

*К.е.н., доцент, Давиденко В.В.  
Магістрант, Зубарєва О.А.  
Національний авіаційний університет, м.Київ*

## **УДОСКОНАЛЕННЯ ЕКСПОРТНО-ІМПОРТНИХ ОПЕРАЦІЙ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ КРИЗИ**

*В статті досліджуються можливі шляхи удосконалення експортно-імпортних операцій підприємства, з метою підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності.*

В умовах зростаючої конкуренції та нестабільного економічного середовища суттєву роль набуває підвищення ефективності управління діяльністю підприємства.

**Цілю даної статті** є знаходження конкретних способів досягнення більш ефективного здійснення експортно-імпортних операцій українських підприємств, які залучені до зовнішньоекономічної діяльності.

**Метою даної статті** є здійснення аналізу ефективності проведення експортно-імпортних операцій підприємствами. Аналіз проводитиметься методом декомпозиції. Розглянемо експортно-імпортні операції, як сукупність конкретних дій, які інтегруються в єдину цілісність для досягнення результату. В даному випадку результатом виступає ефективність операцій з експорту та імпорту.

Проблеми щодо удосконалення експортно-імпортних операцій досліджувалися такими вченими-економістами, як: Янковський Е.А., Островський Л.Е., Казанцев С.К., Макогон Ю.В., Кравченко В.А., Кравцова В.В, Мамутов В.К., Чувпило О.О., Новицький В.Е. та інші. Казанцев С.К. стверджує, що найкращим способом удосконалення експортно-імпортних операцій є страхування від валютних ризиків, адже саме цей фактор спричиняє значні фінансові втрати. Правильно встановлені умови страхування можуть поліпшити загальний стан проведення зовнішньоекономічних операцій [4, 5].

Однак окремі аспекти залишаються невизначеними, потребують подальших наукових досліджень і розробок спрямованих на їх удосконалення. Зазначена проблема є особливо актуальною в наш час. В умовах економічної кризи необхідно вживати всі можливі способи щодо удосконалення зовнішньоекономічної діяльності. Дуже важливо організувати цю діяльність таким чином, щоб вона була якісною та приносила прибутки. В період фінансової кризи необхідно розуміти всю проблематику здійснення експортно-імпортних операцій. Більшість господарюючих суб'єктів втратили можливість вступати в зовнішньоекономічні відносини. Ефективність організації експортно-імпортних операцій значним чином пов'язані з ефективністю функціонування підприємства в цілому.

Удосконалення організації експортних операцій необхідно починати з:

1) правильного підбору менеджера з продаж, адже від його кваліфікації залежить правильна організація експортних операцій.

Гарний фахівець знає своїх людей, їх сильні та слабкі сторони. Він також розуміє динаміку галузі, потреби клієнтів, поточні економічні тенденції і конкуренцію. Хороший менеджер відділу продажів - це хороший HR-manager. Саме він відбирає і розвиває високоефективну команду. Дуже важливо, щоб менеджером з продаж був назначений колишній продавець даного підприємства. Такий працівник знайомий з процедурами продажу, оскільки сам був безпосередньо залученим до цього виду діяльності. Однак оптимальна робота досягається тільки тоді, коли продавець, який отримав підвищення, швидко виявляє істотну зміну обов'язків, що відбулося після його призначення на керівну посаду. Висококваліфікований фахівець повинен вміти досягти цілей чужими руками. Менеджери з продаж повинні мати спеціальні знання і володіти здатністю використовувати їх у повсякденній роботі з управління торгівельною діяльністю. Вимоги до їх професійної компетенції можна умовно розділити на дві групи. Першу складають знання та вміння виконувати професійну роботу в управлінні, що вміщують:

- навички прийняття рішень в ситуаціях, для яких характерні висока динамічність і невизначеність;
- інформованість з питань розвитку галузі, в якій працює підприємство: конкурентості, динаміки попиту на продукцію;
- вміння використовувати сучасну інформаційну технологію, засоби

комунікації та зв'язку.

Друга група вимог пов'язана зі здатністю менеджерів з продаж працювати з людьми. Менеджери повинні мати особисті якості, які підсилюють довіру та повагу з боку інших. До цієї групи входять:

- високе почуття обов'язку і відданість справі;
- чесність у відносинах з людьми і довіра до партнерів;
- вміння чітко висловлювати свої думки і переконувати [1].

Отже, бачимо, що від кваліфікації менеджера з продаж, в обов'язки якого буде входити організація експортних операцій може значно залежати ефективність самих операцій.

2) правильного вибору маркетингової політики.

При здійсненні експортних операцій потрібно чітко окреслити маркетингову політику і дотримуватися її. Головним параметром є визначення ціни. Як економічний інструмент ринкової економіки ціна суттєво впливає на ефективність зовнішньоекономічної діяльності підприємств, створюючи умови для забезпечення їх фінансової сталості та економічної незалежності. Саме ціна акумулює в собі рівень успіху підприємства, що знаходить своє вираження в обсягах продажів та розмірі прибутку від реалізації продукції.

Переорієнтація на маркетинговий підхід до процесу ціноутворення дає можливість підприємствам з об'єктивних позицій підійти до формування цін на продукцію, чітко визначитися стосовно ефективного напрямку цінової політики та забезпечити прибуткову діяльність. Такі ціни орієнтують підприємства на всебічне розкриття їхніх можливостей при реалізації продукції на вітчизняному й зарубіжному ринках [2].

Спрямованість, структура та більша частина методів маркетингового ціноутворення мають загальний характер, тому вони цілком придатні і для економіки України, для підприємств будь-якої форми власності та будь-яких масштабів господарської діяльності.

Керівники вітчизняних підприємств змушені приймати рішення з ціноутворення в умовах невизначеності наслідків таких рішень. Невизначеність часто пов'язана не стільки з недосконалістю господарського механізму і законодавства, скільки із браком економічних комерційних знань і практичного досвіду. Така ситуація приводить до того, що багато підприємств внаслідок недостатнього аналізу критичних для виживання факторів зовнішнього

середовища (поведінка споживачів, способи та методи роботи конкурентів, зміна кон'юнктури ринку, поява нових середовищ, насамперед, до запитів і вимог споживачів товарів тощо) постійно змушені працювати в умовах підвищеного ризику. Таким чином потрібно приділяти значні зусилля правильної маркетингової політики.

### 3) правильного підбору агентів з пошуку ринків збуту.

Агент відграє важливу роль, так як він є тією особою, яка допомагає в пошуку ринку збуту і може звести підприємство з іншими партнерами для співпраці. При підборі агента потрібно зважати на його професійні якості та досвід роботи в даній сфері. Сьогодні в умовах кризи більшість іноземних підприємств скорочуватимуть об'єми імпорту, тому тільки висококваліфікований фахівець зможе знайти можливості для проникнення на нові ринки збуту та досягти домовленостей.

### 4) дослідження цін на продукцію.

Відомо що існує суперечливість інтересів імпортера та експортера. Імпортер зацікавлений продати свій товар за якомога вищими цінами, а імпортер бажає купити за якомога нижчою ціною. Щоб підвищити ефективність експортних операцій необхідно ретельно дослідити ціни на продукцію, які пропонуються іншими експортерами та скоригувати ціну до такого рівня який би задовольнив експортера та імпортера. Також необхідно здійснювати дослідження цін на продукцію, щоб своєчасно відреагувати на зміни. В деяких випадках дохід від експорту може бути значно покращеним.

### 5) пошуку шляхів мінімізації витрат на організацію експортних операцій та їх здійснення.

Цей крок являється одним із основних на шляху удосконалення експортних операцій будь-якого господарського суб'єкта. Значна частка витрат відноситься до витрат на організацію експортних операцій. Існують різні шляхи щодо їх мінімізації. Перш за все підприємство може запропонувати здійснення експортних операцій на інших умовах, та зазначити це в договорі, але попередньо необхідно досягти згоди між сторонами. Від встановлених умов, за якими будуть здійснюватися експортні операції залежить які витрати понесе кожна із сторін угоди. Звісно для експортера буде вигідно щоб всі витрати стосовно транспортування, навантаження, розвантаження, розмитнення та витрат на інші формальності понесла імпортуюча сторона. Тому експортер повинен наполягати на умовах які б задовольняли його інтереси та мінімізували

витрати на здійснення експортних операцій.

Удосконалення ефективності імпорتنих операцій в умовах кризи можна досягти шляхом:

1) пошуку більш вигідних постачальників.

Для здійснення імпорتنих операцій необхідно дізнатися про всіх можливих постачальників, та умови співпраці з ними. Потрібно якомога більше здобути інформації про якість послуг які вони надають. Дуже важливо отримати позитивні відгуки від інших клієнтів. Від надійності постачальників залежить ефективність діяльності підприємства. Позитивною тенденцією буде довгострокова співпраця з постачальником. В цьому випадку існуватиме впевненість в його добросовісності та надійності.

2) застосовування засобів страхування валютних ризиків.

Під валютним ризиком розуміється ризик можливих фінансових втрат, таким чином ефективність імпорتنих операцій буде знижена, що не буде певною мірою задовольняти імпортера. Підприємство може суттєво знизити валютний ризик зовнішньоекономічних угод, використовуючи два методи:

- правильний вибір валюти;
- регулювання валютної позиції по контрактам.

Метод правильного вибору валюти ціни зовнішньоекономічного контракту полягає у встановленні ціни в контракті в такій валюті, зміна курсу якої вигідна для даної організації.

Валютні застереження являють собою спеціально включені в текст контракту умови, у відповідності з якими сума платежу повинна бути переглянута в тій же пропорції в якій відбудеться зміна курсу валюти платежу по відношенню до валюти застереження. Валютне застереження «рівного ризику» збільшує межі коливань валютних курсів і тим самим період часу, на протязі якого партнери можуть без перегляду умов контракту співпрацювати на взаємовигідній основі.

3) організації потрібних строків поставки.

Для удосконалення імпорتنих операцій потрібно також зважати на строки поставки товару. Адже в різних випадках затримка або попередня поставка може призвести до додаткових витрат. Затримка поставки може спричинити, скажімо, збоєм в системі виробництва. Попередня поставка завдасть додаткових витрат на зберігання товару. Тому необхідна чітка домовленість про дотримання строків поставки.

4) організація безперервності поставок, якщо це необхідно для ефективної діяльності підприємства.

В залежності від того, чим займається підприємство-імпортер буде залежати необхідність організації безперервності поставок. Якщо підприємство займається безперебійним виробництвом, то для нього буде суттєво необхідною умова безперервності поставок. Адже від цього буде залежати вся його діяльність. Навіть незначний простій буде коштувати значних витрат. При невчасній поставці, можуть зірватися всі виробничі терміни, які потягнуть за собою ряд проблем. Значимість безперервності поставок полягає в тому, що цей процес на підприємствах повинен здійснюватися постійно в межах життєвих циклів проектів та товарів що виготовляються.

Процес безперервності поставок має бути безперервним унаслідок таких важливих передумов:

- невизначеність зовнішнього середовища і наявність непередбачених змін вимагають постійного корегування очікувань фірми щодо зовнішніх умов і відповідного уточнення планів;
- змінюються не тільки передумови, а й уява фірми про свої внутрішні цінності і можливості. Якщо фірма не враховуватиме такі зміни, то запланований і отриманий результат може виявитися нікому не потрібним [3].

5) організації правильного транспортного забезпечення.

Будь-яка експортно-імпортна операція не обійдеться без використання транспортного засобу. Основними причинами, що сприяють правильній організації транспортного забезпечення при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності є: невпорядкованість системи державного регулювання щодо контролю на кордоні та справляння зборів; висока вартість послуг, що надаються митними брокерами, контрольними службами й транспортними терміналами; численні бюрократичні перепони при оформленні міжнародних перевезень; низька швидкість доставки пасажирів та вантажів; несприятлива криміногенна обстановка; брак комплексного, у тому числі інформаційного, обслуговування на шляху здійснення міжнародних перевезень; недостатність, а на окремих напрямках і відсутність комплексу нормативно-правових актів, що регулюють міжнародні перевезення та їх обслуговування. Вибір правильного транспортного забезпечення повинен базуватися на основі даних про товар,

який перевозиться, дальність перевезення, інформації щодо необхідності використання конкретного транспорту. Потрібно зважати на той факт, що при перевезенні дорогого товару, краще перестрахуватися і використати більш надійний транспорт, наприклад повітряний, хоча він і являється дорожчим. Відомо, що час також відіграє дуже важливу роль в здійсненні імпорتنих операцій, тому дуже важливо, щоб обраний вид транспорту збалансовував витрати часу і грошей на здійснення транспортування. Тільки в цьому разі він буде прийнятним.

Висновки. При правильній організації експортно-імпорتنих операцій можна досягти непоганих фінансових результатів. Головне це правильно організувати зовнішньоекономічну діяльність. Потрібно пам'ятати що існують можливі шляхи удосконалення експортно-імпорتنих. Для цього необхідно зважати на всі складові даних операцій. При правильному аналізі та дослідженні окремих факторів можливо розробити такий план дій, який би в більшій мірі задовольняв підприємство, і сприяв в отриманні кращих прибутків від здійснення зовнішньоекономічних операцій.

### Список літератури

1. Рэкхем Н., Рафф Р. Управление большими продажами. «НІРРО», 2003., 313 с.
2. Корнєв В.Л., Корецький М. Х., Дацій О. І. Маркетингова цінова політика. Навчальний посібник.- К.: Центр учбової літератури, 2007., 200 с.
3. Журнал інтелектуальної еліти «Персонал», №10/2006 р.
4. Казанцев С.К. Основы страхования: Учебное пособие / Екатеринбург: изд. ИПК УГТУ, 2000. - 101 с.
5. Стровский Л.Е., Казанцев С.К., Шаблова Е.Г. "Внешнеэкономическая деятельность предприятия" Учебное пособие, - М.: Юнити, 2001 г., 823с.