

Махмудов Х.З., д.е.н., професор, професор
Мороз С.Е., к.п.н., доцент, доцент
Калашник О.В., к.т.н., доцент, доцент
Полтавська державна аграрна академія
м. Полтава, Україна

МАРКЕТИНГ МИТНИХ ПОСЛУГ: ОРІЄНТАЦІЯ НА СПОЖИВАЧА

Формування єдиного економічного і митного простору на сучасному етапі визначає умови становлення і розвитку ринку митних послуг у глобальному масштабі. Довгострокові євроінтеграційні перспективи України і зростаюча конкурентоспроможність вітчизняної продукції дозволяє все більшій кількості підприємств підкорювати міжнародні ринки.

Актуальність теми полягає в тому, що в умовах розвитку зовнішньоторговельних зв'язків, посилення загальної інтеграції економіки України у світовий економічний простір зростає роль і значення митного обслуговування зовнішньоекономічної діяльності. На даний час важливе місце у митному обслуговуванні зовнішньоекономічної діяльності займає маркетинг митних послуг.

На відміну від звичайного маркетингу товарів, де використовується класичний комплекс маркетингу (4Р), на думку науковців [1], для маркетингу сфери послуг характерна модель 7Р, яка окрім стандартних компонентів (товар, ціна, просування, канали розподілу) включає ще три «Р» – (*people, phisical evidence, process*) – персонал, процес і матеріальне середовище. Це пов'язано з необхідністю особистої взаємодії споживача послуг з особами, які їх надають і з відсутністю матеріальної складової послуги.

Компанії, які здійснюють зовнішньоекономічну діяльність, вимушені вирішувати питання, пов'язані з організацією переміщення товарів і транспортних засобів через митний кордон України з дотриманням всіх митних правил. При цьому суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності є споживачами цілого ряду послуг зі здійснення зовнішньоекономічної діяльності, в число яких входять транспортно-експедиторські послуги з міжнародних перевезень вантажів, послуги зі зберігання і страхування вантажів, послуги по забезпеченню міжнародних розрахунків, а також митні послуги.

Послуги у митній сфері класифікують на: послуги з митного оформлення; консультаційні послуги; послуги митних перевезень; послуги зі зберігання товарів (рис. 1).



Рис. 1. Класифікація митних послуг

Послуги у митній сфері надаються спеціалізованими компаніями, які мають право займатися зазначеним видом діяльності відповідно до вимог Митного кодексу України. Дані компанії можна розділити на чотири типи: митні брокери; митні перевізники; склади тимчасового зберігання (СТЗ) і митні склади (МС).

Послуги з митного оформлення (митно-брокерські), включають в себе наступні основні операції: класифікацію товару для митних цілей за Українською класифікацією товарів зовнішньоекономічної діяльності (УКТ ЗЕД); визначення митної вартості; визначення митного режиму; заповнення митної декларації (МД), заповнення взаємопов'язаних з МД документів; обчислення та сплату митних платежів.

Потреба у додатковому консультуванні з окремих питань митного оформлення (консультаційні послуги) реалізується у формі інформаційного забезпечення клієнтів із загальних і спеціальних питань митного оформлення, митно-тарифного і нетарифного державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності, перевірки правильності та достовірності заповнення документів, надання рекомендацій щодо врегулювання спірних питань та інших. Ці послуги є невід'ємною частиною організації зовнішньоторговельного обороту.

У деяких випадках виникає необхідність в організації перевезення або зберігання товарів під митним контролем (послуги митного перевізника і послуги СТЗ та МС). Митні перевізники можуть надавати послуги по організації перевезення товарів під митним контролем, забезпеченню процедури внутрішнього митного транзиту, страхуванню і супроводу вантажів. Зберігання товарів під митним контролем здійснюється складами тимчасового зберігання та митними складами, які надають специфічний комплекс складських послуг (забезпечення митного огляду, маркування товарів, формування товарних партій та інші).

При цьому надважливе значення має якість митних послуг, оскільки, проходження митних формальностей – це не право, а обов'язок учасника зовнішньоекономічної діяльності. За умови надання митно-брокерських послуг неналежної якості, суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності не зможуть повною мірою реалізувати своє право на переміщення товарів і транспортних засобів через митний кордон і нестимуть величезні збитки, пов'язані із простоями транспортних засобів, іноді й адміністративних штрафів за митні правопорушення. У таких умовах підприємство втратить дорогоцінний час, оскільки за таких обставин просто не матиме альтернативи для здійснення митного оформлення товарів.

І ще один суттєвий аспект відносно часу, відведеного на митне оформлення. З грудня 2019 року в Україні офіційно почала працювати так звана нова Державна митна служба України – фактично з нуля запущений новий орган, який складається з чотирьох ключових елементів: сучасна європейська інфраструктура, однакові і зрозумілі правила гри для всіх, нова кадрова політика, швидкий та зручний сервіс [2]. Акцент на швидкий та зручний сервіс зроблений не дарма, оскільки сучасна філософія митної справи орієнтує митні органи на прискорення митних процедур та сприяння бізнесу у сфері зовнішньоекономічної діяльності.

Як бачимо, зусилля уповноваженого органу у галузі митної справи нині зосереджені на забезпеченні захисту економічних інтересів України, наповненні дохідної частини державного бюджету, максимального сприяння зовнішній

торгівлі, зниженні адміністративних бар'єрів і скороченні часу здійснення митних операцій, розширенні сфери використання інформаційних митних технологій, підвищенні якості надання державних і комерційних митних послуг.

Розвиваючи тему митного посередництва з точки зору формування взаємовигідного співробітництва між митницею та учасниками зовнішньоекономічної діяльності, зазначимо, що послуги митних брокерів – результат дій та заходів у сфері митної справи, спрямованих на задоволення потреб держави та учасників зовнішньоекономічної діяльності, що гарантують реалізацію принципів законності, стабільності та контрольованості митних послуг, їх орієнтацію на довготривалу перспективу, формування партнерських відносин учасників зовнішньоекономічної діяльності та державних структур у сфері митного регулювання [3].

Індикатором якості та ефективності митного обслуговування міжнародної торгівлі виступає швидкість виконання зовнішньоторговельних угод. Дана мета досягається за допомогою введення у дію сучасних методів митного оформлення та контролю, до яких можна віднести електронне декларування, використання попередніх декларацій і т. і.

Як показує аналіз, процеси митного обслуговування суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності поступово удосконалюються. Так, за словами очільника відомства, «...кожного робочого дня з початку поточного року Державна митна служба України перераховує до бюджету близько 1 млрд. грн. І це незважаючи на те, що у січні 2020 року, у порівнянні з січнем 2019 року, оподатковуваний імпорт зменшився на 5,3% – з 5,2 тис. тонн до 4,9 тис. тонн» [4].

Розширення зовнішньоекономічних зв'язків, нарощування товарообігу, розвиток зовнішньої торгівлі і відповідне збільшення надходжень до державного бюджету неможливі без створення максимально ефективної системи просування товарів і послуг через митний кордон.

В умовах високої конкуренції на ринку митні брокери намагаються надати своїм послугам унікальних якостей, застосовуючи для цього маркетингові інструменти [3, 5]. Просуванням послуг митного брокера займаються менеджери з продажу митних послуг, до обов'язків яких належить залучення нових клієнтів, формування та розвиток клієнтської бази, продаж послуг з митного оформлення вантажів і транспортних послуг, котирування ставок на митні послуги і контроль якості обслуговування клієнтів.

За допомогою маркетингу керівники митно-брокерських підприємств одержують інформацію про потенційних споживачів митних послуг, про ціни, які споживачі готові платити за такі послуги, про вимоги суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності до якості митних послуг й вчасно приймають управлінські рішення щодо підвищення якості митного обслуговування.

Досягнення підприємством стійких позицій на ринку митних послуг неможливе без застосування системи управління, спрямованої на застосування маркетингової стратегії адекватної сучасним вимогам ринку. Саме тому агентами з митного оформлення приділяється велика увага вивченню можливостей маркетингових інструментів, застосування яких сприятиме підвищенню конкурентоспроможності на ринку.

Маркетингова діяльність митних брокерів може бути визначена як діяльність підприємств щодо вивчення та врахування основних ринкових факторів їхнього зовнішнього і внутрішнього середовища. Всі компанії повинні аналізувати фактори, які можуть вплинути на ведення бізнесу. На фактори макросередовища компанія не може впливати, не може їх контролювати, але наслідки настання цих факторів вона повинна розуміти і ураховувати під час розробки своєї стратегії.

Наприклад, якщо визначати вихідні моменти управлінської діяльності митних брокерів, пов'язані з урахуванням чинника економічної глобалізації, то вони для митних посередників будуть такими:

- по-перше, виявляють лінії впливу економічної глобалізації на те ринкове середовище («ближнє коло»), в якому знаходиться підприємство: «глобалізація – споживач», «глобалізація – конкуренти», «глобалізація – постачальники послуг» тощо;

- по-друге, виявляють лінії впливу економічної глобалізації на діяльність держави («дальнє коло»). Держава є регулятором економічної діяльності, система такого регулювання є динамічною й може суттєво впливати на митне оподаткування, інші зовнішньоекономічні та зовнішньополітичні фактори;

- по-третє, важливо бачити майбутнє, прогнозувати те, що може відбуватися, і правильно встановлювати та оцінювати пріоритети;

- по-четверте, важливо постійно адаптувати підприємство до змін у середовищі його діяльності, а це передбачає прийняття відповідних управлінських рішень, постійне вдосконалення системи.

Процес управління митними послугами зазвичай потребує створення і впровадження інноваційного механізму, який має бути представлений двома основними системами: системою маркетингу митних послуг та системою моніторингу споживчого попиту і якості митних послуг. За допомогою дослідження змін у поведінці споживачів, конкурентного середовища, діяльності конкурентів – суб'єктів ринку митних послуг з метою своєчасного виявлення та мінімізації відповідних ризиків, митні брокери отримують можливість мінімізувати ризики своєї діяльності та максимізувати прибутки.

У стратегічній перспективі кінцевою метою створення, функціонування і розвитку системи митних послуг є ефективне узгодження всієї митної діяльності з законами існування і розвитку ринку без зниження якості митного контролю.

Список використаних джерел

1. B. H. Booms, M.J. Bitner, Marketing Strategies and Organizational Structures for Service Firms, in Marketing of Services, eds.J. Donnelly and W.R. George, Chicago: American Marketing Association, 1981, pp. 47-51.

2. Нефьодов прокоментував кадрові зміни у митній службі URL : <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2847973-nefodov-prokomentuvav-kadrovizmini-u-derzmitsluzbi.html> (дата звернення 09.04.2020).

3. Мороз С.Е., Калашник О.В. PESTLE-аналіз макросередовища митно-брокерської підприємницької діяльності: *Управління ресурсним забезпеченням господарської діяльності підприємств реального сектору економіки*: мат-ли Всеукр. наук.-практ. Інтернет-конф., 01 лист. 2019 р. Полтава, 2019. С. 238-241.

4. Нова митниця щодня перераховує до бюджету 1 мільярд – Нефьодов.
URL : <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2869876-nova-mitnica-sodna-pererahovue-do-budzetu-1-milard-nefodov.html> (дата звернення 09.04.2020).

5. Махмудов Х.З., Мороз С.Е., Михайлова О.С. Маркетингова політика на ринку митних послуг. *Актуальні проблеми теорії і практики експертизи товарів*: мат-ли VI міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф., 4-5 квіт. 2019 р., м. Полтава : ПУЕТ, 2019. С. 324-329.