

УДК 339.9

Лісніченко М.О.

канд. екон. наук, доц. НУ «Запорізька політехніка»

УДОСКОНАЛЕННЯ СТРАТЕГІЇ МИТНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ

Від успішності діяльності митних органів значною мірою залежить не лише ефективність митного оформлення суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності, але й розвиток національної економіки через наповнення державного бюджету митними платежами та іншими податками, збільшення ВВП завдяки зовнішньоторговельним операціям та підвищення іміджу держави на міжнародному рівні. Незважаючи на спроби удосконалити систему управління митним обслуговуванням підприємств, які активізуються під впливом ЄС, багато з них лише декларативні. Сучасна система митних органів має значні недоліки, такі як низький рівень розвитку сервісної функції, негармонізованість із міжнародними стандартами, високий рівень бюрократії, непрозорість роботи та втрата довіри громадськості.

Стратегія центрального митного органу має визначальне значення у сфері митного обслуговування підприємств, яка надає основу для планування митних операцій на інших рівнях. Територіальні органи влади розробляють свої плани відповідно до стратегічних орієнтирів центрального органу влади, оскільки вони підпорядковуються йому.

У результативності митного обслуговування підприємств зацікавлені не лише його безпосередні виконавці, але й інші стейкхолдери, такі як держава загалом, інші органи влади, митні органи сусідніх країн, суспільство, підприємництво тощо. Таким чином, при розробці стратегії і тактики

митного обслуговування підприємств важливо враховувати інтереси усіх стейкхолдерів, що визначатимуть цілі та завдання в даній сфері [1, с. 28-31].

На початковому етапі стратегічного планування проводиться збір та оброблення інформації, що стосується внутрішнього та зовнішнього середовища функціонування митних органів, суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності, митних посередників, некомерційних організацій митного профілю та інших учасників, щодо митного обслуговування. Особливу увагу приділяється аналізу проблем, пов'язаних із різними рівнями реалізації митного обслуговування, а також виявленню сильних сторін, загроз та перспектив розвитку в даній сфері.

Наступний етап стратегічного планування пов'язаний із визначенням зацікавлених суб'єктів (стейкхолдерів) у митному обслуговуванні підприємств та ідентифікацією їхніх інтересів у цій сфері.

Третій етап включає встановлення та обґрунтування основних складових стратегічного планування, а саме: місії, візії, стратегічних цілей та завдань, пов'язаних із митним обслуговуванням підприємств.

Четвертий етап стратегічного планування зосереджений на визначенні факторів, що впливають на митне обслуговування підприємств, та проведенні аналізу їхнього внутрішнього та зовнішнього середовища.

На п'ятому етапі стратегічного планування необхідно розробити систему стратегічних показників, спрямованих на досягнення визначених стратегічних орієнтирів у митному обслуговуванні підприємств.

Шостий етап стратегічного планування пов'язаний із формуванням стратегічних програм розвитку митного обслуговування підприємств на основі взаємодії із зацікавленими сторонами.

Сьомий етап стратегічного планування повинен включати в себе визначення та обґрунтування ресурсів, які будуть використовуватися для фінансування стратегічного розвитку митного обслуговування підприємств. Такими джерелами можуть служити цільові кошти з державного бюджету, спеціальних фондів, ресурси, що надходять від реалізації митних експериментів, зовнішні інвестиції та інші.

На основі результатів виконання всіх попередніх етапів формується та обґрунтовується стратегія розвитку митного обслуговування підприємств, яка підлягає документальному затвердженню.

У контексті стратегічного планування митних органів розробка стратегічної карти виявляється поширеною практикою. Зазвичай ця карта відображає розподіл конкретних завдань між виконавцями, як внутрішніми, так і зовнішніми, визначає послідовність, взаємозв'язки та терміни їхнього виконання. Вона представляє собою ілюстративну схему реалізації стратегії та досягнення цілей у розвитку митного обслуговування підприємств.

Стратегічна карта графічно відтворює механізм досягнення цілей і стає ефективним інструментом візуалізації цього процесу.

Оцінка стратегії розвитку митного обслуговування підприємств є завершальним етапом стратегічного планування, який передбачає визначення її ефективності та досяжності за встановленими критеріями.

Ефективність митного обслуговування підприємств значною мірою залежить від якості та результативності організації взаємодії між усіма його учасниками. Лише спільна, узгоджена та взаємовигідна співпраця, яка об'єктивно враховує інтереси всіх учасників, може гарантувати отримання ефективних результатів у митному обслуговуванні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Будз О. Ф. Стратегічне планування митного обслуговування підприємств на засадах врахування інтересів стейкхолдерів / О. Ф. Будз // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки». – 2018. – №29/1. – С. 28-31.