

ІМПОРТНА ДІЯЛЬНІСТЬ В УКРАЇНІ ТА ШЛЯХИ ЇЇ ВДОСКОНАЛЕННЯ

Левчук Н.М., кандидат економічних наук, Національний транспортний університет, Київ, Україна, natalya.levchuk03@gmail.com, orcid.org/0000-0003-1296-7182

Петровська С.І., кандидат економічних наук, Національний транспортний університет, Київ, Україна, petrovskayas@ukr.net, orcid.org/0000-0003-3561-5729

IMPORT ACTIVITY IN UKRAINE AND WAYS TO IMPROVE IT

Levchuk N.M., Candidate of Economical Sciens, National Transport University, Kyiv, Ukraine, natalya.levchuk03@gmail.com, orcid.org/0000-0003-1296-7182

Petrovska S.I., Candidate of Economical Sciens, National Transport University, Kyiv, Ukraine, petrovskayas@ukr.net, orcid.org/0000-0003-3561-5729

Постановка проблеми. На сучасному етапі імпорт в Україні відіграє важливу роль. Він забезпечує потреби національної економіки в тих видах продукції, які є необхідними для її повноцінного функціонування, але через низку причин не можуть бути вироблені у нашій країні.

Імпортна діяльність завжди була і залишається важливою складовою економічного розвитку держави. В умовах глобалізації світового господарства на сучасному етапі розвитку економіки України зовнішньоторговельна діяльність підприємств набуває дедалі більшого розвитку. Розвиток конкуренції на ринку обумовлює потребу підвищення ефективності діяльності підприємства, важливою складовою чого є удосконалення імпоротної діяльності підприємства, тому обрана тема є важливою і актуальною.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Імпортна діяльність підприємства і шляхи їх вирішення відображені в роботах багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених: А. Балабанова, Т. Алексеева, О. Березіна, Е. Вавилової, І. Волкова, А. Вічевич, О. Гребельника, Л. Гурвица, Г. Дроздової, А. Ізмалкова, О. Кириченко, І. Кирчата, Н. Логвінової, А. Міщенко, А. Наливайко, В. Немцова, Е. Панченко, Н. Реверчук, Н. Тюріної, Н. Уткиної та ін.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на значну кількість наукових досліджень з даної тематики, питання вибору індивідуальної та діючої стратегії імпорту для українських підприємств потребує додаткового дослідження.

Постановка завдання. Мета дослідження полягає в теоретичному і аналітичному обґрунтування шляхів вдосконалення імпоротної діяльності України.

Виклад основного матеріалу. Особливості стратегій імпорту українських підприємств.

Стратегія імпорту – це напрям діяльності підприємства, який пов'язаний зі здійсненням зовнішньоекономічної діяльності у вигляді реалізації імпортних операцій та несе у собі певний набір правил. Ці правила визначаються урядом в країні імпортера та міжнародними законами, конвенціями і постановами [5].

Імпорт – (імпорт товарів) – це купівля (у тому числі з оплатою у не грошовій формі) українськими суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності у іноземних суб'єктів господарської діяльності товарів із ввезенням їх на територію України, включаючи купівлю товарів, призначених для власного споживання установами та організаціями України, розташованими за її межами [3].

Основними нормативно правовими документами, що регулюють імпортну діяльність є: Митний Кодекс України, Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» та інші.

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

Компанія, розробляючи стратегію імпорту, орієнтується на специфіку вирішення конкретних завдань, що стоять перед нею, фактори середовища країни розташування та національну приналежність капіталу, особливості виробничо-промислової діяльності, обрану тактику ринкової конкуренції, строки перебування на тому чи іншому ринку тощо.

Стратегія імпорту передбачає, що фірма, перш ніж орієнтуватися на світові ринки сировини і матеріалів, повинна максимально використати місцеві ресурси для свого виробництва [18].

Умовно вибір стратегії можна розділити на три етапи: розробка стратегії; коригування; аналіз. На першому етапі, відповідно до постійних цілей та управлінського обстеження, обирається придатна

стратегія. На даному етапі важливо розробити якнайбільшу кількість альтернативних стратегій, щоб забезпечити широкий вибір і не пропустити потенційно кращий варіант. На другому етапі корегуються та встановлюється адекватність стратегії цілям організації та із безлічі стратегій формується загальна. Третій етап характеризується наповненням загальної стратегії конкретним змістом. Кінцевим аналітичним завданням є одержання стратегічних висновків для формування менеджерами ефективного плану дій.

При розробці стратегії враховуються фактори: характер діяльності підприємства, його структура і кадровий потенціал, особливості галузі, тенденції розвитку макроекономічних процесів, стан правової бази, що регламентує умови господарської діяльності та інше [15].

Стратегічне планування займає центральне місце в системі стратегічного менеджменту. Планування зовнішньоекономічної діяльності та удосконалення стратегічного менеджменту являються об'єктивно необхідними для підприємств [16, 20].

Це визначається насамперед:

1) прагненням підприємств, функціонуючих в умовах глобалізації ринку, одержати додатковий прибуток за рахунок більш повного використання переваг міжнародної праці, міжнародної економічної інтеграції; передбачити несприятливі дії зовнішніх факторів, різноманітні непередбачені обставини, котрі можуть відбуватися на світовому ринку;

2) необхідністю прогнозування свого майбутнього. Для цього важливо визначити яким буде ринок в майбутньому, в якому буде розвиватися підприємство, чого чекають споживачі від нього, які його можливості у збільшенні експортного потенціалу, об'єму продажу тощо. Оскільки стратегія передбачає певну розгалуженість ознак, які характеризують її сутність, практичну значущість набуває визначення її різновидів.

Стратегія імпорту входить до групи функціональних стратегій, яка має певні особливості [18]:

- спрямованість на зовнішнє та внутрішнє середовище підприємства;
- комплексність стратегії імпорту;
- необхідність врахування обмеженого розмаїття можливих ситуацій і факторів, що впливають на стратегію імпорту підприємства, на її формування та реалізацію;
- особливістю є необхідність врахування пріоритетності імпорту серед інших видів економічної діяльності підприємства;
- взаємозв'язок між ієрархічністю та гетерархічністю стратегії.

Класифікацію стратегій за різними ознаками наведено на рис.1. [18].



Рисунок 1 – Класифікація стратегій за різними ознаками

Figure 1 – Classification of strategies according to different characteristics

Стратегія управління імпортною діяльністю розробляється на тривалу перспективу, яка дає можливість своєчасно реагувати на зміни внутрішнього і зовнішнього середовища. В цьому випадку стратегія управління виступає як інструмент досягнення цілей підприємства. Для того, щоб удосконалити стратегію управління необхідно, насамперед, проаналізувати такі чинники підприємства як : 1) галузева приналежність; 2) розміри організації; 3) тип виробництва, рівень

спеціалізації; 4) характеристика рис виробничого потенціалу; 5) рівень управління; 6) рівень кваліфікації персоналу тощо [13].

Певну стратегію підприємство повинно визначити собі як конкретний довгостроковий план досягнення цілей. Процес вибору стратегії включає такі основні кроки: 1) з'ясування поточної стратегії; 2) аналіз портфеля продукції; 3) вибір стратегії підприємства та її оцінка [6].

За допомогою аналізу портфеля продукції можуть бути збалансовані такі найважливіші чинники бізнесу, як ризик, надходження грошей, відновлення і відмирання. Вибір стратегії організації здійснюється керівництвом на основі аналізу ключових чинників, що характеризують стан фірми, з врахуванням результатів аналізу портфеля продукції, а також характеру і сутності реалізованих стратегій.

Управління імпорними 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. Таким чином, обов'язково необхідно здійснювати зворотній зв'язок [7].

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 чинність проведення активної міждержавної інтеграційної політики питання про легальне ведення бізнесу як усередині держави, так і за його межами має досить животрепетний характер. Успішність ведення справи на 50 % залежить від того, як до нього підготуватися. Перед тим, як приступити до здійснення зовнішньоторговельної діяльності, потенційному менеджеру зовнішньоекономічної діяльності варто не тільки ознайомитися з географічним розташуванням тієї закордонної держави, з якою він планує налагодити партнерський контракт, але й скрупульозно вивчити законодавство в сфері зовнішньоекономічних відносин такої держави.

Більш того, не менш важливо також проаналізувати ситуацію в Україні відносно здійснення зовнішньоторговельних операцій у сегменті господарювання, що йому цікавий. Українське законодавство характеризується швидкоплинними змінами відносно фіскальної політики. Як показує практика, у імпортерів і експортерів часто виникають питання відносно податків (наприклад, як ПДВ) у частині їхнього нарахування, сплати, стягнення, відшкодування.

Переваги, недоліки та ризики імпортової діяльності.

Імпорт має гоступні переваги як для індивідуальних, так і для виробничих споживачів, а також для країни в цілому [6]. Це, зокрема:

- отримання доступу до більш дешевих та якісних товарів і сировинних ресурсів;
- наповнення вітчизняного ринку дефіцитними товарами або товарами, що взагалі не виробляються на території країни-імпортера;
- зростання конкуренції та стимулювання завдяки цьому оптимізації, підвищення виробництва на національній території; налагодження сталих виробничих зв'язків з іноземними партнерами щодо кооперування виробництва;
- розвиток нових технологій завдяки ввезенню наукомістких товарів.

В свою чергу, імпортна політика держави повинна бути направлена на регулювання цієї діяльності з метою захисту національного ринку від надлишкової іноземної конкуренції, а також задоволення власних потреб за рахунок іноземних товарів [8, 12]. Управління імпорними 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 [9, 10].

Як свідчить практика, суб'єкти господарювання починають займатися зовнішньоторговельною діяльністю зовсім спонтанно і починають функціонувати в цілком іншому, невизначеному для них господарському середовищі не маючи об'єктивного уявлення про перспективи та перешкоди. Підприємства, що не опанували передові методи стратегічного планування зовнішньої торгівлі, приречені на невдачі в конкурентній боротьбі на зовнішньому ринку. Адже зовнішня торгівля буде найбільш успішною лише в тому випадку, якщо вихід підприємства на міжнародні ринки буде не тільки добре продуманий, всебічно обґрунтований, але і впливатиме з довгострокових цілей. Перш

за все необхідно визначити чинники, що можуть вплинути на забезпечення стійкого розвитку імпорту суб'єктів господарювання (рис. 2.) [7].

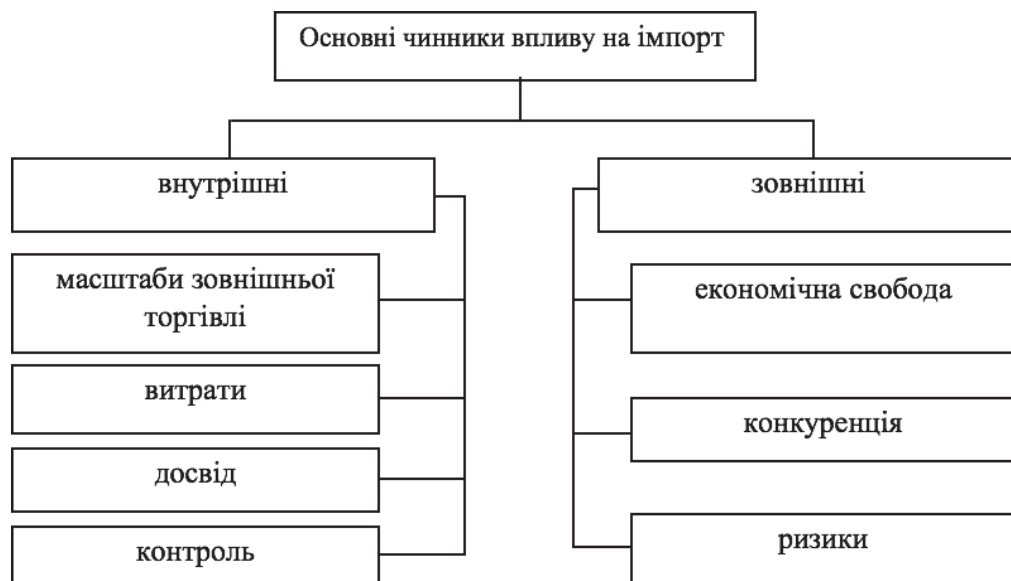


Рисунок 2 – Основні чинники впливу на імпорт
Figure 2 – The main factors influencing imports

Названі чинники взаємопов'язані та взаємообумовлені і у свою чергу, кожен з наведених чинників вбирає в себе певні складові. Так, економічна свобода включає такі чинники, як:

- 1) вимоги антимонопольного законодавства;
- 2) визначення ставок податків;
- 3) пряма заборона окремих форм діяльності.

Для узагальненого визначення правових аспектів зовнішньоторговельної діяльності можна використовувати показник індексу економічної свободи [7].

Індекс економічної свободи визначається кількістю балів, що набираються країною з урахуванням десятих економічних чинників. Чим більше очок, тим вище втручання в економіку (а отже, і нижча в цій країні економічна свобода). Використовуються такі чинники, як торгова політика, податкова політика, втручання уряду в економіку, монетарна політика, потоки капіталу й іноземні інвестиції, банківська політика, контроль заробітної плати і цін, права власності, регулювання і чорний ринок. По кожній з цих десяти категорій використовуються близько п'ятдесяти незалежних економічних критеріїв для одержання емпіричної картини рівня економічної свободи в кожній країні [11]. У бізнесі існують найрізноманітніші ризики. Втім ризик, пов'язаний з можливістю політичних або економічних змін, що може знизити захищеність активів підприємства та одержуваних прибутків, як правило, ставиться на перше місце у зовнішньоторговельних операціях.

Конкурентний аналіз є важливим елементом оцінки очікуваного стану зовнішнього середовища. Він включає встановлення рівня конкуренції за кількістю і рангом конкурентів, оцінку їх сильних і слабких сторін, що значно полегшує вибір стратегії та тактики конкурентної боротьби [14, 15, 17]. Пріоритетність цілей зовнішньоторговельної діяльності підприємства в значній мірі визначається вже досягнутим рівнем виходу на зовнішні ринки збуту та масштабами зовнішньоторговельної діяльності.

Досвід відіграє не останню роль і може розглядатись як сукупність організаційних, виробничих, управлінських передумов, а насамперед залученням високо кваліфікованих спеціалістів. За відсутності кваліфікованих спеціалістів суб'єкти господарювання звертаються до аудиторських фірм для отримання консультацій з питань планування, прогнозування та аналізу зовнішньоторговельної діяльності. Продажі продукції на зовнішніх ринках пов'язані з постійними витратами. Тому варто періодично по-новому оцінювати ведення зовнішньоторговельних операцій.

Основні переваги імпорту.

До переваг імпорту належить:

1. Виведення на ринок нових продуктів. Багато підприємств в Індії та Китаї виробляють товари для європейського та американського ринку. Але може знадобитися рік і більше, перш ніж продукт буде представлений на інших, менших ринках. Завдяки розширенню інтернету підприємці можуть проводити дослідження ринку до імпорту певного товару. Це допоможе їм визначити, чи існує на ринку реальна потреба у такому імпортному продукті, щоб вони могли заздалегідь розробити ефективну маркетингову стратегію.

2. Зниження виробничих витрат. Багато підприємств вважають, що імпорт продуктів, частин продуктів та ресурсів є більш доступним, ніж їх виробництво на місцевому рівні. Є численні випадки, коли підприємці знаходять продукцію хорошої якості, яка є недорогою, навіть якщо включені загальні витрати на імпорт. Тож замість того, щоб інвестувати в сучасну, дорогу техніку, підприємці вирішують імпортувати товари та зменшувати свої витрати. Здебільшого вони замовляють великі кількості, щоб отримати кращу ціну та мінімізувати витрати.

3. Лідерство у галузі. Однією з ключових переваг імпорту продукції є можливість стати лідером ринку в галузі. Багато підприємств у всьому світі використовують шанс імпортувати нові та унікальні товари раніше, ніж це роблять конкуренти. Перший імпорт свіжого продукту може легко призвести до того, що ви станете лідером певної галузі.

4. Забезпечення високоякісної продукції. Ще одна перевага імпорту пов'язана з можливістю продавати продукцію високої якості. Якщо підприємець вирішить базувати свій бізнес на імпорті продукції, то він збирається отримати високоякісну продукцію. Це пов'язано з тим, що виробничі підприємства прекрасно усвідомлюють, що їхня репутація багато в чому залежить від якості виробів, які вони виробляють. Імпортуючи продукцію, підприємство досягає своїх бізнес-цілей. Імпорт продукції може допомогти малому та середньому бізнесу розвиватися та розширюватися, виходячи на більші ринки за кордоном. Якщо підприємство прагне зробити свій бізнес лідером у галузі або знизити виробничі витрати, то імпорту діяльність потрібно розвивати.

Ризики імпортової діяльності:

1. Політичний ризик. Є безліч варіантів коли це може бути перешкодою. Наприклад, наш уряд може раптово ввести жорсткий тариф на товари, які імпортуються. Це несподівано збільшить ваші витрати. Найгірший випадок, якщо між нашою країною та іноземною державою існує ворожнеча. Це може заважати вести бізнес.

2. Юридичний ризик. Ця проблема працює в обох напрямках. Те, що може бути законним або прийнятним у нашій країні, може бути кримінальним або цивільним правопорушенням в іншій країні. Бажано бути обізнаним у законодавчих питаннях експорту цієї країни.

3. Валютний ризик. Існує небезпека, що відбудеться раптова велика зміна курсу валют. Це може призвести до втрат, якщо курс гривні знизиться. Однак є кілька способів захистити свої валютні ризики, щоб зменшити вплив коливань валют.

4. Ризик піратства. Навіть якщо таке відбувається рідко, цю можливість слід враховувати. Небезпечними є західне й східне узбережжя Африки, Карибське море, прибережні води Коста-Рики, Бразилії, Колумбії, райони Південно-Східної Азії та Азіатсько-Тихоокеанського регіону.

5. Культурний ризик. У наслідок розбіжностей у переконаннях та практиці може виникнути різне непорозуміння. Це можна зменшити, ознайомившись з культурою та практикою ведення експортно-імпортової діяльності цієї країни.

6. Ризик невиконання іншою стороною її зобов'язань за договором. Рішення проблеми: частковий авансовий платіж, а також, банківські гарантії, резервні акредитиви; використання гарантій належного виконання договору.

7. Ризик непорозуміння. Наприклад, ризик виникнення розбіжностей щодо умов оплати чи вимог до якості; ризик того, що доведеться пред'являти судовий позов в іноземному, упередженому суді. Це питання можна вирішити за рахунок: гарної підготовки до переговорів за договором; використання добре сформульованих контрактів та загальних умов угод; ведення переговорів виходячи з твердої позиції щодо необхідності мінімального правового захисту, або відмовлятися від угоди; ретельної перевірки кредитоспроможності контрагентів; вимоги пред'явлення ними рекомендацій.

8. Ризик постачання товарів неналежної якості. Рішення проблеми: вимога актів (свідоцтво) про огляд, виданих офіційними органами.

9. Ризик втрати, пошкодження товарів у дорозі чи крадіжки частини партії товару. Рішення проблеми: достатнє страхове покриття всіх можливих непередбачених обставин та увага до деталей, що містяться в коносаменті; належне ознайомлення з умовами договору перевезення; належні вимоги до упаковки та транспортування.

Існує безліч ресурсів від провідних постачальників бізнес-семінарів, які проводять лекції з процедур імпорту та документації. Також доцільно звернутися у хорошу митну брокерську компанію і не одну для отримання детальної консультації. Дізнатися якомога більше інформації перед здійсненням покупки товару, який планується імпортувати, інакше неприємностей не уникнути.

З огляду на вище викладене, послідовність стратегічного планування зовнішньоторговельної діяльності підприємства логічно мала б складатись з наступних етапів: всебічний аналіз стану і розвитку зовнішньоторговельної діяльності; аналіз очікуваних змін у кон'юнктурі зовнішнього ринку; аналіз можливостей на зовнішньому ринку з урахуванням прогнозних змін у його кон'юнктурі; аналіз внутрішньої і зовнішньої бюджетно-податкової політики і вплив змін у ній на умови діяльності суб'єктів господарювання; аналіз стану і тенденцій розвитку світового ринку, включаючи ринок кредиту, зовнішньоторговельну політику різних країн і оцінка впливу змін у ній на умови функціонування підприємств; розробка довгострокової стратегії зовнішньоторговельної діяльності з урахуванням існуючого і прогнозного стану на зовнішніх ринках, а також можливостей і очікуваних змін в умовах функціонування підприємства.

Водночас розробка стратегії поведінки підприємства на зовнішньому ринку повинна здійснюється на різних рівнях: стратегічному і тактичному. Стратегічний рівень охоплює довгострокові аспекти діяльності на основі визначення найважливіших цілей, сукупність яких розглядається як єдине ціле. Адже зазначимо, що нині, коли має місце економічна криза в умовах політичної нестабільності, стратегічне планування повинно обмежуватись стратегічним інтервалом часу, який не може перевищувати 3-5 років. Метою аналізу стану та розвитку експортно-імпортних операцій є визначення, які зміни відбулися в товарній структурі експорту (імпорту), в розвитку нових видів експорту та його географічному напрямку.

Імпортна діяльність в Україні.

Українська інфраструктура існує в умовах часткової окупації та постійних обстрілів ворога. Порти заблоковані, залізничний транспорт працює нестабільно. Торгівля з РФ та Білоруссю припинилася, а можливості для диверсифікації – обмежені. У першу чергу від цього страждає торгівля, яка забезпечує країну енергоресурсами та іноземною валютою.

Скільки ще триватиме війна ніхто не знає, тож перед урядом постало непросте завдання: швидко пом'якшити розірвані ланцюги постачань і забезпечити якісну альтернативу морським портам.

На карту поставлені не лише стабільна робота енергосистеми та обороноздатність країни.

На рис. 3 представлений обсяг імпорту України за 2021 рік [18].

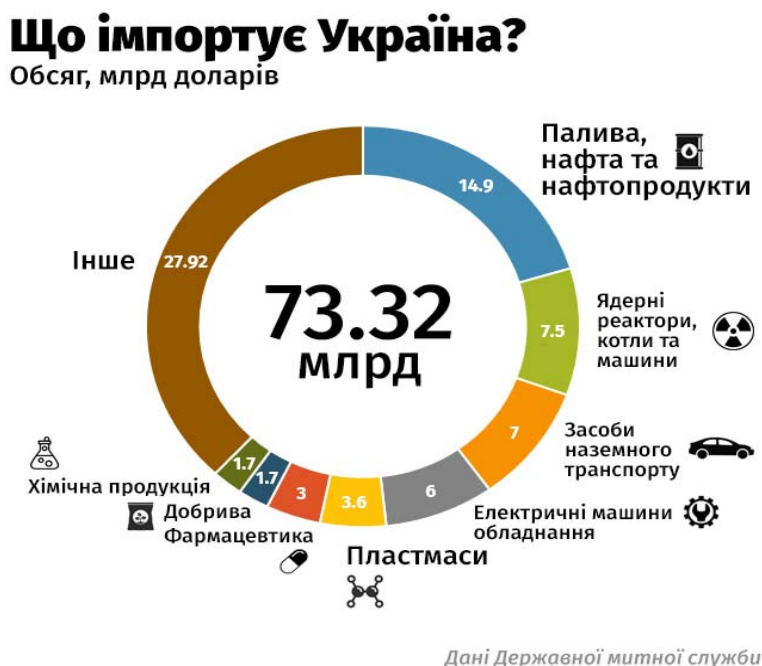


Рисунок 3 – Обсяг імпорту України за 2021 рік
Figure 3 – Import turnover of Ukraine for 2021

Газ. У 2021 році Україна скоротила імпорт газу в шість разів, однак через високі європейські ціни все одно виклала за нього немалі гроші – 5 млрд дол.

Від забезпечення газом залежить робота багатьох важливих галузей. Ідеться про металургію, АПК, виробництво добрив.

Уряд тимчасово заборонив експорт газу. Власним видобутком можна забезпечити дві третини власних потреб.

За словами голови Оператора ГТС Сергія Макогона, Україна повністю забезпечена газом. Вона споживає 88 млн куб м, а видобуває 50 млн куб м на добу.

Ціна на газ у ЄС висока – 1 150 дол за тис куб м. Це сильно б'є по економіці багатьох підприємств. Щоправда, вони вже звикли – такі ціни тримаються з осені 2021 року.

Вартість блакитного палива на європейському ринку контролює Росія. Окупант може в будь-який момент зупинити постачання газу, що призведе до кратного його дорожчання, як це було недавно.

путін оголосив, що "недружні країни", у списку яких Україна, мають платити за газ у російських рублях. Це не остання спроба агресора тиснути на Європу через енергетику.

Оператор ГТС забезпечує імпорتنі потужності на різних напрямках, зокрема на польському, щоб мати можливість купувати газ у випадку зупинки транзиту через Україну. Цим же шляхом можна постачати СПГ зі США.

Нестабільність постачань та ризик пошкодження видобувної інфраструктури змушує замислитися про поповнення запасів. Зараз в українських газосховищах є 9,5 млрд куб м палива.

Чим тепліше – тим менше споживання. Якщо 10-15 березня споживання становило 110 млн куб м на добу, то з 22 березня – уже 88 млн куб м. Зараз щодня зі сховищ відбираються до 28 млн куб м.

Інше питання – як влада готуватиметься до наступного опалювального сезону та як робитиме запаси з такою низькою базою. Утім, до того часу може багато що змінитися.

Нафтопродукти. У 2021 році Україна імпортувала нафтопродуктів на 6 млрд дол.

Після початку війни забезпечення нафтопродуктами здавалося великою проблемою, адже припинилися постачання з Білорусі та РФ. На ці країни припадало 43% всього споживання бензину та 67% – дизелю.

Головний науковий співробітник Національного інституту стратегічних досліджень Геннадій Рябцев вважає, що Україна здатна повністю покрити втрачений імпорт, переорієнтувавшись на ринок ЄС.

Україна щотижня нарощує постачання з Польщі, Литви, Румунії, Азербайджану (через заміщення) та інших країн. Повністю компенсувати втрачений імпорт можна після розблокування портів.

Дефіцит пального призвів до зростання цін, однак його нівелювало зниження ПДВ, нарощування постачань через західний кордон та поступове падіння попиту на пальне у зв'язку з бойовими діями.

За даними порталу "Мінфін", зараз ціни на АЗС повернулися на довоєнні показники.

За даними джерел ЕП, пального повністю вистачає і для потреб української армії. Триває нарощування імпорту для забезпечення бізнесу та насичення ринку.

Вугілля. У 2021 році Україна імпортувала вугілля на 2,5 млрд дол. Це важливий енергоносіє, адже на ТЕС припадає близько третини генерації електроенергії.

Першого удару галузь зазнала ще в листопаді, коли припинився імпорт вугілля з Росії. На нього припадало близько 60% постачань.

З низькими запасами та зупинками теплові електростанції все ж пройшли зиму і почати перелаштовуватися на альтернативних постачальників: ПАР, Колумбію, США.

З початком війни морські шляхи для імпорту вугілля були заблоковані. Тепер доведеться шукати варіанти для постачання енергоносія залізницею.

Попит на вугілля в Україні зменшився після зупинки металургійних підприємств та потепління. Отже, ТЕС мають змогу поповнювати запаси завдяки українському видобутку, який за останній рік зріс на 2% до 29,4 млн тонн.

Поступово налагоджуються постачання через західний кордон. Наприклад, компанія ДТЕК уклала контракт на постачання 60 тис тонн вугілля з Польщі.

Також Україна очікує на прибуття 70 тис тонн вугілля з Австралії, яка передасть його безкоштовно. Судна доставлять його до польського порту в Гданську, а до України вантаж дістанеться залізницею.

Цим же шляхом можна постачати й інші партії палива. Щоправда, це вийде значно дорожче, ніж доставка в порти на півдні України.

Запаси вугілля перебувають у нормі, тому енергосистема працює стабільно. Щоб надмірно не витратити українські запаси вугілля, уряд дозволив ТЕС купувати газ за пільговою ціною.

Міністерство з питань стратегічних галузей промисловості України розробило та направило на розгляд і погодження проект Стратегії державної політики у сфері імпортозаміщення та диверсифікації постачань за імпортом товарів і послуг для потреб стратегічних галузей промисловості.

Стратегія визначатиме курс формування та реалізації державної політики, пріоритетів та напрямів, послідовності дій у сфері імпортозаміщення на довгостроковий період – до 2030 року. Також Міністерством відпрацьовано детальний операційний план реалізації Стратегії з 2021 по 2023 роки

Одна з головних цілей стратегії – забезпечення вільного доступу національних розробників і виробників продукції оборонного призначення до міжнародних ринків товарів, робіт і послуг військового призначення та подвійного використання, що дозволить збільшити постачання з альтернативних зовнішніх каналів.

Також завданням стратегії є стимулювання використання науково-технічного та виробничого потенціалу стратегічних галузей промисловості для створення і виробництва ефективних замінників товарів і послуг, що імпортуються, збільшення виробничих потужностей.

Завдяки стратегії імпортозаміщення країна остаточно подолає критичну залежність вітчизняних підприємств оборонно-промислового комплексу та інших стратегічних галузей промисловості від виробів та комплектуючих, передусім походженням з держави-агресора.

При розробці Стратегії міністерство орієнтувалося на необхідність зміцнення економічного потенціалу та забезпечення потреб безпеки й оборони України. Передусім виходили з потреб, завдань та базових показників, передбачених Стратегією розвитку оборонно-промислового комплексу на період до 2030 року. Операційний план реалізації стратегії містить деталізацію заходів, строки їх виконання, перелік органів, що є відповідальними виконавцями, індикатори ефективності по кожному кроку.

Президент України Володимир Зеленський 20 серпня 2021 року затвердив Стратегію розвитку оборонно-промислового комплексу України.

Стратегія реалізується у три етапи.

На першому етапі (2021-2022 роки) передбачається виконання завдань, визначених у пріоритетних напрямках розвитку ОПК, розробка та затвердження комплексного плану реформування оборонно-промислового комплексу.

Другий етап (2023-2024 роки) передбачає реалізацію проєктів і планів розвитку оборонних підприємств.

На третьому етапі (2025-2030 роки) продовжуватиметься освоєння нових технологій, що забезпечать зниження використання імпортової продукції ОПК. Також триватиме диверсифікація, технічне переозброєння й розвиток науково-виробничої бази підприємств оборонних галузей промисловості.

Для досягнення рівноваги внутрішнього ринку нашої країни і збалансованості економіки та стимулювання прогресивних змін, створення сприятливих умов для входження економіки в систему міжнародного поділу праці, державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності повинно забезпечити захист всіх економічних інтересів України і законних інтересів суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності.

При переході на зовнішній ринок товарів (робіт, послуг) в якості експортера або імпортера підприємству доцільно провести такі дії:

- встановити мету здійснення експортно-імпортних операцій;
- проаналізувати умови функціонування підприємств, з яким суб'єкти будуть заключати угоди;
- заключити угоди на реалізацію товарів, робіт, послуг;

– оцінити зовнішнє середовище, вибрати ринки збуту або ринки закупівель, знайти шляхи виходу на них;

– визначити ціну товару та умови його постачання

Для більш ефективного здійснення регулювання в області зовнішньоекономічної діяльності державі необхідно приділяти більше уваги підвищенню ефективності іноземних капіталовкладень в цілому для економіки України, що забезпечить створення сприятливого інвестиційного клімату.

Для успішної конкуренції на світових ринках та боротьби за ринки збуту своєї продукції Україні необхідно:

– підвищити ефективність економіки, яка базується на розвитку ринкових відносин;

– удосконалити концепцію розвитку експортно-імпортних операцій;

– всебічно збільшувати експортну спрямованість зовнішньоекономічної діяльності;

– забезпечувати перехід до розрахунків з зарубіжними партнерами у вільноконвертованій валюті.

Для того щоб уникнути негативних обставин в боротьбі за ринки збуту, суб'єктам зовнішньоекономічної діяльності потрібно постійно слідкувати за змінами, які відбуваються в механізмі зовнішньоторговельного регулювання, знати відмінності національних митних режимів, норми та правила, які вводяться міжнародними угодами. Тобто, сутність державного регулювання зовнішньоекономічних зв'язків міститься у забезпеченні гармонії інтересів суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності.

Отже, можна зазначити, що здійснення стратегічних намірів розвитку імпортних операцій підприємства можливе на основі нового погляду, бачення щодо суті змін мікро- та макросередовища, сил та чинників зовнішнього оточення бізнесу, що впливають на діяльність, а також з огляду на необхідність впровадження новацій у структуру управління, методів управління. Таким чином, для успішної реалізації стратегії імпорту необхідно: ефективно донесення до працівників інформації щодо стратегічного напрямку діяльності компанії для забезпечення розуміння і підтримки у процесі реалізації стратегії; своєчасне, систематичне, повне та раціональне забезпечення реалізації стратегії необхідними ресурсами відповідної якості та кількості; формування стратегічного плану дій, який складається з певних цілей та цільових настанов, можливість фіксації досягнення кожної визначеної цілі. Процес реалізації стратегії передбачає, що на кожному рівні управління керівництвом підприємства будуть виконуватись закріплені за ним функції.

ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ

1. Державна митна служба [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/4495-17> : <https://customs.gov.ua>
2. Митний кодекс України [Електронний ресурс] : кодекс України від 13.03.2012 № 4495-VI – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/4495-17>
3. Про зовнішньоекономічну діяльність [Електронний ресурс]: закон України від 16.04.1991 № 959-XII. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/959-12> [4, ст.34]
4. Про ціни і ціноутворення [Електронний ресурс] : закон України від 21.06.2012 № 5007-VI. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/5007-17>
5. Березін О.В. Стратегія підприємства [Текст] : навч. посіб. / О.В. Березін, М.Г. Безпарточний. – К. : Ліра-К, 2010. – 224 с.
6. Вічевич А.М. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності: навч. посібник /А.М. Вічевич, О.В. Максимець. – Львів : Афіша, 2004. – 140 с.
7. Волкова І.А. Методика аналізу експортно-імпортних операцій в діяльності підприємств [Текст] / І.А. Волкова, І.В. Гірчук // Вісник ЖДТУ. Економічні науки. – 2010. – № 3 (53). – С. 53-55.
8. Гребельник О.П. Основи зовнішньоекономічної діяльності. [Текст] / О.П.Гребельник, О.О.Романовський. – К.: Деміург, 2003. – 296 с.
9. Дроздова Г.Н. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності підприємства [Текст] / Г.Н.Дроздова. – К.: МАУП, 2002. – 172 с.
10. Економічний дискусійний клубу: Рівень економічної свободи України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://edclub.com.ua>
11. Кириченко, О.А. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності [Текст] / О.А. Кириченко – К.: Знання-Прес, 2002.-384 с.

12. Кирчата І.М. Управління конкурентоспроможністю підприємства в глобальному середовищі: монографія/І.М. Кирчата, Г.В. Поясник. – Харків: ХНАДУ, 2009. – 160 с.
13. Міщенко А.П. Стратегічне управління [Текст] / Міщенко А.П. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 336 с.
14. Наливайко А.П. Теорія стратегій підприємства. Сучасний стан та перспективи розвитку. – К.: КНЕУ, 2001. – 227с.
15. Немцов В. Д. Стратегічний менеджмент : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / В. Д. Немцов, Л. Є. Довгань. – К. : ТОВ «УВПК ЕксОб», 2002. – 560 с.
16. Панченко Є.Г. Міжнародний менеджмент: Навч. посібник. [Текст]/ Є.Г.Панченко. – К.: Август, 2003. – 224 с.
17. SWOT-аналіз – основа формування маркетингових стратегій : навч. посібник ; за ред. Л.В. Балабанової. – 2-ге вид., випр. і доп. – К. : Знання, 2005 – 185 с.
18. Стратегія імпорту [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.virtual.ks.ua/students/2695-strategy-imports.html>
19. Тюріна, Н. М. Основи зовнішньоекономічної діяльності [Електронний ресурс] : навч. посіб. – Режим доступу: http://lubbook.net/book_608
20. Шершньова З. Є. Стратегічне управління: підручник / З.Є. Шершньова. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К. : КНЕУ, 2004. – 699 с.

REFERENCES

1. Derzhavna mytna sluzhba [Elektronnyy resurs] – Rezhym dostupu: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/4495-17> : <https://customs.gov.ua>
2. Mytnyy kodeks Ukrayiny [Elektronnyy resurs] : kodeks Ukrayiny vid 13.03.2012 № 4495-VI – Rezhym dostupu: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/4495-17>
3. Pro zovnishn'oeconomichnu diyal'nist' [Elektronnyy resurs]: zakon Ukrayiny vid 16.04.1991 № 959-XII. – Rezhym dostupu: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/959-12> [4, ст.34]
4. Pro tsiny i tsinoutvorennya [Elektronnyy resurs] : zakon Ukrayiny vid 21.06.2012 № 5007-VI. – Rezhym dostupu: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/5007-17>
5. Berezin O.V. Stratehiya pidpryyemstva [Tekst] : navch. posib. / O.V. Berezin, M.H. Bezpartochnyy. – К. : Lira-K, 2010. – 224 s.
6. Vichevych A.M. Analiz zovnishn'oeconomichnoyi diyal'nosti: navch. posibnyk /A.M. Vichevych, O.V. Maksymets'. – L'viv : Afisha, 2004. – 140 s.
7. Volkova I.A. Metodyka analizu eksportno-importnykh operatsiy v diyal'nosti pidpryyemstv [Tekst] / I.A. Volkova, I.V. Hirchuk // Visnyk ZHDTU. Ekonomichni nauky. – 2010. – № 3 (53). – S. 53-55.
8. Hrebel'nyk O.P. Osnovy zovnishn'oeconomichnoyi diyal'nosti. [Tekst] / O.P.Hrebel'nyk, O.O.Romanovs'kyi. – К.: Demiurh, 2003. – 296 s.
9. Drozdova H.N. Menedzhment zovnishn'oeconomichnoyi diyal'nosti pidpryyemstva [Tekst] / H.N.Drozdova. – К.: MAUP, 2002. – 172 s.
10. Ekonomichnyy diskusiynyy klubu: Riven' ekonomichnoyi svobody Ukrayiny. [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: <http://edclub.com.ua>
11. Kyrychenko, O.A. Menedzhment zovnishn'oeconomichnoyi diyal'nosti [Tekst] / O.A. Kyrychenko – К.: Znannya-Pres, 2002.-384 s.
12. Kyrchata І.М. Управління конкурентоспроможністю підприємства в глобальному середовищі: монографія/І.М. Кирчата, Г.В. Поясник. – Харків: ХНАДУ, 2009. – 160 с.
13. Міщенко А.П. Стратегічне управління [Текст] / Міщенко А.П. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 336 с.
14. Nalyvayko A.P. Teoriya stratehiy pidpryyemstva. Suchasnyy stan ta perspektyvy rozvytku. – К.: KNEU, 2001. – 227s.
15. Nyemtsov V. D. Stratehichnyy menedzhment : navch. posib. dlya stud. vyshch. navch. zakl. / V. D. Nyemtsov, L. YE. Dovhan'. – К. : TOV «UVPK EksOb», 2002. – 560 s.
16. Panchenko YE.H. Mizhnarodniy menedzhment: Navch. posibnyk. [Tekst]/ YE.H.Panchenko. – К.: Avhust, 2003. – 224 s.
17. SWOT-analiz – osnova formuvannya marketynhovoykh stratehiy : navch. posibnyk ; za red. L.V. Balabanovoyi. – 2-he vyd., vypr. i dop. – К. : Znannya, 2005 – 185 s.

18. Stratehiya importu [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: <http://www.virtual.ks.ua/students/2695-strategy-imports.html>
19. Tyurina, N. M. Osnovy zovnishn'oekonomichnoyi diyal'nosti [Elektronnyy resurs] : navch. posib. – Rezhym dostupu: http://lubbook.net/book_608
20. Shersh'n'ova Z. YE. Stratehichne upravlinnya: pidruchnyk / Z.YE. Shersh'n'ova. – 2-he vyd., pererob. i dop. – K. : KNEU, 2004. – 699 s.

РЕФЕРАТ

Левчук Н.М. Імпортна діяльність в Україні та шляхи її вдосконалення / Н.М. Левчук, С.І. Петровська // Вісник Національного транспортного університету. Серія «Економічні науки». Науковий журнал. – К.: НТУ, 2022. – Вип. 4 (54).

Стаття присвячена обґрунтуванню науково-теоретичних аспектів стратегії імпорту.

Об'єкт дослідження – імпортна діяльність українських підприємств.

Мета роботи – виокремлення переваг, недоліків та ризиків стратегії імпорту українських підприємств.

Мета дослідження – теоретичне та аналітичне обґрунтування шляхів удосконалення імпортної діяльності в нашій країні.

Метод дослідження – теоретичне та аналітичне обґрунтування процесів, пов'язаних з особливостями стратегії імпорту українських підприємств.

Розвиток конкуренції на ринку обумовлює потребу підвищення ефективності діяльності підприємства, важливою складовою чого є вдосконалення імпортної діяльності. Авторами надається стратегія державної політики у сфері імпортозаміщення.

В статті на основі дослідження особливостей стратегії українських підприємств і врахуванні переваг, недоліків та ризиків імпортної діяльності, розроблено рекомендації щодо управління ризиками.

Результати статті можуть бути використані при розробці стратегії імпорту для здійснення зовнішньоекономічної діяльності підприємств.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: ІМПОРТ, СТРАТЕГІЯ ІМПОРТУ, ІМПОРТНА ДІЯЛЬНІСТЬ, РИЗИКИ, ЧИННИКИ ВПЛИВУ, ІМПОРТОЗАМІЩЕННЯ.

ABSTRACT

Levchuk N.M., Petrovska S.I. Import activity in Ukraine and ways to improve it. Visnyk National Transport University. Series «Economic sciences». Scientific journal. – Kyiv: NTU, 2022. – Issue 4 (54).

The article is devoted to the justification of the scientific and theoretical aspects of the import strategy.

The object of the study is the import activity of Ukrainian enterprises.

The purpose of the work is to highlight the advantages, disadvantages and risks of the import strategy of Ukrainian enterprises.

The purpose of the study is theoretical and analytical substantiation of ways to improve import activity in our country.

The research method is a theoretical and analytical substantiation of the processes related to the peculiarities of the import strategies of Ukrainian enterprises.

The development of competition in the market determines the need to increase the efficiency of the enterprise, an important component of which is the improvement of import activity. The authors provide a strategy of state policy in the field of import substitution.

In the article, based on the study of the peculiarities of the strategy of Ukrainian enterprises and taking into account the advantages, disadvantages and risks of import activity, recommendations on risk management were developed.

The results of the article can be used when developing an import strategy for foreign economic activities of enterprises.

KEY WORDS: IMPORT, IMPORT STRATEGY, IMPORT ACTIVITY, RISKS, INFLUENCING FACTORS, IMPORT SUBSTITUTION.

АВТОРИ:

Левчук Наталія Миколаївна, кандидат економічних наук, доцент, Національний транспортний університет, доцент кафедри економіки, e-mail: natalya.levchuk03@gmail.com, тел. +380507300101, Україна, 01010, м. Київ, вул. Омеляновича-Павленка, 1, к. 313, <https://orcid.org/0000-0003-1296-7182>.

Петровська Світлана Іванівна, кандидат економічних наук, доцент, Національний транспортний університет, доцент кафедри економіки, e-mail: petrovskayas@ukr.net, тел. +380679523747, Україна, 01010, м. Київ, вул. Омеляновича-Павленка, 1, к. 313, <https://orcid.org/0000-0003-3561-5729>.

AUTHORS:

Levchuk Natalia M., Candidate of Economical Sciens, Associate Professor, National Transport University, Associate Professor of Department of Economics, e-mail: natalya.levchuk03@gmail.com, +380507300101, Ukraine, 01010, Kyiv, str. Omelyanovich-Pavlenka, 1, room 313, <https://orcid.org/0000-0003-1296-7182>.

Petrovska Svetlana I. Candidate of Economical Sciens, Associate Professor, National Transport University, Associate Professor of Department of Economics, e-mail: petrovskayas@ukr.net, +380679523747, Ukraine, 01010, Kyiv, str. Omelyanovich-Pavlenka, 1, room 313, <https://orcid.org/0000-0003-3561-5729>.

РЕЦЕНЗЕНТ:

Бондаренко Є.В., доктор економічних наук, професор, ЗАТ «УКРАКАДЕМІНВЕСТБУД», директор, Київ, Україна.

Гречан А.П., доктор економічних наук, професор НТУ.

REVIEWER:

Bondarenko E.V., Ph.D., Economics (Dr.), Professor, CJSC «UKRAKADEMINVESTBUD», director, Kyiv, Ukraine.

Grechan A.P., Ph.D., Economics (Dr.), Professor NTU.