

ЕКСПОРТНІ ОПЕРАЦІЇ: НАЙБІЛЬШІ ПРОБЛЕМИ ПРИ ЇХ ЗДІЙСНЕННІ ТА ШЛЯХ ДО РИНКУ

Ірина Волошан

Дослідження показало, що підприємства – експортери мають низку проблем при здійсненні експортних операцій та організації зовнішньоекономічної діяльності на підприємстві. Запропоновано загальну схему організації експортної діяльності на підприємстві, яка включає чотири етапи: планування, маркетингова стратегія, організаційний етап, ефективність експортних операцій. Розроблено складові та процедури до кожного етапу, реалізація яких дозволить відповісти на проблемні питання експортерів та спланувати експортну стратегію підприємства.

EXPORT OPERATIONS: THE MAJOR PROBLEMS OF THEIR IMPLEMENTATION AND WAY TO THE MARKET

Iryna Voloshan

Investigation showed that enterprises – exporters have a number of problems in the implementation of export operations and the organization of foreign economic activities at the enterprise. The general scheme of organization of export activity at the enterprise, which includes four stages of planning, marketing strategy, organizational stage, efficiency of export operations, is proposed. It will allow enterprises to assess their own capabilities and competitiveness, identify potential customers of products on international markets, plan the export strategy of the company, namely the channels for promotion and marketing of products, the terms of delivery, to make a package of legal, accounting and permit documents for export products. The components and procedures for each of the stages are developed, implementation of which will allow to answer the problem issues of exporters and to plan the export strategy of the enterprise for entering to the world markets.

В сучасних реаліях стану та розвитку української економіки міцно закріпилася тенденція існування від'ємного зовнішньоторговельного сальдо, обсяги якого стають дедалі катастрофічними. Зовнішньо-торгівельне сальдо (або сальдо торговельного балансу) – це показник міжнародної торгівлі, який визначається як різниця вартісних обсягів експорту та імпорту країни.

На зовнішніх світових ринках переважає жорстка конкуренція між країнами-експортерами щодо завойовування споживача та каналів збуту продукції, тому головним завданням нашої держави та всіх її інститутів стає розвиток та

удосконалення експортної діяльності українських підприємств, шляхом якісного удосконалення як товарної, так і географічної структури експорту, а також державних заходів його підтримки і стимулювання.

Метою дослідження є виявлення основних проблем підприємств – експортерів при здійсненні експортних операцій на світові ринки та визначення загальної схеми з організації експортної діяльності на підприємстві.

Ранжування найбільших проблем при здійсненні експортних операцій за результатами опитування учасників Всесвітнього економічного форуму та представників підприємств-експортерів Інститутом економічних досліджень та політичних консультацій наведено в табл. 1.

Таблиця 1

Найбільші проблеми при здійсненні експортних операцій

За результатами опитування учасників Всесвітнього економічного форуму [1]		За результатами опитування представників підприємств Інститутом економічних досліджень та політичних консультацій [2]	
Визначення потенційних ринків та покупців	16,7%	Неефективний чи не прозорий механізм відшкодування ПДВ	16,3%
Труднощі в задоволенні вимог щодо якості/кількості покупців	11,3%	Значний рівень бюрократизації митних процедур	15,9%
Доступ до ресурсів для фінансування торгівлі	11,3%	Велика кількість дозвільних документів для експорту	14,4%
Технічні вимоги та стандарти	9,8%	Непередбачуваність торговельної політики України	10,5%
Неналежні виробничі технології та навички	8,8%	Тривале очікування оформлення експорту на митниці	7,9%
Доступ до імпортованих ресурсів за конкурентоздатними цінами	8,5%	Відсутність спрощених правил визначення походження товару	6,9%
Висока вартість або затримки внутрішніх перевезень	7,5%	Високий рівень податкового тягара	6,5%
Обтяжливі процедури на іноземному кордоні	7,3%	Політика податкових інспекцій: бюрократизація і непрозорість	6,1%
Висока вартість або затримки міжнародних перевезень	5,7%	Непередбачуваність політики торговельних партнерів України	5,7%
Тарифні бар'єри	5,5%	Складність одержання ліцензії	4%
Вимоги до правил походження	4,3%	Складність захисту інтересів експортерів через судову систему	2,9%
Корупція на кордоні	3,3%	Вибірковість у рішеннях щодо митного оформлення	2,9%

Перш за все проаналізуємо склад респондентів проведених опитувань. Учасниками Всесвітнього економічного форуму є лідери вищої ланки, у тому числі глави держав і урядів, керівники багатонаціональних підприємств метою яких є обговорення кроків поліпшення ситуації у світі. За результатами опитування

представників підприємств Інститутом економічних досліджень та політичних консультацій за респондентів обрав представників підприємств, метою яких є вихід на міжнародні ринки збуту.

Аналізуючи перелік експортних бар'єрів, за результатами наведеного опитування, необхідно зауважити, що залежно від виду діяльності та попиту на певну продукцію, а також розміру підприємства, названі проблеми по різному сприймаються експортерами. Великі підприємства України – виробники вітчизняної продукції вже є експортерами, тому їх проблемами – розширення ринків збуту, але для покращення показнику зовнішньо-торгівельного сальдо України необхідно збільшувати частку експорту підприємств малого та середнього бізнесу.

Для підприємств-експортерів малого та середнього бізнесу основними перешкодами є необізнаність щодо документування експортних операцій та вимог до підприємств-експортерів, велика кількість дозвільних та організаційних документів, бюрократизація на всіх етапах підготовки товарів на експорт, майже неможливість відшкодування ПДВ. Тому, якщо уряд України має намір здійснити «експортний прорив», потрібно зосередитися на усунення бар'єрів для малого та середнього бізнесу.

Результати оцінки міжнародної торгівлі в Україні згідно з Doing Business (2016) порівняно з іншими країнами наведено в табл. 2.

Таблиця 2

Міжнародна торгівля згідно з Doing Business 2016: Україна vs. інші країни [2]

Показник оцінювання	Україні	Німеччина	Польща
Рейтинг з міжнародної торгівлі (всього 190 країн)	109	35	1
Кількість документів для експорту	11	4	4
Час для експорту: процедури на кордоні (год.)	26	36	0
Вартість експорту: процедури на кордоні (дол. США)	75	345	0
Час для експорту: процедури оформлення (год.)	96	1	1
Вартість експорту: процедури оформлення (дол. США)	292	45	0
Внутрішні перевезення (год.)	5	3	14
Вартість внутрішніх перевезень (дол. США)	300	500	1000

Результати оцінювання підтверджують, що в Україні існує величезний потенціал скорочення витрат і втрат на всіх етапах ланцюжка поставок товару на міжнародні ринки. Для проведення експортної операції в Україні підприємству-

експортеру потрібно оформити та затвердити 11 документів, в той час як в Німеччині та Польщі всього 4. Загальний процес оформлення документів в Україні триватиме в середньому 127 годин (Німеччина – 40 год., Польща – 15 год.) і буде коштувати близько 667 дол. США (Німеччина – 890 дол. США, Польща – 1000 дол. США), причому найбільше часу витрачається експортерами саме на підготовку документів. На вартість процедур оформлення також припадає майже половина вартості експортної операції, внутрішні перевезення є самим дорогим етапом експортних операцій. При цьому малі підприємства-експортери витрачають вдвічі більше часу на оформлення товару, а вартість оформлення зовнішньоторговельних операцій у них вище з-за невеликих розмірів партій експорту.

Документуванню операцій з експорту товарів і послуг та вимогам до підприємств-експортерів потрібно приділяти особливу увагу, оскільки експортні операції мають ряд особливостей, які відрізняють їх від звичайних господарських операцій, що здійснюється всередині країни. Зокрема, документи за зовнішньоекономічними операціями у деяких випадках складаються іноземною мовою та мають не характерну для українського законодавства форму, заповнюються як в іноземній так і в національній валюті, регулюються міжнародним та вітчизняним законодавством. На думку українських експортерів, найменш проблемними процедурами в Україні є отримання сертифіката походження та проходження екологічного контролю, а найбільш проблемними залишаються відшкодування ПДВ та валютний контроль.

За час дії договору про поглиблену і всебічну зону вільної торгівлі між Україною та Євросоюзом багато підприємств-експортерів вже скористалися перевагами угоди для виходу на європейські ринки, а Євросоюз укріпився в статусі нашого ключового торгового партнера. За даними Державної служби статистики [3], експорт з України в країни Європейського союзу за період з січня по травень 2017 року зріс на 25,2% (у порівнянні з аналогічним періодом попереднього року) і склав \$ 6,75 млрд. Це майже 40% від всього українського експорту. І хоча багато українських підприємств-експортерів вже накопичили чималий досвід експорту в рамках країн СНД, практика показує, що експорт до країн Європейського союзу викликає у підприємців багато додаткових питань.

Насправді проблеми з браком розуміння організації експортної діяльності притаманні далеко не лише українським підприємствам. Вони є у малого та середнього бізнесу США, Європейського союзу та багатьох інших країн. Більшість потенційних експортерів серед представників малого та середнього бізнесу не розуміють з чого почати організацію зовнішньо-економічної діяльності на

підприємстві та яким повинен бути наступний крок.

Дослідивши етапи, які необхідно пройти кожному підприємству для виходу на міжнародний ринок ми спробували побудувати схему організації експортної діяльності для підприємств – експортерів (рис. 1).

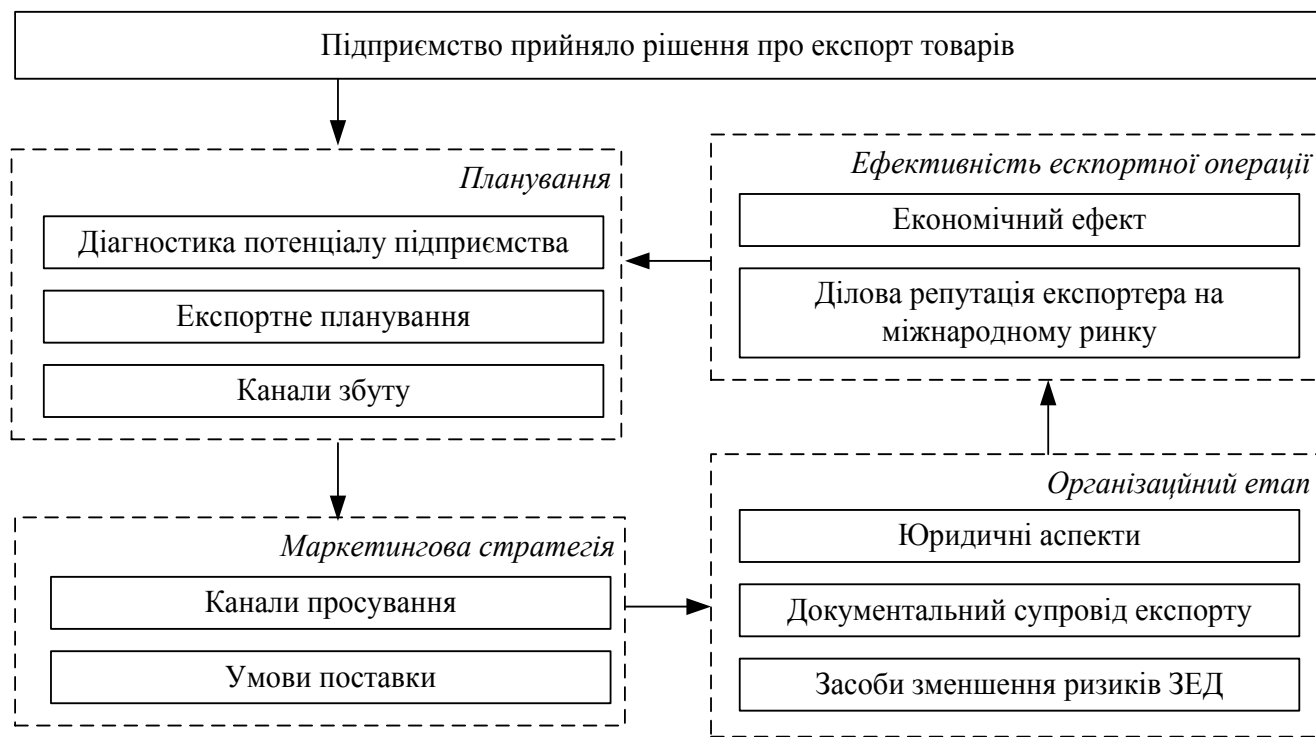


Рис. 1. Схема організації експортної діяльності на підприємстві

З рисунку видно, що кожне підприємство – експортер повинно пройти 4 етапи:

етап планування експортної діяльності, на якому підприємство повинно оцінити власні можливості, оцінити конкурентоздатність своєї продукції та потребу в ній на світових ринках;

визначити маркетингову стратегію, а саме канали просування продукції на світові ринки та умови поставки продукції до країн – імпортерів;

організаційний етап передбачає оформлення необхідних документів для експорту, а також вирішення питань правової безпеки та зменшення ризиків від експортних операцій;

оцінити ефективність експортної операції, а саме отриманий фінансовий результат від експортної діяльності, проаналізувати строки відвантаження та розрахунки за реалізовану продукцію, оцінити власне підприємство як ділового партнера на міжнародному ринку.

Кожен з наведених етапів включає складові, реалізація яких дозволяє експортерам відповісти на ті проблемні питання, що виникають у підприємства в процесі організації експортної діяльності (табл. 3).

Таблиця 3.

Етапи та їх складові щодо підготовки експортера до ЗЕД

Етапи	Складові етапу	Організаційні процедури
Планування	Діагностика потенціалу підприємства	Діагностика конкурентного середовища підприємства Діагностика конкурентоспроможності підприємства Діагностика конкурентоспроможності продукції Фінансова діагностика Управлінська діагностика Діагностика економічної безпеки підприємства Діагностика економічної культури підприємства
	Експортне планування	Розробка експортної стратегії. Проведення дослідження цільового ринку. Визначення ринкових маршрутів та методів експорту. Пошук бізнес-контактів та управління ними. Ознайомлення з умовами продажу (ціна товару залежно від способу поставки, способи платежів). Вивчення умов страхування вантажів і платежів. Вивчення вимог ЄС до товару, маркування та пакування. Підготовка експортної документації (в т.ч. зовнішньоекономічного контракту, сертифікату походження). Оцінка експортної готовності товару і підприємства.
	Канали збуту	Визначення стратегії збуту. Визначення потреби у формуванні каналів збуту. Виявлення альтернативних каналів збуту. Оцінка каналів збуту. Вибір оптимального каналу. Вибір структури каналу збуту. Вибір суб'єктів каналу і керування ними. Розробка стратегії комунікацій в каналі збуту. Контроль каналів збуту.
Маркетингова стратегія	Канали просування	Визначення цільової аудиторії. Визначення цілей просування. Вибір повідомлення. Вибір засобів розповсюдження інформації. Складання і розподілення кошторису витрат на просування. Вибір засобів впливу. Формування каналів зворотного зв'язку. Управління єдиним комунікаційним процесом і його координація.
	Умови поставки	Замовлення товару. Термін постачання товару. Політика ціноутворення та загальна сума контракту. Упаковка та маркування. Порядок розрахунків та спосіб платежу. Умови поставки та приймання-передачі товару. Момент передачі права власності на товар. Можливість звільнення від виконання договірних зобов'язань у

		зв'язку з форс-мажорними обставинами. Правові наслідки порушень умов поставки товарів та відповідальність сторін.
--	--	--

Закінчення табл. 3

Етапи	Складові етапу	Організаційні процедури
Організаційний етап	Юридичні аспекти	Визначення моменту укладення договору та встановлення строку його дії. Право, яке застосовується сторонами при виконанні договору. Валюта платежу та обмеження термінів зарахування виручки в іноземній валюті. Врахування вимог законодавства при визначенні термінів оплати та виконанні типових платіжних умов. Встановлення вимог до якості товарів (відповідність еталону, стандарту, сертифікату якості). Дотримання правил, встановлених законодавством, щодо експортної діяльності. Захист прав щодо інтелектуальної власності
	Документальний супровід експорту	Картка акредитації експортера на митниці. Довідка про проведення декларування валютних цінностей, доходів та майна, що належить резиденту України і знаходяться за її межами або довідка про відсутність за межами України валютних цінностей та майна, за поточний квартал (для вітчизняних підприємств). Зовнішньо-економічний контракт з додатками та специфікація до нього. Інвойс (Рахунок-фактура) та переклад інвойсу українською мовою. Товарно-транспортні накладні, коносамент. Пакувальний лист. Сертифікати якості, паспорти, дозвільні документи на товар. Документи на придбання товару (якщо відправник не є виробником). Сертифікат походження товару СТ-1 (якщо товар похідний в Україні).
	Засоби зменшення ризиків ЗЕД	Кадрове забезпечення управління ризиками в ЗЕД. Страхування вантажу. Кредитні перевірки. Страхування торгових кредитів. Експортне фінансування. Резервування грошових засобів на покриття випадкових витрат. Лімітування.
Ефективність експортної операції	Економічний ефект	Показник беззбиткової ціни експортного товару. Показник мінімально припустимих цін на експорт одиниці продукції. Показник економічного ефекту та ефективності експортних операцій. Показник валютної ефективності експортних операцій. Коефіцієнт кредитного впливу на експортні операції. Показник максимально припустимих повних витрат на експорт продукції.

	Ділова репутація експортера на міжнародному ринку	Підтримка контакту із закордонними партнерами. Контроль строків відвантаження та отримання товару. Зв'язки з іншими потенційними клієнтами на ринку. Аналіз досвіду минулих експортних угод. План розвитку ринку з імпортером/дистриб'ютором. Розширення переліку країн-імпортерів.
--	---	--

До початку експортної діяльності підприємства має передувати свідомо, відверта і самокритична оцінка власника щодо конкурентоспроможності свого підприємства і свого товару. Недооцінка експортного потенціалу може призвести до необґрунтованої відмови від експортної діяльності, тоді як переоцінка призведе до витрати без досягнення прибутку. Зазвичай експорт не є діяльністю, що приносить швидкі продажі. Експортер має бути терплячим і активним, розвивати зв'язки з закордонними покупцями і споживачами протягом тривалого часу, завжди шукати і бути відкритим до нових можливостей і нового партнерства.

Якщо підприємство після діагностики свого потенціалу впевнене в вірності рішення щодо обрання експортної стратегії, то наступний крок – експортне планування або розробка експортної стратегії, яка включає в себе проведення дослідження цільового ринку, визначення ринкових маршрутів та методів експорту, пошук бізнес-контактів та управління ними, ознайомлення з умовами продажу, вивчення вимог країн - експортерів до товару, маркування та пакування. За сучасних умов планування стратегії на зовнішньому ринку є складним, трудомістким, багатоетапним процесом, який ускладнюється відсутністю у вітчизняних підприємств – експортерів, що прагнуть вийти на новий ринок, необхідної для стратегічного планування інформації, а також компетентного менеджменту.

Стратегія збуту включає в себе вибір: цілей (довгострокових або недовгострокових); цільової групи; горизонти покупця першої ланки збуту, на яку переходить право власності на товар, горизонту ринку – кінцевого споживача товару; заходи по заповненню ринку (кількість роздрібних торговців. Наступним кроком є пошук альтернативних шляхів/каналів виведення товару на міжнародний ринок: реалізація через імпортерів/дистриб'юторів, реалізація через експортних трейдерів/консолідаторів, залучення агентів. Необхідно дослідити які з них існують на цільовому ринку і який саме метод обере підприємство – експортер для проникнення на нього, а також де саме будуть продаватися товари. Імпортери/дистриб'ютори купують товар у підприємства – експортера напряму і зазвичай продають його роздрібним підприємствам на окремому ринку або в окремому регіоні. Експортні трейдери/консолідатори – підприємства з України, що можуть купити ваші товари напряму і продати їх за кордон від свого імені. За цього

підходу ви експортуватимете з мінімальними зусиллями, але ваш бізнес не матиме контролю над тим, як продаються ваші товари. Агенти можуть призначатися для знаходження покупців від вашого імені і зазвичай працюють за комісійну винагороду.

Щоб ефективно просувати товар на міжнародні ринки та створювати нові можливості, експортеру необхідно розглянути усі доступні та ефективні канали просування з огляду на його цільовий ринок та аудиторію. Важко уявити в умовах сьогодення успішне підприємство – експортера без актуального та інформативного веб-сайту, тому вже зараз оновіть ваш сайт, щоб поінформувати потенційних споживачів, що ви бажаєте експортувати та надайте контактну інформацію співробітника, що займається експортними продажами. Більш дешевим та ефективним способом реклами вашого товару чи бренду можуть бути соціальні медіа та соціальні мережі. Ви можете шукати партнерів, конкурентів та розміщувати інформацію про свій бізнес та товари у міжнародних/регіональних та національних базах даних. Торгові виставки також є одним із найкращих шляхів для зустрічі з покупцями і генерування потенційних клієнтів. Водночас у практиці українського бізнесу трапляються випадки, коли участь у виставці не приносить бажаних результатів. В першу чергу це стосується участі у виставках, цільові аудиторії яких безпосередньо не стосуються вашого товару. Не менш важливо відвідувати ринки, які ви визначили в якості цільових. Відвідування цільових ринків може відбуватися в межах торгових місій за кордон – за участю підприємств, бізнес-асоціацій, представників місцевої/центральної влади. Цей формат має переваги у тому, що присутність представників влади з двох боків може знизити сприйняття ризику співпраці з українськими контрагентами.

Технічні елементи експорту починаються після надходження перших запитів від потенційних споживачів, адже необхідно узгодити умови поставки. Для роботи на цій стадії знадобиться розуміння міжнародних торгових правил (Incoterms), що визначають умови постачання товарів на світові ринки. Вони дозволяють покупцю та продавцю домовитися про детальні умови продажу і уникнути будь-якого майбутнього нерозуміння або спорів. Вибір тієї чи іншої базисної умови поставки визначають сторони договору, які повинні мати на увазі, що даний вибір визначає зміст багатьох наступних умов. При цьому і продавець, і покупець виходять з принципу найменших матеріальних витрат на поставку. Наприклад, витрати, які несе продавець, за умовою франко-склад покупця, включаються у вартість товару, яка може оплачуватися в іноземній валюті. Якщо у покупця нестача валюти, для нього більш вигідні умови франко-завод. У цьому випадку покупець може

уникнути додаткових витрат в іноземній валюті, організовуючи, наприклад, доставку товару на власному транспорті або за договором з перевізником, що не вимагає плати в іноземній валюті. Під час оформлення замовлення від покупця підприємство – експортер повинно розуміти склад експортної документації, а також скільки часу знадобиться для доставки товару споживачеві.

Найважливішим документом з якого починається оформлення експортної операції є договір зовнішньо-економічної діяльності або контракт. Особливістю правового регулювання договорів міжнародної купівлі-продажу товарів є те, що сторони договору повинні визначити, законодавство якої країни може бути застосовано до даного договору. Вибір законодавства партнери здійснюють за згодою. Якщо в договорі така угода відсутня, то в разі виникнення спору суд, арбітражний суд застосовує відповідні колізійні норми національного законодавства. Переконайтеся, в усіх юридичних аспектах договору ЗЕД на вашу користь, що ви отримаєте оплату вчасно і у вас не виникне конфлікту з покупцем. При укладанні письмової угоди зі своїм закордонним партнером бажано, щоб вона була підтверджена досвідченим міжнародним юристом. Експортеру також необхідно також переконатися, що врегульовано такі питання як захист прав інтелектуальної власності на торгову марку та відповідність продукту.

Після того, як перший вантаж товару з України відправлено, експортеру варто здійснити кілька кроків, щоб збільшити свої шанси на продовження зовнішньо-економічної діяльності. Такі дії допоможуть підприємству побудувати позитивну міжнародну репутацію – репутацію надійного партнера. Для цього необхідно: підтримувати контакт із закордонними клієнтами; переконатися, що товари доставляються вчасно згідно з умовами контракту; підтримувати зв'язок з потенційними клієнтами на ринку; підтримувати діяльність із просування; погодити план розвитку ринку з імпортером/дистриб'ютором; переносити отримані знання на нові ринки.

Таким чином, результати дослідження показали, що підприємства – експортери мають низку проблем при здійсненні експортних операцій та організації зовнішньоекономічної діяльності на підприємстві. Запропонована загальна схема організації експортної діяльності на підприємстві, яка включає чотири етапи: планування, маркетингова стратегія, організаційний етап, ефективність експортних операцій, дозволить підприємствам оцінити власні можливості та конкурентоспроможність, визначитися з потенційними споживачами продукції на міжнародних ринках, спланувати експортну стратегію підприємства, а саме канали просування та збуту продукції, а також умови

поставки, скласти пакет юридичних, облікових та дозвільних документів щодо експортної продукції. Розроблено складові та процедури до кожного етапу, реалізація яких дозволить відповісти на проблемні питання експортерів та спланувати експортну стратегію підприємства.

Вважаємо за необхідне в подальших розробках щодо організації експортної діяльності українських підприємств – експортерів розглянути схему документального оформлення експортних операцій та всі організаційні етапи, процедури щодо отримання дозвільних документів, облікового оформлення експортних операцій та нормативно-правових бар'єрів для підприємств експортерів за різними товарними групами та географічними сегментами.

Перелік використаних джерел

1. Україна в рейтингу за індексом залучення країн світу до міжнародної торгівлі 2016 / Економічний дискусійний клуб. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://edclub.com.ua/analytika/ukrayina-v-reytyngu-za-indeksom-zaluchennya-krayin-svitu-do-mizhnarodnoyi-torgivli-2016>
2. Спрощення процедур торгівлі в Україні: проблеми та перешкоди (за результатами опитування представників бізнесу). Проект «Діалог зі сприяння торгівлі». [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://tfd.ier.com.ua/wordpress/wp-content/uploads/2016/08/TF-in_Ukraine_26.08.16_TERNOPIIL.pdf
3. Офіційний сайт Державної служби статистики. Зовнішньоекономічна діяльність. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://ukrstat.org/operativ/menu/menu_r/zed.htm
4. Експерти назвали основні проблеми українських експортерів при виході на ринки ЄС / ZN.UA [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://dt.ua/ECONOMICS/eksperti-nazvali-osnovni-problemi-ukrayinskih-eksporteriv-pri-vihodi-na-rinki-yes-215338_.html
5. Поради експортеру: 10 кроків до успіху на ринку ЄС/ Європейська правда: міжнародна безпека та євроінтеграція України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.eurointegration.com.ua/articles/2016/05/25/7049728/>