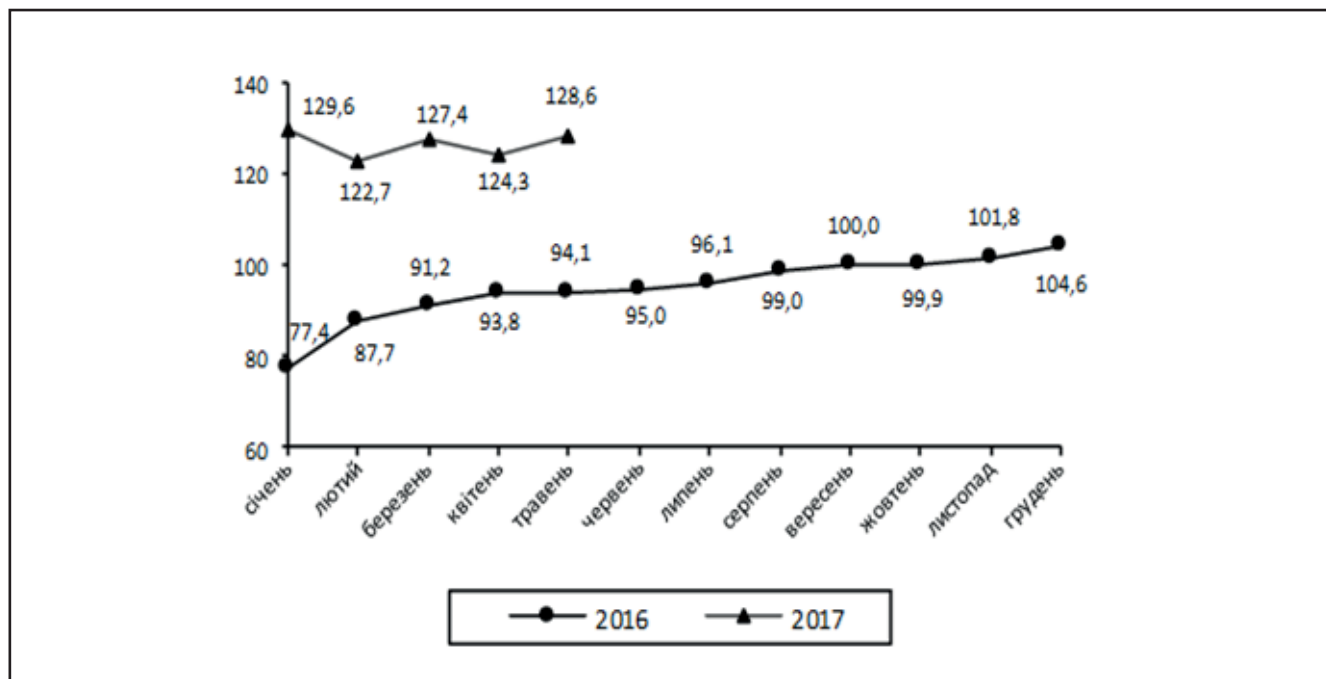
В той же час аналіз динаміки імпорту України у середньостроковому періоді свідчить про значне падіння обсягів (на 53,7%) у 2016 році проти 2012. У поточному році рівень 2012 року за обсягом імпорتنих операцій поки що не подолано. Це становище демонструє наслідки економічної кризи та наступні військово–економічні випробування.

Основними статтями українського імпорту залишаються мінеральні продукти, машини, обладнання та механізми; електротехнічне обладнання, продукція хімічної та пов'язаних з нею галузей промисловості тощо. Все вищевикладене свідчить, що планування зовнішньоторговельних операцій (зокрема імпорتنих) здійснюється приблизно, без належної розробки сучасних стратегій імпорту.

У результаті аналізу управління імпортними операціями підприємства необхідно розробити рекомендації щодо удосконалення імпоротної діяльності на базі дослідження основних напрямків розвитку з огляду на існуючий ресурсний потенціал підприємства [1].

Ефективне управління імпортною діяльністю підприємства передбачає прийняття та організацію виконання стратегічних рішень, зокрема:

- забезпечення виконання реалізації загальної стратегії таким чином, щоб на рівні поточної діяльності фірми забезпечувалося поетапне досягнення стратегічних цілей підприємства;



Темпи зростання (зниження) імпорту товарів (у % до відповідного періоду попереднього року, наростаючим підсумком)

Джерело: [2]

- охоплення всіх ключових аспектів, пов'язаних із здійсненням зовнішньоекономічної діяльності підприємства;
- орієнтація на успіх при реалізації імпортової діяльності;
- забезпечення відповідності процесів, що відбуваються на підприємстві, його загальному стратегічному напрямку розвитку як ззовні, так і всередині організації. [1].

У процесі розробки стратегії імпорту виділяють наступні основні стадії: визначення місії та цілей підприємства; оцінка факторів зовнішнього та внутрішнього середовища з використанням відповідного інструментарію; оцінка потенціалу підприємства; розробка та оцінка альтернативних імпортних стратегій; вибір імпортової стратегії, реалізація імпортової стратегії, аналіз і контроль реалізації імпортової стратегії на зовнішньому ринку.

Управління імпортними операціями передбачає розробку програми і планів діяльності підприємства для контролю за їх виконанням, а аналізу, обліку та оцінки ефективності самої стратегії. Одним із завершальних етапів реалізації імпорту є стратегічний контроль. Він покликаний виявляти помилки, сильні та слабкі сторони на різних етапах формування стратегії та координувати діяльність таким чином, щоб виправити ситуацію, яка

не відповідає стратегічним орієнтирам підприємства, та забезпечувати зворотній зв'язок.

Організацію імпортних операцій в Україні здійснює широке коло підприємств: великі фірми, муніципалітети, універмаги, ресторани, концерни, державні підприємства, а також суб'єкти малого і середнього бізнесу.

Для проведення операцій великі підприємства створюють імпортні відділи, що включають, як правило, два сектори – закупівельний і адміністративний.

У великих центрах, де переважно закуповується товар, засновуються постійні представництва.

В окремих країнах, що розвиваються, створені урядові організації, які займаються експортом або імпортом окремих товарів, котрі виробляються на державних підприємствах або скуповуються в окремих приватних осіб.

Слід відміти, що при здійсненні ЗЕД доцільно застосування засобів страхування валютних ризиків. Зниження валютних ризиків підвищують ефективність зовнішньоекономічних угод підприємств, але такі заходи не завжди використовуються вітчизняними підприємцями. Важливою умовою ефективною зовнішньоекономічної діяльності підприємств є мінімізація витрат на організацію та реалізацію зовнішньоекономічних операцій, оскільки саме вони займають значну частку усіх видатків. Підприємство, з метою досягнення

згоди з партнером щодо співпраці на вигідних для себе умовах, при укладенні контрактів має відстоювати свої інтереси. Від встановлених умов залежить, які витрати матиме підприємство [3].

Імпортна операція – комерційна діяльність, що пов'язана з закупівлею та ввезенням в Україну іноземних товарно–матеріальних цінностей для їх наступної реалізації на внутрішньому ринку або використання у виробничо–господарській діяльності.

До імпорتنих операцій відносяться:

- придбання товарно–матеріальних цінностей від іноземних постачальників на умовах комерційного кредиту;
- ввезення товарно–матеріальних цінностей або отримання послуг в порядку бартерних угод;
- ввезення товарів в рахунок централізованих імпорتنих закупок;
- придбання товарно–матеріальних цінностей та послуг з оплатою готівкою;
- отримання товарно–матеріальних цінностей та послуг в якості безоплатної допомоги тощо [1].

В залежності від виду операцій в Україні застосовуються різні способи обмеження імпорту: короткострокове обмеження імпорту, митний бар'єр, антидемпінгові мита.

Імпортна діяльність в Україні – це діяльність, що побудована на взаєминах між суб'єктом господарювання України й іноземним суб'єктом господарської діяльності й може проводитися як на території України, так і за її межами.

На сьогоднішній день у проведенні активної міждержавної інтеграційної політики питання про легальне ведення бізнесу як усередині держави, так і за його межами є досить актуальним. Успішність ведення справи на 50% залежить від того, як до нього підготуватися [4, с.122].

Наразі Україна отримала ратифіковану країнами ЄС «Угоду про асоціацію між Україною та ЄС», яка набирає чинності, та продовжую адаптацію законодавства України до права ЄС. Згідно з положеннями Розділу IV Угоди про асоціацію сторони підтверджують свої зобов'язання в рамках СОТ. В частині Зони вільної торгівлі (ЗВТ) (Розділу IV) Україна має зобов'язання, які набирають чинності:

- нетарифні заходи – одразу після набрання чинності Угодою (скасування експортних субсидій, інших еквівалентних заходів, надання режиму найбільшого сприяння);
- тарифні заходи – заходи перехідного характеру (згідно встановлених графіків – зменшен-

ня/анулювання ставок ввізних та експортних мит). Відповідно до зобов'язань в частині ЗВТ Україну очікує поступова лібералізація ринків по мірі наближення законодавства до права ЄС та міжнародних стандартів.

Україна є державою з перехідною економікою, що обумовлює деяку специфіку принципів управління, які мають застосовуватися. Слід зазначити, що вихід на зовнішній ринок та здійснення ЗЕД має бути ретельно сплановані, продумані та включати елементи передбачення на довгостроковий період.

Таким чином, експортно–імпортової діяльність є тісно пов'язаною зі стратегічним управлінням підприємством [8].

Стратегічний підхід до організації експортно–імпортової діяльності характеризується за рядом класифікаційних ознак, а саме: за рівнем управління (корпоративна, конкурентна, функціональна, операційна); за характером поведінки на ринку (активна, пасивна, активно–пасивна); за періодами реалізації (довгострокова, середньострокова, короткострокова); за функціональною ознакою (маркетингова, ресурсна, фінансова, інвестиційна, стратегія досліджень та розробок) [7, с.122].

Взагалі дослідження організації експорту чи імпорту підприємства в економічній літературі трактується в наступних аспектах: як складова процесу формування ЗЕД підприємства; як самостійний процес реалізації комплексу заходів щодо підготовки зовнішньоторговельної операції, укладання зовнішньоторговельного контракту, його контроль, виконання та припинення; як процес створення ефективної структури формування ЗЕД підприємства; як процес формування зовнішньоекономічної стратегії підприємства з урахуванням його потенціалу та особливостей розвитку зовнішнього середовища [5; 7, с.23–24].

Виходячи з цього, слід зазначити, що організаційний підхід до ЗЕД підприємства полягає в тому, що для удосконалення організації здійснення експорту та імпорту необхідно звертати увагу на всі елементи діяльності підприємства. Розглянемо вимоги до побудови імпорتنих операцій.

При організації імпорتنих операцій важливо приділяти увагу: пошуку більш вигідних постачальників; застосуванню засобів страхування валютних ризиків; організації потрібних строків поставки, їх періодичності, своєчасності, безперервності та правильному транспортуванню [5].

Підприємства, що тільки починають свою експортно–імпортової діяльність, частіше використо-

Загрози та можливості експортно-імпоротної діяльності

Загрози та можливості експортно-імпорتنних операцій			
	Можливості	Загрози	
Прямий експорт/ імпорт	<ul style="list-style-type: none"> – підприємство проводить експортно-імпортні операції незалежно; – самостійне регулювання експортно-імпортних операцій; – залучення своїх працівників, які знають специфіку підприємства; – більш тісні контакти з контрагентом; – краще знання кон'юктури ринку; – швидше пристосування своїх виробничих потужностей до потреб споживача 	<ul style="list-style-type: none"> – міжнародний поділ праці; – мінімальні зміни товарного асортименту підприємства та його структури; – мінімальні інвестиційні витрати та поточні грошові зобов'язання; – мінімальний ризик при вході на ринок та легкість виходу з ринку 	<p>підприємство самостійно:</p> <ul style="list-style-type: none"> – відповідає за отриманий результат; – шукає систему збуту з урахуванням всіх додаткових витрат, вивчає її сильні та слабкі сторони
Непрямий експорт/ імпорт	<ul style="list-style-type: none"> – потребує меншого обсягу капіталовкладень, оскільки підприємству не доводиться створювати за кордоном власний торговий апарат або налагоджувати мережу контактів; – підприємство менше ризикує; – налагодження зв'язків 		<ul style="list-style-type: none"> – нездатність самостійно регулювати та представляти експортно-імпортні операції; – обмежене залучення працівників підприємства до здійснення експортно-імпортних операцій

Джерело: [9, с.46].

вують непрямий імпорт. Вони віддають перевагу цьому варіанту з двох причин (див. таблицю). Оптовою реалізацією чи постачанням товару займаються посередники, які застосовують у цій діяльності свої специфічні професійні знання, уміння і послуги. Прямий експорт чи імпорт для підприємства передбачає прямий продаж або купівлю через власний торговий персонал. Він застосовується у випадку, коли легко визначити споживачів та постачальників або вони самі знаходять продавця чи покупця. Організація прямого експорту та імпорту може здійснюватися за допомогою: експортно-імпортного відділу, що вирішує всі питання з просування товару на зовнішній ринок або його купівлю; торгового представника, який відряджений за кордон, працює тільки на своє підприємство, добре знає товар, успішно купує чи просуває його на ринок; представництва, що являють собою команди, які постійно працюють за кордоном, головним завданням яких є укладання угод та контроль за їх виконанням.

Інтегрування в європейські структури бізнесу змінює не тільки вимоги до виробництва продукції на зовнішній ринок чи імпорту, а й підходи щодо управління окремими процесами виробництва. Під впливом інтеграційних вимог, лібералізації ринків та спрощення митних бар'єрів, вітчизняні підприємства повинні адаптуватись до змін, які відбуваються за результатами інтеграційних процесів, оскільки, для того, щоб успішно імпортувати чи експортувати продукцію на зо-

внішній ринок з урахуванням ускладнених умов конкуренції, важливим та досить актуальним є дослідження основних підходів та методів покращання експортно-імпоротної діяльності вітчизняних підприємств в системі євроінтеграції та усіх похідних правил співробітництва з закордонними партнерами. Через те, розвиток вітчизняних підприємств залежатиме від того, як успішно вони зможуть сформувати та побудувати свій механізм забезпечення експортно-імпоротної діяльності в умовах євроінтеграції.

Крім цього, донині проблемними залишаються процедури митного оформлення вантажів і здійснення митних платежів. Надалі залишається актуальною програма заміщення імпорту, та вдосконалення механізмів державного регулювання з метою забезпечити доцільність та вигоду виробляти в Україні власні товари.

Висновки

При виході підприємств на зовнішній ринок і здійсненні імпортних операцій необхідно розробляти та запроваджувати такі імпортні операції, які дозволяли би отримувати прибуток від реалізації товарів на внутрішньому ринку або задоволення власних потреб підприємства в товарах/послугах. Питання підвищення ефективності імпоротної діяльності фірми необхідно розглядати комплексно із визначенням основних стратегічних орієнтирів підприємства та оцінкою його можливостей при реалізації обраної імпоротної стратегії.

Список використаних джерел

1. Вінтоняк В. М. Управління імпортом операціями на підприємстві. – Тернопільський національний економічний університет, м. Тернопіль – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://int-konf.org/konf042013/207-vntonyak-v-m-upravlnnya-importnimi-operacyami-na-pdpriyemstv.html>

2. Державна служба статистики України. Офіційний веб-сайт. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

3. Маркетинг в управлінні зовнішньоекономічною діяльністю підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://kref.ru/info/marketing/19796/>.

4. Аранчій В.І. Фінансова стратегія у системі управління підприємством [Текст] / В.І. Аранчій, О.П. Зоря // Вісник Полтавської державної аграрної академії. Економіка. – 2010. – № 2. – С. 156–159.

5. Березін О.В. Стратегія підприємства [Текст] : навч. посіб. / О. В. Березін, М. Г. Безпарточний. – К. : Ліра-К, 2010. – 224 с.

6. Волкова І.А. Методика аналізу експортно-імпорتنних операцій в діяльності підприємств [Текст] / І.А. Волкова, І.В. Гірчук // Вісник ЖДТУ. Економічні науки. – 2010. – № 3 (53). – С. 53–55.

7. Козик В.В. Міжнародні економічні відносини: Навчальний посібник / В.В. Козик, Л.А. Панкова, Н.Б. Даниленко. – 6-те вид., стер. – К.: Знання, 2006. – 407 с. – (Вища освіта XXI століття)

8. Тошина Н. М. Концептуальний підхід до формування стратегії підприємства [Електр. ресурс] // Бізнес-навігатор. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Biznes/2010_2/2010/02/100222.pdf

9. Конев С.І. Механізм забезпечення експортно-імпоротної діяльності підприємств за умов членства України в СОТ. Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук. Хмельницький Національний Університет: Хмельницький – 2015, 254 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.khnu.km.ua/root/res/2-21-20-15.pdf

А.С. КОПСУН,

аспірант, Дніпропетровський державний аграрно-економічний університет

Аналіз тенденцій розвитку аграрних підприємств як потенційних лізингодержувачів

У статті здійснений аналіз тенденцій розвитку аграрних підприємств, а саме, представлені дані щодо кількості діючих господарюючих суб'єктів у сільському господарстві України та розподіл сільськогосподарських підприємств України за розміром сільськогосподарських угідь.

Проведено оцінювання динаміки зміни основних засобів виробництва в аграрному секторі економіки України, динаміки вартості основних засобів виробництва в економіці України, а також представлена структура основних засобів в сільськогосподарських підприємствах.

Ключові слова: аграрний сектор, лізингові відносини, основні засоби виробництва, господарюючий суб'єкт, структура основних засобів, динаміка основних засобів, динаміка вартості основних засобів.

А.С. КОПСУН,

аспірант, Днепропетровский государственный аграрно-экономический университет

Анализ тенденций развития аграрных предприятий как потенциальных лизингополучателей

В статье осуществлен анализ тенденций развития аграрных предприятий, в частности, представлены данные по количеству действующих хозяйствующих субъектов в сельском хозяйстве Украины и распределение сельскохозяйственных предприятий Украины по размеру сельскохозяйственных угодий.

Проведена оценка динамики изменения основных средств производства в аграрном секторе экономики Украины, динамики стоимости основных средств производства в экономике Украины, а также представлена структура основных средств в сельскохозяйственных предприятиях.

Ключевые слова: аграрный сектор, лизинговые отношения, основные средства производства, хозяйствующий субъект, структура основных средств, динамика основных средств, динамика стоимости основных средств.