

УДК 339.56:339.924

Огієнко А.В.*кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту організації та ЗЕД
Миколаївського національного університету
імені В.О. Сухомлинського***Огієнко М.М.***кандидат технічних наук,
доцент кафедри менеджменту
ВП «Миколаївська філія**Київського національного університету культури і мистецтв»*

ПОШУК ДІЛОВИХ ПАРТНЕРІВ ДЛЯ УКРАЇНСЬКИХ ТОВАРОВИРОБНИКІВ НА РИНКУ КРАЇН ЄС

SEARCH BUSINESS PARTNERS FOR UKRAINIAN PRODUCERS ON THE EU MARKET

АНОТАЦІЯ

У статті наведено методику пошуку іноземних партнерів та необхідної інформації щодо потенційних ринків збуту певної продукції та інформації стосовно умов експорту в країнах Європейського Союзу з використанням можливостей служби підтримки експорту (Export Helpdesk) для сприяння українським суб'єктам зовнішньоекономічної діяльності. Мережа Інтернет несе в собі невичерпні можливості отримання оперативної маркетингової інформації, розбудови міжнародних контактів. На цьому ресурсі можна ознайомитися з цими питаннями, а також отримати докладну інформацію про технічні характеристики, маркування та упаковки стандартів, санітарно-гігієнічні й екологічні норми для певних продуктів тощо. На основі практичної інформації, представленої в науковій роботі, українські виробники і експортери можуть розширити свої знання і стати ближче до успіху у виході на ринок ЄС.

Ключові слова: торгівля через Інтернет, веб-ресурси, пошук партнерів, зона вільної торгівлі, служба підтримки експорту.

АННОТАЦИЯ

В статье приведена методика поиска иностранных партнеров и необходимой информации о потенциальных рынках сбыта определенной продукции и информация об условиях экспорта в страны Европейского Союза с использованием возможностей поддержки экспорта (Export Helpdesk) для содействия украинским субъектам внешнеэкономической деятельности. Сеть Интернет несет в себе неисчерпаемые возможности получения оперативной маркетинговой информации, развития международных контактов. На этом ресурсе можно ознакомиться с этими вопросами, а также получить подробную информацию о технических характеристиках, маркировке и упаковке стандартов, санитарно-гигиенических и экологических нормах для определенных продуктов и т. д. На основе практической информации, представленной в научной работе, украинские производители и экспортеры могут расширить свои знания и стать ближе к успеху в выходе на рынок ЕС.

Ключевые слова: торговля через Интернет, веб-ресурсы, поиск партнеров, зона свободной торговли, служба поддержки экспорта.

ANNOTATION

The article shows the methodology for finding foreign partners and relevant information on potential markets for certain products and information concerning the conditions of export to European Union countries using the possibility of support exports (Export Helpdesk) to promote Ukrainian subjects of foreign economic activity. The Internet brings endless opportunities for operational marketing information, building international contacts. On this resource you can be consulted regarding these issues, and it provides detailed information on specifications, standards labeling and packaging, hygiene and environmental rules for certain

products, etc. Based on practical information presented in this scientific paper, the Ukrainian manufacturers and exporters can expand their knowledge and get closer to success in entering the EU market.

Key words: trade over the Internet, web-resources, search partners, free trade zone, service support exports.

Постановка проблеми. Активна інтернаціоналізація українського бізнесу, входження в європейський та глобальний діловий простір вимагають відкритого та гнучкого мислення для засвоєння нових знань, нових технологій, нової культури ведення бізнесу, занурення в міжнародне бізнес-середовище та постійної готовності до навчання. Технічними передумовами цього є доступ до мережі Інтернет та знання англійської мови. Водночас найоперативніша ділова інформація, а також передові світові інформаційні сервіси й бази даних здебільшого доступні англійською мовою.

Сьогодення підштовхує український бізнес розширювати канали збуту своєї продукції та прагнути зменшувати ризики під час здійснення зовнішньоекономічної діяльності. Європейський ринок є перспективним за певних умов та підходах до експортної діяльності (понад 500 млн. осіб в ЄС є споживачами) [1], купівельна спроможність значно вища за будь-які інші ринки, велике значення має культура ведення бізнесу. Все це дасть змогу отримувати високі прибутки підприємствам, що за мету поставлять вихід на ринки ЄС, модернізацію власного виробництва відповідно до європейських стандартів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми пошуку та вибору іноземних партнерів досліджуються у працях Ю.А. Кахович [4], С.В. Тютюнникової [7], М.В. Домрачевої [2], М.О. Карпенка [3], Є.В. Мниха [6], Е. Хеннінгссон [9], С. Холленсен [10] та інших вітчизняних та закордонних науковців.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. У працях згаданих вище

науковців наведено інтернет-ресурси, до яких можна звернутися під час пошуку ділового партнера, а також їх короткий опис. Міркуючи в цьому руслі, ми виявляємо практичні інструменти, тактики й стратегії, зокрема, з міжнародного досвіду, що давали б змогу, з одного боку, максимально скористатись новими можливостями, а з іншого боку, знижувати ризики роботи в нових умовах. Опис подібного інструментарію, звичайно, має більше значення для малого та середнього бізнесу, що часто відчуває брак необхідної інформації та обмеженість ресурсів для її отримання. Проте викладена інформація може згодитись і для великих підприємств.

Мета статті полягає у сприянні українським суб'єктам зовнішньоекономічної діяльності у пошуку іноземних партнерів та необхідної інформації щодо потенційних ринків збуту певної продукції в країнах Європейського Союзу; ознайомленні з правилами імпорту та експорту в країни ЄС, вимогами щодо продукції, а також іншою корисною практичною інформацією, пов'язаною з ринком країн ЄС та доступом до нього. У разі пошуку бізнес-партнерів компанії можуть знайти в роботі пропозиції щодо просування своєї продукції через мережу Інтернет. Також товаровиробники знайдуть поради, як поширити інформацію про своє підприємство через організації підтримки бізнесу в країнах ЄС, наприклад, через мережу торгово-промислових палат або інших загальноєвропейських мереж.

Виклад основного матеріалу дослідження. Служба підтримки експорту (Export Helpdesk) – це сервіс, який створений Європейською Комісією [8] для того, щоб допомагати підприємствам з країн; тут користувачі знайдуть корисну інформацію щодо торгівлі з ЄС (діючи мита, преференційні торговельні угоди, статистичні дані, вимоги до продукції тощо).

Наведемо практичні рекомендації щодо використання можливостей веб-ресурсу «Служба підтримки експорту».

1) Переходимо на сайт за таким посиланням: <http://exporthelp.europa.eu>.

2) Натискаємо на кнопку “My export” – мій експорт. У цій вкладці заповнюємо поля “Select a country of origin”, “Select a destination country”, тобто вибираємо країну походження товару та країну, куди підприємство планує експортувати товар. У нашому прикладі країною походження є Україна, країною, куди підприємство планує експорт, є Франція. Ілюстрацію цього кроку зображено на рис. 1.

3) Натискаємо на кнопку “Find my product code”, щоб знайти HS-код потрібної продукції.

4) У відкритому вікні у пошуковому рядку задаємо назву товару, що цікавить наше підприємство у даному випадку, – “Wheat”, тобто пшениця. І натискаємо “Search” – пошук. Зображення кроку 3 та 4 наведено на рис. 2.

5) Обираємо код для нашої продукції. Оскільки для прикладу обрано підприємство, що спеціалізується експорті пшениці, нам потрібен код 1001. І натискаємо “Search” – пошук. Цей крок зображено на рис. 3.

6) Після того, як ми натиснули “Search”, відкривається наступна сторінка, зображена на рис. 4, на якій ми можемо знайти основну інформацію щодо експорту товару з країни походження до країни призначення. Ми можемо дізнатися інформацію про внутрішні податки, що стосуються нашого товару, у пункті «Внутрішні податки» (“Internal taxes”). Також на цій сторінці відображені спеціальні вимоги (“Specific requirements”) щодо експорту в країну ЄС (у нашому випадку – Францію). У цьому пункті ми знайдемо такі підпункти:

– “Health control of feedingstuffs of non-animal origin” – санітарний контроль щодо продуктів нетваринного походження;

– “Plant health control” – санітарний контроль рослин;

– “Marketing requirements for seeds and plant propagating material” – маркетингові вимоги щодо насіння та матеріалу для розмноження рослин;

Рис. 1. Робота з сторінкою «Мій експорт»

– “Voluntary – Products from organic production” – гуманітарні органічні продукти.

Перейшовши за одним з наведених вище посилань, ми дізнаємось більш детально про вимоги, а також законодавчу базу, що регламентує ці вимоги.

7) На цій сторінці, окрім вкладки «Вимоги» (“Requirements”), ще знаходяться такі вкладки: “Tariffs” – тарифи, “Rules of Origin GSP” – правила Загальної системи преференцій, “Autonomous Trade Preferences” – Автономні торгові преференції. Більш детальну інформацію за кожним з пунктів можна дізнатися, натиснувши на вкладку. Ілюстрація до цього кроку зображена на рис. 5.

8) Далі ми маємо дізнатись, які документи потрібні для митного очищення товару, експортованого в ЄС. Для цього натискаємо на панелі з

лівого боку на пункт “Requirements” – вимоги, після чого вибираємо пункт “Understanding the EU market” – розуміння ринку ЄС, а також вибираємо “Documents for customs clearance” – документи для митного очищення. Під час натискання на кожен документ у ключовій області (“Key areas”) відкривається сторінка з практичними роз’ясненнями щодо цих документів, підготовлених для митного оформлення.

Це такі основні документи: декларація митної вартості – “customs value declaration”, комерційний рахунок-фактура – “commercial invoice”, вантажні документи – “freight documents”, документи страхування вантажів – “insurance documents”, пакувальний лист – “packing list” єдиний адміністративний документ (ЄАД) – “single administrative document” (рис. 6).

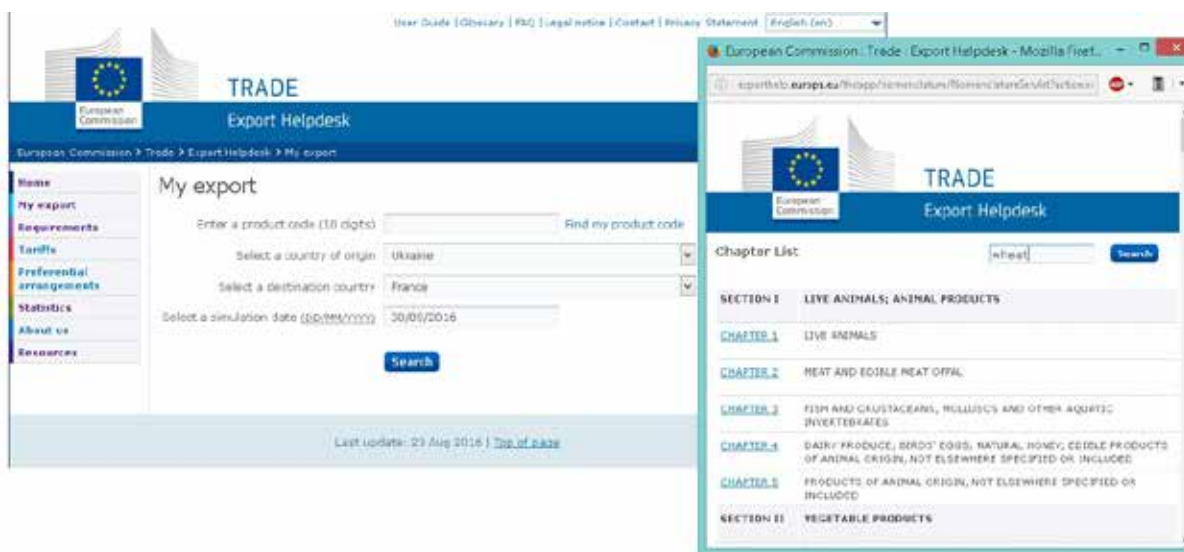


Рис. 2. Пошук

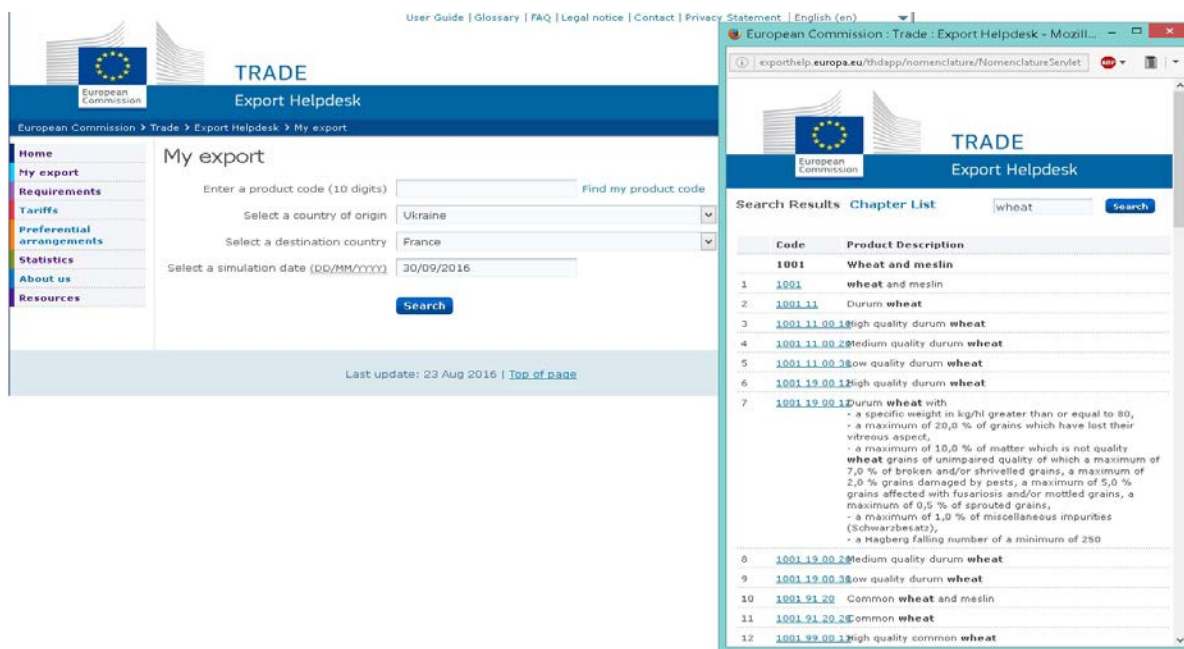


Рис. 3. Вибір коду товару

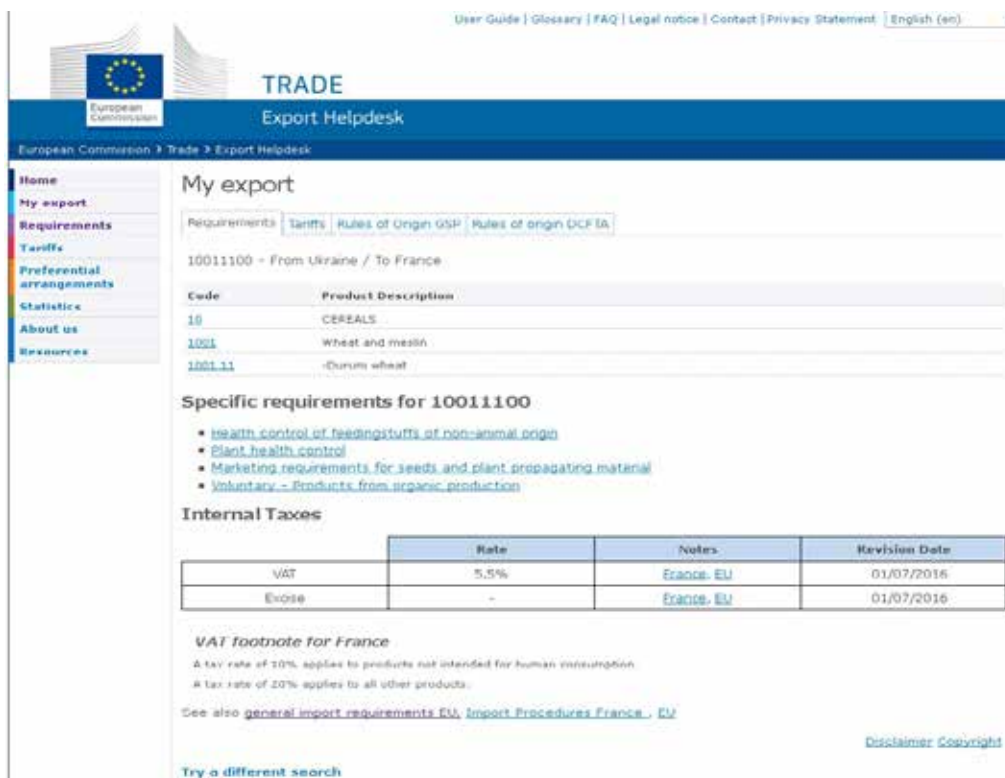


Рис. 4. Основна інформація щодо експорту

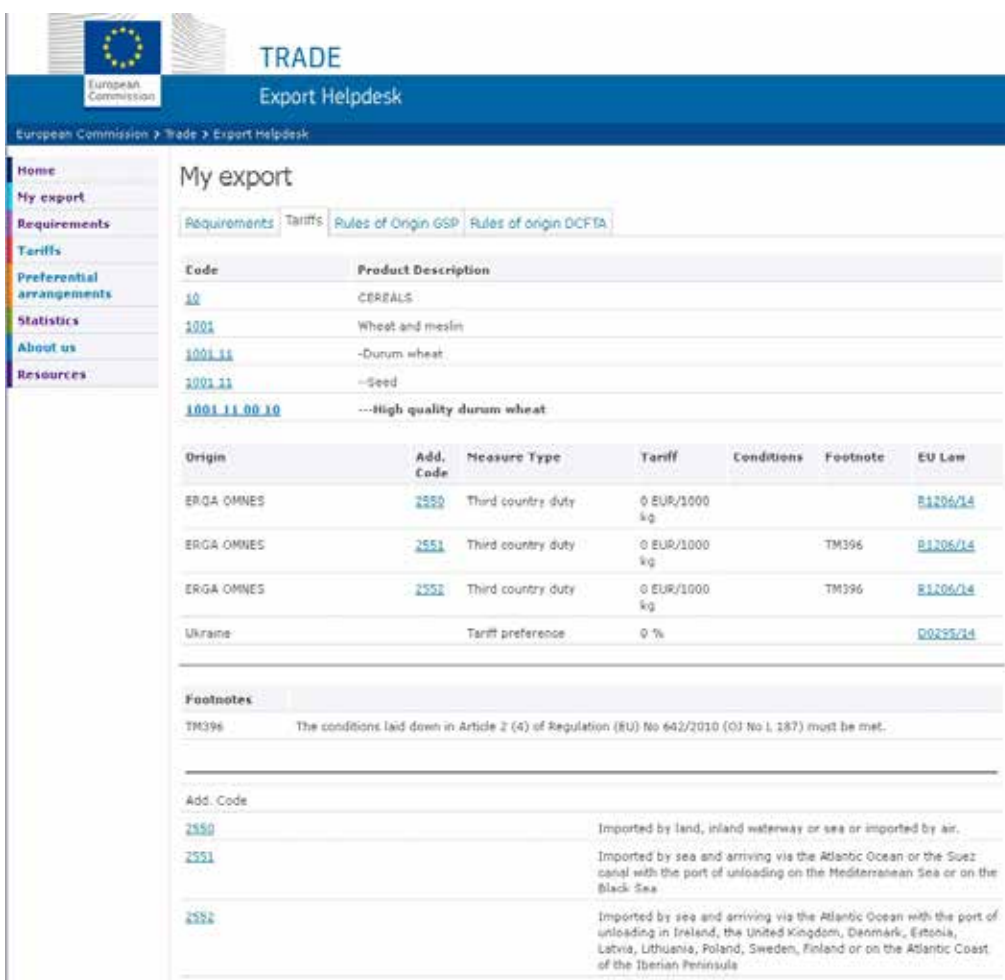


Рис. 5. Інформація щодо тарифів та правил загальної системи преференцій

Documents for customs clearance

Commercial invoice

The commercial invoice is a record or evidence of the transaction between the exporter and the importer. Once the goods are available, the exporter issues a commercial invoice to the importer in order to charge him for the goods.

The commercial invoice contains the basic information on the transaction and is always required for customs clearance.

Although some entries specific to the export-import trade are added, it is similar to an ordinary sales invoice. The minimum data generally included are the following:

- Information on the exporter and the importer (name and address)
- Date of issue
- Invoice number
- Description of the goods (name, quality, etc.)
- Unit of measure
- Quantity of goods
- Unit value
- Total item value
- Total invoice value and currency of payment. The equivalent amount must be indicated in a currency freely convertible to Euro or other legal tender in the importing EU country
- The terms of payment (method and date of payment, discounts, etc.)
- The terms of delivery according to the appropriate Incoterm
- Means of transport

No specific form is required. The commercial invoice is to be prepared by the exporter according to standard business practice and it must be submitted in the original along with at least one copy. In general, there is no need for the invoice to be signed. In practice, both the original and the copy of the commercial invoice are often signed. The commercial invoice may be prepared in any language. However, a translation into English is recommended.

Customs value declaration

A **Customs Value Declaration** must be presented to the customs authorities where the **value of the imported goods exceeds €10 000**. The Customs Value Declaration must be drawn up conforming to **Form DV 100**. This form must be presented with the Single Administrative Document (SAD).

Рис. 6. Документи для митного очищення товару

Отже, як ми бачимо з наведених вище прикладів, веб-ресурс “Export Helpdesk” має значний арсенал інформації, яка потрібна для підприємства, що прагне експортувати свою продукцію на ринок ЄС.

Висновки. Інтернет містить величезну кількість інформації, а саме новини, огляди законодавства, статистичні дані, аналітичні огляди, бази даних про ціни, переліки менеджерів та клієнтів із посиланнями на їхні сайти тощо, що може бути використано для дослідження ринку. Інтернет не в змозі цілком замінити інші методи дослідження ринку, однак багато в чому за допомогою Інтернету можна прискорити пошук необхідних даних і спростити доступ до маркетингової інформації.

Під час здійснення пошуку ділових партнерів на ринках країн ЄС ми рекомендуємо підприємцям використання шаблону комерційної пропозиції, у якому конкретно описана основна інформація щодо підприємства та формату його співпраці з майбутнім бізнес-партнером.

Під час здійснення пошуку інформації товаровиробниками України щодо цільового ринку країн Європейського Союзу нами запропоновано використовувати веб-ресурс “Export Helpdesk”, на якому в онлайн-режимі користувачі можуть знайти повну інформацію, зокрема, стосовно діючих мит, умов торгівлі з ЄС, тарифних та нетарифних обмежень, специфічних вимог до продукції.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. База даних українських експортерів // Офіційний сайт Міністерства економічного розвитку і торгівлі [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.ukrexport.gov.ua.
2. Домрачева М.В. 14 місць, у яких ховаються ваші гроші / М.В. Домрачева [Електронний ресурс]. – Режим доступу : europa-torgivlia.org.ua.
3. Карпенко М.О. Удосконалення організації зовнішньоекономічної діяльності на підприємстві / М.О. Карпенко [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.finance-library.com.ua.
4. Кахович Ю.А. Вибір зовнішньоекономічних партнерів – основа успішного бізнесу / Ю.А. Кахович [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.economy.nauka.com.ua.
5. Мирошніченко О.М. Базовий посібник з інтернаціоналізації бізнесу і виходу на ринки Європейського Союзу / О.М. Мирошніченко. – К. : ФОП Клименко Ю.Я., 2014. – 180 с. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://blog.vlasnasprava.info/wp-content/uploads/Інтернаціоналізаціябізнесу\(Мирошніченко\).pdf](http://blog.vlasnasprava.info/wp-content/uploads/Інтернаціоналізаціябізнесу(Мирошніченко).pdf).
6. Мних Є.В. Аналіз ділового партнерства у виробничій діяльності / Є.В. Мних [Електронний ресурс]. – Режим доступу : bit.ly.
7. Теоретичні основи формування маркетингової стратегії вітчизняних підприємств у разі виходу на зовнішній ринок / [С.В. Тютюнникова, О.В. Кот, Р.В. Левін] // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. – 2010. – Вип. 2. – С. 393–399.
8. Export Helpdesk [Електронний ресурс]. – Режим доступу : exporthelp.europa.eu.
9. Henningsson E. How to find an international business partner? / E. Henningsson, E. Rudén // Master's thesis within Business Administration. – 2007. – P. 77.
10. Hollensen S. Global marketing / S. Hollensen. – Edinburgh : Pearson Education, 2007. – 714 p.