

СЕКЦІЯ 2 СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

УДК 339.56(477+510)(045)

Баклан Ю.С.
студентка

Національного авіаційного університету

ОСОБЛИВОСТІ СПІВРОБІТНИЦТВА З ПИТАННЯ ІМПОРТУ ПРОДУКЦІЇ В УКРАЇНУ З КИТАЮ

Стаття розкриває особливості українсько-китайської співпраці як фактора формування системи економічних відносин. Автор досліджує основні етапи побудови успішних торговельних відносин з китайським контрагентом, виявляє основні проблеми, які виникають в українського імпортера при постачанні продукції з Китаю. Висуваються пропозиції щодо удосконалення процесу імпорту з Китайської Народної Республіки.

Ключові слова: українсько-китайські відносини, імпорт продукції, вибір постачальника, укладання контракту, проблеми постачання.

Баклан Ю.С. ОСОБЕННОСТИ СОТРУДНИЧЕСТВА ПО ВОПРОСАМ ИМПОРТА ПРОДУКЦИИ В УКРАИНУ ИЗ КИТАЯ

Статья раскрывает особенности украинско-китайского сотрудничества как фактора формирования системы экономических отношений. Автор исследует основные этапы построения успешных торговых отношений с китайским контрагентом, указывает на основные проблемы, которые возникают у украинского импортера при поставке продукции из Китая. Выдвигаются предложения относительно усовершенствования процесса импорта из Китайской Народной Республики.

Ключевые слова: украинско-китайские отношения, импорт продукции, выбор поставщика, заключение контракта, проблемы поставки.

Baklan J.S. FEATURES OF COOPERATION ON IMPORT OF PRODUCTION TO UKRAINE FROM CHINA

This article reveals peculiarities of the Ukrainian-Chinese cooperation as a factor of forming the system of economic relations. Author explores the main stages of creation successful trade relations with the Chinese contractor, highlights the main problems, which arise when Ukrainian importer supplies production from China. Proposition concerning improvement of process of import of the region of People's Republic of China are offered.

Keywords: Ukrainian-Chinese relationships, import of production, choice of the supplier, conclusion of the contract, delivery problem.

Постановка проблеми. Роль Китаю у світі все більше зростає. Розширення зв'язків із цією країною в економічній сфері є одним із важливих напрямів зовнішньої політики України.

Досить велика частка товарів, які можна побачити на українському ринку, імпортовані саме з Китаю. Сьогодні на ринку товарів Китаю майже кожен може знайти для себе прийнятний за ціною і якістю продукт. Продукція з Китаю долає будь-які бар'єри, товарний ринок нестримно розвивається.

Вигоди товарного ринку Китаю пов'язані з доступним за ціною і якістю товаром, що виробляється місцевими фабриками і заводами. Багато компаній вже відкрили для себе «китайський» шлях, і тепер їх винагорода – чималий прибуток і істотна економія витрат.

Основою для підвищеного інтересу до товарного ринку Китаю з боку торговельних компаній і виробників є такі можливі вигоди: розвиток перспективних, комерційно вигідних напрямів, зміна постачальника, закупівля для подальшого реекспорту – в країни Європи і далі, рішення дилеми «робити або купувати/закуповувати», а також розміщення спецазамовлень на ексклюзивне, унікальне виробництво.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Для того щоб більш детально дослідити особливості співробітництва українського імпортера з Китаєм, слід звернутися до праць вітчизняних і зарубіжних авторів, зокрема Я.М. Бергера, Т.Г. Гурновича, В. Журби,

Н.Е. Заяц, В.В. Кузнецової, В.К. Ломакіна, О.Е. Положокова, В.О. Портякова, В.В. Чуванова. Проте питання успішного імпорту з Китаю залишається предметом для потенційних економічних досліджень.

Постановка завдання полягає в аналізі стану і тенденцій розвитку українсько-китайських відносин в економічній сфері, виявленні особливостей імпорту товарів з Китаю в Україну та способів удосконалення цих імпортних операцій.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сьогодні Китай – один із найпривабливіших торговельних партнерів для підприємців всього світу. Налагодження ділової співпраці з Китаєм дає ряд серйозних переваг європейцям: виробництво на китайських фабриках і заводах обходиться значно дешевше, китайським робітникам властиві дивовижна працездатність і відповідальність, дешеві ціни на сировину, хороші споживчі якості товарів і багато іншого.

Останніми роками українські підприємці почали активно вибудовувати ділові стосунки з китайськими партнерами. Зростає кількість компаній, що будують свій бізнес на ввезенні товарів для масового споживання із Китаю в Україну. Китайські товари притягують українських споживачів доступними цінами і гідними споживчими якостями.

Сьогодні в Китаї представлені близько 400 галузей промисловості, за останні десятиліття побудовані більше 350 тисяч підприємств, по кількості заводів і вироблюваних товарів Китай займає перше місце

у світі. Це сотні тисяч товарних груп і мільйонний асортимент продукції, що випускається. У Китаї робиться все що завгодно, на будь-який смак і колір.

Торговельно-економічна співпраця між Україною та Китайською Народною Республікою (КНР) регулюється Угодою між Урядом України та Урядом Китайської Народної Республіки про торговельно-економічне співробітництво, згідно з якою встановлено режим найбільшого сприяння щодо стягнення мита на експортні та імпорتنі товари двох країн, податків та інших внутрішніх зборів.

Загальний стан торгівлі України та КНР характеризується відновленням докризових показників зовнішньоторговельного обороту, його сталим зростанням при збереженні тенденції до суттєвого переважання імпорту з КНР над поставками української продукції до Китаю.

За даними Держкомстату України, у структурі китайського імпорту в 2013 році основними товарними групами були: машини, устаткування та механізми – 36%, недорогоцінні метали та вироби з них – 12%, текстиль та текстильні вироби – 10%, взуття, головні убори, парасольки – 9%, пластмаси та каучук – 7%. Згідно з даними Генеральної митної адміністрації КНР, у 2013 році основу українського імпорту з КНР склали: механічне обладнання, машини, устаткування та механізми – 31,7% (2 млрд 486,4 млн дол. США), текстиль та текстильні вироби – 16,8% (1 млрд 318,6 млн дол. США), недорогоцінні метали та вироби з них – 10,2% (803,4 млн дол. США), полімерні матеріали, пластмаси та каучук – 7,2% (563,4 млн дол. США), взуття, головні убори, парасольки – 6,3% (490,6 млн дол. США) [7].

Обираючи своїм контрагентом китайського виробника, слід звертати увагу на те, що їх ринок має ряд характерних особливостей, таких як:

- масова концентрація виробників типової (аналогічної) продукції в одному місті або провінції;
- китайським контрагентам притаманне недотримання корпоративної етики. Власник або керівник фабрики не посоромиться похвалитися перед своїми колегами великим покупцем або поскаржитися на недалого клієнта;
- інформація розповсюджується завдяки сильній плінності кадрів. Співробітники компанії часто змінюють місце роботи, проте, як правило, у рамках певної галузі;
- у Китаї відсутня чиста конкуренція. Водночас різні підприємства можуть дублювати функції один одного, що спричиняє як позитивні наслідки (два потенційних конкурента можуть виявитися потенційними постачальниками або клієнтами один одного), так і негативні наслідки (перехоплення замовників у свого прямого конкурента).

Зазвичай схема імпорту товарів з Китаю припускає наступне.

По-перше, визначення товару. Імпортер повинен знати свій товар і все, що з ним пов'язане: усі характеристики, особливості, унікальність, хто цим товаром користується і як часто його купують. Необхідно проаналізувати ті товари, які імпортуватимуться з Китаю, які з них мають підвищений попит в Україні, для яких з них конкуренція досить невелика, який зарібок на цьому товарі, як продаватиметься товар. Крім того, дуже важливо звертати увагу на те, росте попит або падає. Якщо вже імпортер вирішує імпортувати товари з Китаю, краще купувати тільки якісну продукцію, не гнатися за низькими цінами, адже у більшості випадків ціна відповідає якості товару.

По-друге: вибір постачальника. Вибір відповідного постачальника – це основа успішного бізнесу при імпорті з Китаю. Тому підходить до цього вибору необхідно максимально відповідально.

Рекламні джерела, пошукові машини Google, Yandex, Rambler тощо, китайські портали і спеціалізовані сайти, каталоги виробників Китаю, виставки, «галузеві» міста – ось невеликий список тих варіантів пошуку, до яких доцільно звертатися українському імпортеру для вибору необхідного товару або виробника в Китаї. Найвірніший хід – довірити виконання цієї функції незалежній компанії, що представлена в Китаї і має багатий досвід у цій сфері, а також має необхідні зв'язки для оперативної обробки інформації.

Процес обрання китайського контрагента на сайтах, завдяки яким можна за декілька годин скласти список з декількох постачальників потрібного товару, з контактами, є нескладним. Проте існують складнощі у виявленні достовірної інформації, такої як: юридично зафіксована спеціалізація діяльності компанії-контрагента, якість продукції, ціна товару, умови оплати, гарантії доставки.

Часто український імпортер стикається з проблемою – співпрацювати з фабрикою чи торговим представником. На сайті можуть виставляти продукцію не лише реальні заводи-виробники, але і торгові компанії, бізнес яких полягає в отриманні замовлення від клієнта і розміщення його на заводі. Заробляють такі агенти на комісії, яка включається в заводську ціну. При цьому добре, якщо імпортер заздалегідь знає, з ким укладає угоду.

Проаналізувавши наявні контракти, варто відмітити, що працювати з торговими компаніями в деяких випадках вигідно. Наприклад, коли в один контейнер покупець завантажує декілька артикулів (найменувань) різнорідної продукції, яка робиться на різних заводах. Тоді зручніше укласти контракт з одним постачальником (торговою компанією), яка нестиме відповідальність за постачання усіх найменувань, що цікавлять імпортера, продукції за прийнятними цінами.

Агентська винагорода торгової компанії буде свого роду компенсацією за позбавлення українського покупця від роботи з декількома постачальниками і усіма пов'язаними з цим складнощами (необхідністю підписання декількох контрактів, оплатою декількох фабрик, відповідною паперовою тяганиною у банках тощо). Проте і в цьому випадку треба бути упевненим, що знайдений постачальник не зникне після отримання передплати.

Рекомендації, ціна, якість менеджменту, ринки збуту, наявність сертифікатів, близькість або віддаленість постачальника тощо. Необхідно порівняти усі ці моменти і максимально звужити круг потенційних постачальників китайського товару. Далі, щоб убезпечити себе, необхідно перевірити усю отриману інформацію і приступати до детальнішого вибору. Ніколи не можна зупинитися на одному претендентові, завжди має бути альтернатива, так імпортер зможе уникнути цінового шантажу і мати запасний варіант.

По-третє: складання зовнішньоекономічного контракту з китайським контрагентом.

При імпорті з Китаю складання контракту з постачальником – це галузь, де більшість компаній здійснюють помилки, часто з дуже негативними наслідками. Потрібно звернути увагу на те, що контракт має бути індивідуальним, оскільки кожна угода індивідуальна і стандартний контракт не може по-

вністю відбити сутність подібної угоди (умови постачань, вимоги до якості, гарантії тощо).

Контракт повинен містити версію китайською мовою, адже вона є єдиною офіційною мовою діловодства в Китаї. Законодавство КНР вимагає від китайських компаній, що експортують свою продукцію, виконання одного з екземплярів контракту на державній, тобто китайській мові. Цей екземпляр китайський постачальник повинен представляти до різних державних і контрольних установ КНР.

У преамбулі контракту має бути вказана компанія з повною юридичною назвою та відповідальністю китайською мовою. Проте як англійська назва не є офіційним перекладом. Якщо ж у контракті використовується тільки англійська назва, це рівно сильно укладенню контракту з офіційно зареєстрованою компанією. Краще за все надіслати запит на офіційні документи (свідоцтво про реєстрацію і свідоцтво платника податків) китайському партнеру і переконатися, що де-юре і де-факто мова йде про одну і ту ж компанію.

Заключаючи контракт з китайським контрагентом, слід звернути увагу на підпис особи з компанії партнера, адже підписувати контракт з боку китайської компанії без доручення має право тільки юридичний (законний) представник компанії. Він має бути вказаний у свідоцтві про реєстрацію компанії. У протилежному випадку той, хто підписує договір з боку компанії, повинен пред'явити доручення від юридичного представника компанії з вказівкою усіх даних уповноваженої особи.

Печатка компанії-постачальника на контракті має бути зареєстрованою. Китайські компанії мають, як правило, одну головну печатку і декілька додаткових, у тому числі печатку для контрактів.

За прийнятою загальносвітовою практикою ведення зовнішньоекономічної діяльності з КНР, місце розгляду господарських суперечок (арбітражні засідання) вказується на теренах Китаю, що сприяє більш швидкому та чіткому розгляду суперечливих питань. Таким чином, якщо відповідачем є китайський партнер, позов розглядатиметься в арбітражі у Китаї.

Тобто контракт повинен чітко обумовлювати: відповідальність сторін, умови постачання, умови оплати, документи, які продавець надає покупцеві, яким чином, оригінали або копії документів, гарантійні зобов'язання, штрафні санкції, юридичні аспекти та правові норми по розгляду невиконання контрактних зобов'язань [6].

По-четверте: поставка товару з Китаю в Україну. Що стосується доставки, то можна отримати товари з Китаю поштою, через транспортні компанії або налагоджені системи доставки.

Для імпорту продукції з Китаю існують різні схеми перевезення, зазвичай це мультимодальне перевезення. Найбільш оптимальними вважаються морські і повітряні перевезення, за допомогою яких вантаж доставляється надійно, і майже у безмежних кількостях. Щодня з Китаю імпортується величезна кількість різної продукції.

Розглянувши основні етапи виробництва і імпорту в Україну стандартного споживчого товару з Китаю, можна сказати, що середній термін, який проходить від рішення про виробництво і закупівлю товару в Китаї до отримання першого товару на склад в Одесі складає 6-8 місяців. На збільшення цього терміну впливає ряд обставин, що можуть значно збільшити час отримання готової продукції замовником:

а) товар складний і на пошуки виробника вимагається більше часу;

б) у виробника немає зразків на складі і потрібне їх виробництво та потрібно виробництво по власному дизайну або під своєю торговою маркою;

в) потрібно отримати додаткову сертифікацію цього товару на Україні, яку необхідно провести перед початком імпорту з Китаю;

г) доставка з Китаю затримується із-за сезонності, завантаженості перевізників тощо;

д) при митному очищенні вантажу на Україні виникають проблеми, які затягують терміни випуску товару для вільного обігу.

До того ж країна походження Китай входить до групи ризику. Це необхідно розуміти при прорахунку терміну доставки і можливих додаткових витрат. Митниця застосовує особливі умови оцінювання продукції з Китаю, тобто підвищує митну вартість товару, що веде до збільшення ставки мита і ПДВ.

На даний момент 100% вантажів з Китаю проходять догляд. У результаті контейнер може знаходитися в портовому терміналі або на борту порома декілька днів/тижнів.

Краще всього з постачальником обумовлювати умови FCA (Free Carrier, або Франко перевізник), а з експедитором – від дверей (заводу) до дверей (склад розмитненої продукції). У такому разі можна отримати найнижчу ціну від постачальника, найвигіднішу ставку від експедитора і контролювати процес доставки.

Хоч ділова співпраця з представниками китайського бізнесу вигідна українському імпортеру, але існують проблеми постачань, які можуть вплинути на ефективність імпортової операції.

Попри те, що більшість сучасних виробників у Китаї мають персонал, що володіє англійською мовою, його рівень не завжди достатній для повного взаєморозуміння. Крім того, велику роль грають етнічні відмінності. У процесі співпраці можливі варіанти довгих переговорів, різке неприйняття цін, які були запропоновані на початку переговорів, затягування розмов про вартість товару, довгі розмови про виробництво.

Не маючи досвіду співпраці з китайським експортером, дуже складно вибрати потрібного постачальника. Найкращий хід – довірити виконання цієї функції незалежній компанії, що представлена у Китаї і має багатий досвід у цій сфері, а також має необхідні зв'язки для оперативної обробки інформації. Досить часто буває так, що відповідний постачальник знайдений, але пропонувані їм ціни далекі від бажаних. Або умови неприйнятні (наприклад, 100% передоплата). При цьому постачальник з небажанням або затримкою відповідає на листи і не йде на поступки.

Зважаючи на географічну віддаленість Китаю, питання ціни, умов постачань, термінів слід фіксувати у будь-якому вигляді (контракт, договір, специфікація, будь-який інший документ) та одразу.

Найбільш ризикована (і дорога для бізнесу) ситуація при імпорті з Китаю – коли імпортер отримує товар не тієї номенклатури, що замовляв і чекав. Також поширена ризикова ситуація – коли імпортер отримує той товар, який замовляв, але неналежної якості [3].

Контроль якості є невід'ємною частиною постачань товарів із КНР. Причому контроль якості у Китаї повинен здійснюватися з боку замовника і має бути триступеневим.

Контроль якості український імпортер може організувати самостійно. Все розпочинається із складання замовлення і обговорення зразків. Постачаль-

ник повинен мати максимальну кількість інформації щодо замовлення з усіма його властивостями та характеристиками. Потрібно уважно відноситися до затвердження зразків. Саме вони стануть еквівалентом якості продукції і головним аргументом при прийомі партії.

Письмово підготовлені вимоги до продукції, включаючи упаковку, маркування, написи і інші деталі, мають відповідати загальноприйнятим нормам, а також бути зрозумілими для китайського контрагента.

Особливо важливо при роботі з новими постачальниками перед запуском виробництва усієї партії те, щоб інспектор відвідав фабрику перед запуском виробництва для уникнення ймовірних ризиків.

Звичайно, одним із найважливіших етапів є робота з інспекторами замовленої продукції. Китайський товар рідко буває досконалим. Тому залежно від набору і відсотка недоліків інспекторові доводиться приймати рішення. І чим більше часу і сил витрачається на його підготовку, тим кращим буде продукція для українських споживачів. До того ж не потрібно вимагати від китайського виробника тієї якості, якої він не зможе досягти. Кращим варіантом для українського замовника буде вказати у специфікації до зовнішньоекономічного контракту середню якість товару для експортера та імпортера.

При постачанні продукції з Китаю український імпортер часто стикається з величезною кількістю посередників. Зазвичай присутність такої кількості посередників у ланцюжку постачання позначається на вартості продукції і можливості задовольнити вимоги імпортера.

У деяких випадках (наприклад, маленькі партії при величезному асортименті) без посередника обійтися складно, і це призводить до того, що імпортер несе додаткові витрати. Але якщо об'єми партії, що замовляється, дуже солідні, або вартість продукції цілком виправдовує купівлю у невеликій кількості (промислове устаткування або будівельна техніка), то лише при роботі із заводом-виробником у імпортера є шанс уникнути зайвих витрат і значно прискорити процес постачання товару.

Прямі поставки із Китаю можуть покращити імпортну операцію таким чином: а) ціна від виробника

значно менша від ціни поставки з використанням посередників; б) узгодженість якості продукції між замовником та виробником, що дасть змогу отримати саме те, що необхідно імпортеру; в) можливість виготовлення товару за кресленнями імпортера; г) відрегульований графік постачань, лише при роботі з виробником безпосередньо, у імпортера з'являється шанс створення схеми роботи, максимально захищеної від ризиків невиконання або неналежного виконання контрактних зобов'язань.

Висновки з проведеного дослідження. Перспективи ділової співпраці з представниками китайського бізнесу відкривають широкі можливості для малого і середнього бізнесу України. Саме тому у сферу міжнародної торгівлі з Китаєм і Південно-Східною Азією прагнуть увійти нові українські гравці. Проте на шляху до взаємовигідної співпраці існує безліч перешкод та складнощів, пов'язаних як із законодавчою базою, що регулює міжнародні торгові відносини, так і з особливостями менталітету китайських бізнесменів. Виявлення цих суперечливих питань і вміння оперувати ними дадуть змогу українському імпортеру вести прибутковий бізнес.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бергер Я.М. Посткризисный Китай в глобальной экономике // Свободная мысль. – 2010. – № 8. – С. 27-42.
2. Гайдуков Л. Основна на сьогодні тенденція: Українсько-китайські відносини: історія, сьогодні, перспективи // Політика і час. – 2001. – № 7. – С. 57-61.
3. Гайдуков Л. Українсько-китайські відносини: історія, сьогодні, перспективи // Політика і час. – 2001. – № 7.
4. Літвін І.А. Українсько-китайське співробітництво: від стагнації до прориву // Зовнішні справи. – 2010. – № 11-12. – С. 32-36.
5. Особливості ділового спілкування з китайцями [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://scsgroup-consult.com/ru/articles/osobennosti_delovogo_obsheniya_s_kitaicami.
6. Практичні поради з питання імпорту з Китаю [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.astrabc.net/content/importiz-kitaya>.
7. Торговельні зв'язки України із зарубіжними країнами // Вісник податкової служби України. – 2002. – № 42. – С. 29-31.
8. Торговельно-економічне співробітництво між Україною та Китаєм [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://china.mfa.gov.ua/ua/ukraine-cn/trade>.