

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ МІСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА

Є.П. Данильченко, І.А. Островський, О.А. Шекшуєв

Конспект лекцій з дисципліни

«ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ»

**для студентів 4 курсу денної форми навчання
спеціальностей 6.050400 «Туризм», «Готельне господарство»**

Харків – ХНАМГ – 2009

Конспект лекцій з дисципліни «Зовнішньоекономічна діяльність» для студентів 4 курсу денної форми навчання спеціальностей 6.050400 «Туризм», «Готельне господарство». Авт. Данильченко Є.П., Островський І.А., Шекшуєв О.А. – Харків: ХНАМГ, 2009. – 124 с.

Автори: Данильченко Є.П., Островський І.А., Шекшуєв О.А.

Рецензент: д.е.н., проф. Решетило В.П.

Рекомендовано кафедрою економічної теорії, протокол №8 від 05.05.2009

© Харківська національна академія міського господарства,
Данильченко Є.П., Островський І.А., Шекшуєв О.А., 2009

Зміст

Стор.

Вступ.....	4
Тема 1. ЗЕД суб'єктів ринкових відносин	5
Тема 2. Регулювання ЗЕД.....	11
Тема 3. Митне регулювання	17
Тема 4. Валютне регулювання.....	23
Тема 5. Форми виходу підприємств на зовнішній ринок.....	33
Тема 6. Форми зустрічної торгівлі.....	38
Тема 7. Експортно-імпортні операції і порядок їх укладання.....	44
Тема 8. Посередницькі операції на зовнішніх ринках.....	52
Тема 9. Орендні операції в ЗЕД.....	63
Тема 10. Організація і техніка підготовки, укладання і виконання зовніш- ньоекономічних контрактів.....	69
Тема 11. Структура і зміст міжнародних контрактів купівлі-продажу.....	75
Тема 12. Ціна товару, валютні та фінансові умови контрактів, умови пла- тежу, форми розрахунків.....	88
Тема 13. Організація і функціонування підприємств з іноземним капіталом.....	100
Тема 14. Організація і технологія міжнародних перевезень.....	104
Тема 15. Маркетингові дослідження зовнішнього ринку при здійсненні експортно-імпортних операцій.....	110
Тема 16. Економічна ефективність ЗЕД.....	116
Рекомендована література.....	122

ВСТУП

Основною метою викладання дисципліни «Зовнішньоекономічна діяльність» (далі ЗЕД) є засвоєння студентами теоретичних основ зовнішньоекономічної діяльності й набуття ними системних знань і навичок щодо забезпечення економічної ефективності ЗЕД у сферах готельно-ресторанного і туристичного бізнесу. Предметом викладання є сукупність господарських, економічних, правових, фінансових відносин у сфері економічної діяльності між підприємствами України – суб'єктами ЗЕД та іноземними фірмами як на території України, так і за її межами.

Тексти лекцій з вибіркової дисципліни «Зовнішньоекономічна діяльність» охоплюють усі теми, передбачені освітньо-професійною програмою підготовки бакалаврів спеціальностей 6.050400 «Туризм», «Готельне господарство».

Для досягнення вказаної мети студенти мають виконати наступні завдання вивчення курсу:

- розуміти сутність і специфіку механізму функціонування зовнішньоекономічної діяльності в Україні на сучасному етапі;
- знати й вміти використовувати нормативну базу з регулювання зовнішньоекономічної діяльності підприємств;
- оцінювати тенденції, суперечності й доцільність діяльності при визначенні головних напрямків зовнішньоекономічної діяльності для підприємств різних форм власності, що є суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності;
- розуміти специфіку запровадження різних форм виходу на зовнішні ринки;
- знати й вміти використовувати на практиці основні процедури укладання та виконання зовнішньоекономічних контрактів;
- визначати ефективність укладених угод і зовнішньоекономічної діяльності підприємства в цілому;
- використовуючи одержані знання на практиці, приймати професійні рішення, що відповідають державній економічній політиці та основним положенням міжнародних угод, до яких приєдналася Україна.

Тема 1. Зовнішньоекономічна діяльність суб'єктів ринкових відносин

1. Сутність і фактори розвитку зовнішньоекономічної діяльності.
2. Зовнішньоекономічний комплекс держави. Суб'єкти й основні форми ЗЕД.
3. Основні теорії ЗЕД.
4. Особливості ЗЕД в Україні.

1. При вивченні економічних дисциплін ви неодноразово аналізували особливості зовнішньоекономічного фактора. Насамперед слід відзначити три рівні, що є актуальними для нашої дисципліни:

- мікроекономічний, що пов'язаний з особливостями конкретної фірми (підприємства) чи окремої галузі;
- макроекономічний, що пов'язаний зі специфікою національного господарювання;
- мегаекономічний, який використовує міжнародні й загальносвітові закономірності.

У цьому контексті необхідно відрізнити дві категорії:

- 1) зовнішньоекономічні зв'язки як сукупність форм, засобів і методів відносин на макро- і мегарівнях;
- 2) зовнішньоекономічна діяльність як вказана сукупність на мікрорівні.

Таким чином, зовнішньоекономічна діяльність (ЗЕД) – це сукупність видів діяльності суб'єктів господарювання даної країни та іноземних держав, які ґрунтуються на взаємовідносинах вказаних осіб, що мають місце як на території країни, так і за її межами.

Головні передумови ЗЕД:

1. Бурхливий розвиток галузей суспільного виробництва.
2. Поширення суспільного поділу праці.
3. Можливість отримання більшої рентабельності на світогосподарському рівні.
4. Розвиток виробничої й соціальної інфраструктури різних країн.

5. Інтенсифікація вивозу капіталів.
6. Зменшення національних обмежень щодо руху факторів виробництва і кінцевих товарів.

Основні фактори розвитку ЗЕД:

1. Нерівномірність економічного розвитку країн і регіонів.
2. Відмінності в забезпеченні ресурсами.
3. Характер політичних відносин.
4. Особливості географічного становища і природнокліматичних умов.

2. Матеріальна основа ЗЕД – зовнішньоекономічний комплекс країни (регіону). Він являє собою сукупність галузей, підгалузей, підприємств і організацій, що виробляють продукцію на експорт або використовують імпорتنу продукцію і здійснюють інші види ЗЕД. Важливим завданням є гармонізація діяльності численних складових комплексу в зв'язку з наявністю суттєвих суперечностей.

Умови успішного розвитку зовнішньоекономічного комплексу:

- зміцнення і нарощування експортного потенціалу;
- активна участь у різних формах міжнародного спільного підприємництва;
- підвищення конкурентоздатності підприємств і виробничо-господарського комплексу;
- розширення самостійної діяльності підприємств регіонів країни у здійсненні ЗЕД.

Основні суб'єкти ЗЕД (за законом України «Про зовнішньоекономічну діяльність»):

- 1) фізичні особи – громадяни і негромадяни України, які мають громадянську правоздатність і постійно мешкають на території України;
- 2) юридичні особи, які є резидентами України (зареєстровані і мають постійне місцезнаходження), зокрема особи, майно і капітал яких є повною власністю іноземних суб'єктів господарської діяльності;

- 3) об'єднання фізичних, юридичних, фізичних і юридичних осіб, які не є юридичними особами за законодавством України, але мають постійне місцезнаходження на території держави, яким за цивільно-правовими актами не заборонено здійснювати господарську діяльність;
- 4) структурні одиниці іноземних суб'єктів господарської діяльності (філіали, відділення), які постійно розташовані на території України;
- 5) спільні підприємства за участю суб'єктів діяльності України та іноземних суб'єктів, які зареєстровані в Україні і мають постійне місцезнаходження на її території;
- б) інші суб'єкти.

Таким чином, слід відзначити принциповий характер резидентства як передумови належності до суб'єкта ЗЕД країни.

За законодавством нашої держави для здійснення ЗЕД необхідна її письмова наявність у статуті суб'єкта господарювання. Важливим є також право суб'єктів відкривати свої представництва на території інших країн згідно з їх законодавством.

Основні види ЗЕД:

- 1) імпорт і експорт кінцевих товарів і чинників виробництва (капіталів, робочої сили, природних ресурсів);
- 2) надання і отримання послуг при взаємодіях з нерезидентами (іноземними суб'єктами);
- 3) наукова, науково-технічна, науково-виробнича, виробнича, навчальна та інша кооперація з іноземними суб'єктами господарювання; навчання і підготовка спеціалістів на комерційній основі;
- 4) міжнародні фінансові операції, зокрема з цінними паперами;
- 5) кредитні, розрахункові операції між суб'єктами ЗЕД та іноземними суб'єктами господарської діяльності; утворення суб'єктами ЗЕД кредитних і страхових установ за межами держави і вказаних установ силами іноземних суб'єктів на території даної держави;

- 6) спільна підприємницька діяльність із створенням спільних підприємств, здійсненням спільних господарських операцій і спільне володіння майном;
- 7) підприємницька діяльність, пов'язана з використанням прав інтелектуальної власності;
- 8) організація і проведення міжнародних виставок, ярмарок, аукціонів, торгів, конференцій та інших дій на комерційній основі за участю суб'єктів ЗЕД;
- 9) товарообмінні, зокрема бартерні операції між національними суб'єктами ЗЕД та іноземними суб'єктами;
- 10) операції з отримання, продажу і обміну валют;
- 11) роботи на контрактній основі фізичних осіб країни за кордоном та іноземців у даній країні;
- 12) інші види ЗЕД.

3. Основні теорії зовнішньоекономічних зв'язків можна згрупувати за напрямками сучасних економічних учень. Їх головні особливості знайомі вам. Це:

1. Меркантилізм.
2. Класичні теорії.
3. Кейнсіанські теорії.
4. Соціально-інституціональні теорії.

Основні класичні теорії ЗЕД.

1. Концепція абсолютних переваг А. Сміта, що віддає перевагу експорту тих товарів, витрати на одиницю яких нижче, ніж у країни-партнера.
2. Концепція порівняльних переваг Д.Рікардо і Дж.Стюарта Мілля, яка віддає перевагу експорту товарів при відносно нижчих витратах на одиницю. При цьому володар відносної (порівняльної) переваги повинен абсолютно спеціалізуватися на виробництві й збуті переважного товару.
3. Теорема Хекшера-Оліна підкреслює: країна експортує товар, чинники на виробництво якого використовуються відносно інтенсивніше.
4. Теорема Хекшера-Оліна-Самуельсона: міжнародна торгівля веде до вирівнювання цін на чинники виробництва у країнах, які торгують.

5. Теорема Самуельсона-Джонса: протягом часу зростають доходи володарів чинників, які специфічні для експортних галузей, і скорочуються доходи володарів факторів, які специфічні для галузей, що конкурують з імпортом.
6. Теорема Столпера-Самуельсона: міжнародна торгівля веде до зростання доходів володарів факторів, які інтенсивно використовуються для виробництва товару, ціна на який зростає.
7. Теорема Рибчинського: зростання пропозиції одного з чинників веде до більшого відносного зростання виробництва кінцевого продукту галузі з найінтенсивнішим його використанням, одночасно випереджаюче скорочується виробництво в інших галузях.

Таким чином, класичні й неокласичні погляди акцентують увагу на пропозиції товарів і чинників для міжнародної торгівлі.

Кейнсіанські погляди, навпаки, акцентують увагу на попиті.

1. Теорія попиту, що перетинається, шведа С. Ліндера: структура експорту значною мірою залежить від попиту в країні-імпортері; одночасно перевагу має експорт товарів, на які накопичений досвід на внутрішньому ринку.
2. Теорія реверса попиту: країна у зв'язку з потужним внутрішнім попитом може імпортувати товари незважаючи на відносно кращу наявність чинників виробництва.
3. Експорт і імпорт інвестицій суперечливо впливають на стан торгівлі розвинутих країн і країн, що розвиваються. Крім того, маніпулювання обсягом експорту та імпорту впливає на сукупний попит країни.
4. Дисконтна політика (маніпулювання обліковою процентною ставкою) може стимулювати приплив іноземних капіталів, що суперечливо впливає на економіку країни: з одного боку, зростає обсяг інвестицій; з другого – зростає курс національної валюти, що погіршує торговельний баланс (дорогий експорт і дешевий імпорт).

4. Розглянемо етапи розвитку ЗЕД в Україні:

- 1) Радянський (1918 – 1987). Монополія зовнішньої торгівлі, валютна монополія. Розвиток низки експортних виробництв. Зростання до середини 80-х років, криза з початку 80-х на ґрунті таких факторів:
 - відстала структура, сировинна спрямованість;
 - незадовільне використання експортного потенціалу;
 - нераціональний характер імпорту;
 - недостатнє використання нових форм ЗЕД;
 - відчуженість безпосередніх виробників від зовнішніх ринків.
- 2) Перехідний від радянського (1987 – 1991) – перебудова радянської економіки, зокрема УРСР. Ліквідація державної монополії на зовнішню торгівлю, зміна принципів управління ЗЕД.
- 3) Етап незалежності (1991 – сучасність). Прийнято базові закони «Про ЗЕД», «Про підприємництво», «Про єдиний митний тариф», «Про режим іноземного інвестування» та ін. Збільшився обсяг суб'єктів діяльності. Україна стала членом МВФ, Світового банку, СОТ. Наша країна має суттєві проблеми:
 - несталість внутрішньоекономічної структури;
 - суттєва енергетична залежність від Росії, Туркменістану;
 - значний зовнішній борг;
 - суперечності законодавства;
 - несталість фіскальної системи;
 - проблемний інвестиційний клімат.

Тема 2. Регулювання ЗЕД

1. Сутність і основні суб'єкти регулювання ЗЕД.
2. Інструменти регулювання на мікрорівні.
3. Інструменти макроекономічного регулювання.
4. Міжнародні інститути зовнішньоекономічного регулювання.

1. Зовнішньоекономічні відносини є складною, багаторівневою системою з прямими й зворотними зв'язками. Необхідність координації останніх виявляє необхідність зовнішнього впливу, що підпадає під категорію регулювання. Але й самі суб'єкти відносин здатні впливати на діючі процеси. Тому слід відзначити три рівні регулювання ЗЕД:

- мікроекономічний з боку безпосередніх учасників діяльності;
- макроекономічний з боку державних установ і недержавних загальнонаціональних інститутів;
- мегаекономічний з боку міжнародних установ; з курсу «Міжнародні економічні відносини» вам знайомі режими протекціонізму і вільної торгівлі.

Форми регулювання досить різноманітні, але за традицією вони підрозділяються на два типи:

- адміністративні;
- економічні.

Адміністративні форми пов'язані з прямим дозволом чи заборонаю, створенням додаткових бар'єрів, застосуванням неекономічних засобів тиску, використанням вибіркового підходу до партнерів чи клієнтів за межами економічної користі. Наприклад, мікроформою адміністративного регулювання є заборона паління персоналу, використання рекламних форм конкретного телеканалу за критерієм особистих стосунків та ін.

Макроадміністративні засоби набагато різноманітніші. Тільки політичні симпатії та антипатії здатні зруйнувати будь-які потенціальні корисні контракти.

Мегаадміністративне регулювання ґрунтується на членстві країни чи суб'єкта ЗЕД у міжнародних організаціях з конкретними вимогами статутів та інших базових документів. Претензії FATF (організації з боротьби з незаконним обігом тіньових капіталів) до конкретних країн здатні привести до арешту активів суб'єктів ЗЕД за кордоном.

Економічні засоби мікро-, макро- і мегарегулювання ґрунтується на не-прямих, як правило, фінансових, організаційних, договірних засадах, які впливають на хід початкового контрактного процесу.

2. Мікрорегулювання ЗЕД починається з обов'язкової наявності у статуті суб'єкта діяльності розділу чи рядка про сутність і особливості створення стосунків з іноземним партнером. Наприклад, перелік форм вказаних стосунків обмежує стартові можливості. Тому тільки зміни або доповнення до статутних документів здатні усунути проблеми.

Мотивами регулювання на мікрорівні є такі моменти:

1. Поширення ринку збуту за національні межі.
2. Поширення імпортування корисних ресурсів.
3. Залучення консультаційних та інших послуг для потреб удосконалення виробництва і збуту.
4. Залучення іноземних інвестицій.
5. Поширення власної ринкової ніші в системі міжнародного поділу праці.

Ефективний менеджмент ЗЕД підприємства як складова загального менеджменту використовує як універсальні, так і специфічно зовнішньоекономічні засоби. Спільним для внутрішнього і зовнішнього менеджменту є використання загальних принципів і функцій управління, технологій розробки і прийняття рішень та ін. Специфічні риси зовнішнього менеджменту обумовлені особливостями об'єкта управління:

- інша і суперечливо різноманітна зовнішня сфера;
- значно більший територіальний простір;
- необхідність відносин з державними органами різних країн;
- необхідність використання міждержавних і міжнародних норм.

Вказані моменти обумовлюють необхідність регулюючих дій при коригуванні коротко-, середньо- і довгочасних планів, прогнозів і програм.

Важливим інструментом регулювання є використання можливостей національних і міжнародних організацій, членом яких може стати підприємство. Наприклад, участь в Українській спілці промисловців і підприємців надає можливість брати участь у розробці нормативно-законодавчих актів.

Участь у національних, регіональних і місцевих проектах розширює можливості залучення інвестицій, пільг, дипломатичної та організаційної підтримки.

Економічні засоби впливу спираються на внутрішні резерви виробничого, фінансового, організаційного і людського потенціалів. Скорочення витрат, збільшення асортименту, поліпшення якості, сервісу і гарантійного обслуговування, підбір, підготовка і кваліфікація кадрів – усі ці та інші чинники внутрішнього характеру покращують зовнішньоекономічний імідж.

Запорукою успішної ЗЕД є наявність сучасних засобів виробничої та соціальної інфраструктури, насамперед, можливостей інформаційного забезпечення діяльності. Тому оновлення засобів збору й обробки інформації, транспорту, фінансово-кредитного обслуговування, створення побутових умов світового класу для ведення переговорів і розташування іноземних партнерів є чинниками позитивного впливу на характер зовнішньої діяльності.

3. Макроекономічне регулювання ЗЕД включає дві складові:

- державне регулювання;
- регулювання з боку національних недержавних установ.

Державне регулювання спирається на діяльність загальнодержавних і місцевих органів влади і управління, що регламентується Конституцією і Законами. Так, Верховна Рада України виконує такі функції:

- приймає закони і постанови, що регулюють ЗЕД;
- ратифікує міждержавні й міжнародні документи;
- асигнує фінансові засоби, надає пільги для ефективного розвитку ЗЕД.

Кабінет Міністрів має такі завдання:

- видання розпоряджень на ґрунті прийнятих законів щодо розвитку ЗЕД;
- контроль за виконанням законів і розпоряджень;
- розробка проектів законів, зокрема закону про Державний бюджет.

Найбільший вплив на регулювання ЗЕД здійснюють міністерства і державні комітети та відомства, які безпосередньо курирують економічні зв'язки з іноземними партнерами. Насамперед йдеться про Міністерство економіки, в якому існують чотири департаменти, які безпосередньо займаються регулюванням ЗЕД:

- державної політики у сфері зовнішньої торгівлі;
- міжнародного торговельно-економічного співробітництва;
- торговельних обмежень і контролю за ЗЕД;
- міжнародного розвитку і європейської інтеграції.

Важливе значення за традицією мають укази Президента України. Міністерство фінансів, Державна податкова адміністрація України, Державний митна служба України, Антимонопольний комітет України, інші загальнофункціональні установи розробляють документи з конкретних питань, що впливають на багатогалузеві аспекти ЗЕД.

Галузеві міністерства і відомства є суб'єктами регулювання вузьких проблем зовнішньоекономічної діяльності.

Органами місцевого управління ЗЕД в Україні є місцеві Ради народних депутатів та їх виконавчі й розпорядчі органи з відповідними територіальними підрозділами. Компетенція місцевих органів влади та управління визначається Законами України «Про зовнішньоекономічну діяльність», «Про місцеві Ради народних депутатів України і місцеве самоврядування» та ін. Безпосереднім органом управління ЗЕД на місцевому рівні є Управління зовнішніх відносин і зовнішньоекономічної діяльності обласної державної адміністрації.

Особливу і незалежну роль у регулюванні насамперед валютних і фінансово кредитних відносин виконує Національний банк України.

Адміністративні засоби й інструменти державного регулювання ЗЕД:

- 1) порядок реєстрації суб'єктів ЗЕД;
- 2) виконання вимог міжнародних документів, зокрема статутів міжнародних організацій;
- 3) нетарифні методи регулювання міжнародної торгівлі;
- 4) оперативне реагування на різноманітні події економічного і неекономічного характеру;
- 5) інші форми.

Основні економічні засоби й інструменти регулювання держави:

- 1) пряме й непряме фінансування, зокрема кредитування експортерів;
- 2) державне страхування;
- 3) фіскальні пільги й обмеження;
- 4) тарифне регулювання;
- 5) валютне регулювання;
- 6) інші форми.

Слід відзначити зовнішньоекономічні аспекти традиційних форм державного регулювання економіки:

- 1) індикативне планування (прогноз соціально-економічного розвитку прикордонних районів);
- 2) фіскально-бюджетна політика (пільги й податки на ЗЕД, офшорні зони);
- 3) антимонопольна політика (обов'язково конкурсна участь іноземних інвесторів у приватизації);
- 4) інвестиційна, зокрема інноваційна політика (технопарки, території пріоритетного розвитку);
- 5) цінова політика (державне регулювання цін на товари критичного імпорту);
- 6) соціальна політика (пільги щодо імпортних закупок для територій, які постраждали внаслідок стихійного лиха);
- 7) валютна й фінансово-кредитна політика (режим валютного курсу) та ін.

Виявимо основні недержавні установи регулювання ЗЕД.

1. Українська спілка промисловців і підприємців.

2. Торговельно-промислова палата України, зокрема її численні підрозділи.
3. Профспілки, які згідно із законом України «Про професійні спілки» мають можливість обговорення законів і законодавчої ініціативи.
4. Інші установи недержавного регулювання.

Закордонний досвід роботи недержавного макрорегулювання і особливості роботи вказаних установ треба розглянути самостійно (див. список додаткової літератури).

4. Мегаекономічний рівень регулювання ЗЕД спирається на документи таких міжнародних організацій:

1. Економічні організації системи ООН, зокрема:

- 1) ЕКОСОП (економічна і соціальна рада) як координатор соціально-економічної діяльності ООН та її спеціалізованих органів;
- 2) Територіальні установи (ЄЕК – Європейська економічна комісія, ЕСКАТО – економічна і соціальна комісія для Азії та Тихого океану та інші);
- 3) Спеціалізовані й галузеві установи (ЮНІДО – комітет ООН з промислового розвитку; ЮНКТАД – конференція ООН з торгівлі та розвитку; ЮНЕСКО – ООН з питань освіти, науки та культури; Статистична комісія ООН та інші).

2. Регіональні інтеграційні угруповання – ЄС, ЄАСТ, АСЕАН, НАФТА, Євро-АзЕС та ін.

3. Міжнародні фінансово-кредитні установи – МВФ, Світовий Банк, Європейський банк реконструкції і розвитку, Паризький і Лондонський клуби кредиторів.

4. Міжнародні організації з міжнародної торгівлі, – СОТ, МТП (Міжнародна торгова палата) та ін.

5. Координаційні організації – G-8 (група восьми провідних країн світу), ОЕСР (Організація економічного співробітництва і розвитку).

Для нашої дисципліни важливі конкретні обмеження і засоби стимулювання, які запроваджують вказані установи. Тим більше, що макро- і мікрорегулювання повинні спиратися на регламентуючі засади мегарегулюючих інститутів.

Наведемо деякі приклади. Міжнародний валютний фонд є маяком для інших фінансових установ. Його санкції, кредитні програми надають червоне чи зелене світло подальшому руху фінансових потоків. ЕБРР є суттєвим барометром вкладень в екологічні проекти. МТП розробляє базисні умови поставок товарів ІНКОТЕРМС, на які спирається більшість міжнародних контрактів купівлі-продажу.

Дуже часто виникають суперечності статутів різних організацій, що обмежує ЗЕД. Так, статут ВТО рекомендує скоротити до мінімуму тарифні й скасувати нетарифні обмеження. А статут ЕС надає можливість використання нетарифних торговельних обмежень з позаорганізаційними країнами.

Тема 3. Митне регулювання

1. Сутність і форми нетарифного регулювання.
2. Сутність і форми тарифного регулювання. Мито і його види.
3. Особливості митного регулювання в Україні.

1. Митне регулювання – пряма функція держави, елемент макроекономічного впливу. Але збільшується роль мегаекономічних інститутів, які змушують державні органи виконувати статутні зобов'язання.

Митна регламентація підрозділяється на тарифні й нетарифні засоби. Тарифні засоби пов'язані з прямим підвищенням ціни завдяки використанню митних тарифів.

Нетарифні засоби прямо не підвищують ціни, але є заходами прихованого протекціонізму. Існують численні методи нетарифного регулювання як адміністративного, так і фінансового характеру. Їх можна згрупувати таким чином:

1. Заборона експорту чи імпорту.
2. Кількісні обмеження, зокрема:

- 1) Квотування – визначення ліміту обсягу поставок у вартісному чи фізичному вираженні на період часу (квартал, рік та інше) у таких формах:
 - глобальна квота без зазначення конкретної країни-партнера;
 - групова квота для окремих товарів для деяких конкретних країн;
 - індивідуальна квота при зазначенні однієї країни-партнера;
 - антидемпінгова, компенсаційна і спеціальна квоти.
- 2) Ліцензування – обмеження у вигляді одержання права чи дозволу (ліцензії) від уповноважених державних органів на ввіз чи вивіз продукції з такими видами ліцензій:
 - генеральна з дозволом експортно-імпортних операцій по даному товару чи в дані країни без обмеження кількості угод;
 - глобальна без обмежень поставки чи закупки кількісно чи вартісно;
 - автоматична, яка надається негайно після отримання заяви від експортера чи імпортера;
 - разова (індивідуальна) для однієї угоди на період здійснення останньої.

Механізм розподілу ліцензій різноманітний з такими головними формами:

- аукціон;
 - система явних преференцій з урахуванням колишніх підсумків ЗЕД;
 - розподіл на позаціновій основі за підсумками експертних оцінок.
- 3) Так звані «добровільні» обмеження експорту, коли експортер зменшує поставки у зв'язку з небезпекою більш негативних бар'єрів.
3. Прихований протекціонізм, зокрема:
- 1) державні закупки як гарантування реалізації національних товарів з одночасним зменшенням ринкової ніші імпоротної продукції;
 - 2) вимоги про обов'язкове використання місцевих компонентів і чинників (сировина, робоча сила, транспортні засоби та ін.);
 - 3) технічні бар'єри з вимогами подання сертифікатів якості, екологічної безпеки, виконанням санітарно-гігієнічних ветеринарних і фітосанітарних норм, правил техніки безпеки та ін.;

- 4) антидемпінгові засоби з переслідуванням постачальників іноземної продукції за заниженими цінами;
- 5) податки й збори на ввіз чи вивіз продукції (прикордонний податок за факт перетину кордону; екологічні, фітосанітарні та інші збори; митні збори за оформлення документів.

4. Фінансові заходи підтримки національних експортерів, зокрема:

- 1) субсидії національним експортерам у таких формах:
 - прямі, що заборонені СОТ;
 - непрямі через надання податкових пільг, переваг при страхуванні та інше;
 - внутрішні, найбільш приховані й дискримінаційні для імпортерів при бюджетному фінансуванні національних виробників, які конкурують на місцевому ринку з іноземними постачальниками;
- 2) експортне кредитування національних постачальників і так зване зв'язане кредитування імпортерів при зобов'язанні закупки товарів тільки у фірм даної країни;
- 3) обов'язковий імпортерський депозит - попередня застава, яку імпортер повинен внести у власний банк перед закупкою іноземного товару;
- 4) стимулювання демпінгу при експорті й антидемпінгові процедури при імпорті.

2. Мито – обов'язковий внесок, який збирається митними державними органами при імпорті, експорті чи транзиті, що сприяє підвищенню стартової ціни.

Мито виконує три функції:

- фіскальну як стаття доходів державного бюджету;
- протекціоністську (захисну) для захисту національних виробників і стримування імпорту;
- балансувальну для недопущення небажаного експорту товарів, якщо внутрішні ціни нижче світових.

Класифікуємо мито за певними критеріями:

1. За складністю встановлення:

- прості (одноколонні) з незмінною ставкою для товарів незалежно від країни походження;
- складні (багатоколонні) з встановленням двох і більше ставок по кожному товару залежно від країни походження.

2. За об'єктом нарахування:

- експортні;
- імпортні;
- транзитні.

3. За методом нарахування:

- адвалорні з відсотковим нарахуванням до митної вартості;
- специфічні з абсолютним грошовим нарахуванням до митної вартості;
- комбіновані (змішані) з об'єднанням адвалорного і специфічного засобів (наприклад, 10% від митної вартості, але не більше 100 грн. за одиницю ваги).

4. За характером дій:

- сезонні;
- антидемпінгові при імпорті товарів за цінами, які нижче внутрішніх цін країни-експортера;
- компенсаційні при встановленні факту отримання субсидій в країні експортера, що веде до зниження цін, при недопущенні небажаного експорту з власної країни.

5. За походженням:

- автономні, які встановлюються в односторонньому порядку;
- конвенційні з встановленням за договором чи домовленістю з іншою країною.

6. За розміром:

- максимальні для товарів з країн, з якими відсутні домовленості;

- мінімальні для товарів з країн, з якими діє режим найбільшого благо-сприяння;
- преференційні для окремих товарів чи з окремих країн.

7. За типом ставок:

- постійні без змін протягом встановленого періоду;
- змінні з нестабільним рівнем, що коригується залежно від динаміки сві-тових цін, рівня субсидій та інших обставин.

8. За засобом нарахування:

- номінальні, або вказані в тарифі;
- ефективні або реальні з урахуванням мита, яке було накладено на імпор-тні проміжні компоненти (вузли, сировина та ін.).

Таким чином, митне регулювання об'єднує тарифні й нетарифні засоби державної діяльності, яка може стимулювати чи стримувати експорт, імпорт і транзит.

3. Митне регулювання в Україні ґрунтується на таких нормативно-законо-давчих актах:

- 1) Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» від 16.04.1991 р. з до-повненням та змінами.
- 2) Митний кодекс України від 11.07.2002 р.
- 3) Закон України «Про єдиний збір, який стягується в пунктах пропуску через митний кордон України» від 4.11.1999 р.
- 4) Закон України «Про порядок здійснення розрахунків у іноземній валюті» від 23.09.1994 р. з доповненням та змінами.
- 5) Декрет Кабміну України «Про квотування і ліцензування експорту товарів (робіт, послуг)» від 12.01.1993 р. з доповненнями та змінами.
- 6) Постанова Кабміну України «Про ставки митного збору» від 27.01.1997 р. з доповненнями і змінами

Державним органом, який здійснює митний контроль, є Державна митна служба України.

Порядок руху товарів та інших предметів через митну територію держави регулює Митний кодекс України.

Митний контроль здійснюється посадовими особами митниці шляхом перевірки необхідних документів митного огляду транспортних засобів, товарів, особистого огляду, переогляду, обліку предметів, які перетинають митний кордон, а також в інших формах.

Митний контроль може доповнюватися ветеринарним, фітосанітарним і екологічним (зокрема радіологічним і хімічним) контролем.

Товари, транспортні засоби та інші предмети, що перетинають митний кордон, підлягають обов'язковому декларуванню. Декларування здійснюється шляхом заяви даних про мету переміщення товарів, їх якісні характеристики, які необхідні для митного оформлення і контролю.

Юридична або фізична особа, яка здійснює декларування, є декларантом. Декларант може бути представником сторін договору чи являти собою третю сторону.

Документом, який концентрує дані про товар, транспортний засіб, мету руху через митний кордон, є вантажна митна декларація (ВМД), порядок надання, оформлення і використання якої регламентований «Положенням про ВМД» і затверджений постановою КМУ від 9.06.97 р. № 574 з доповненням і змінами. Більш докладні моменти, що пов'язані з ВМД, розглянемо в наступних темах.

До митних платежів, що підлягають сплаті на митниці, відносяться:

- мито;
- митні збори;
- єдиний збір, який стягується у пунктах пропуску через державний кордон України;
- акцизний збір;
- податок на додану вартість (ПДВ).

Особливості вказаних платежів при експорті чи імпорті розглянемо в наступних темах.

Суб'єкти ЗЕД зобов'язані бути на обліку в митному органі за місцем державної реєстрації згідно з «Порядком ведення обліку суб'єктів ЗЕД у митних органах», затвердженим наказом Державного митного комітету України від 31.05.1996 р. № 237. Декларування товарів, як правило, здійснюється на митниці за місцем реєстрації. Але за особливих обставин декларування можливе в інших митницях на підставі листа-узгодження згідно з «Порядком митного оформлення товарів на митницях не за місцем обліку суб'єктів ЗЕД», затвердженим наказом Державної митної служби України від 5.07.2001 р., № 454.

Тема 4. Валютне регулювання

1. Валютні ринки й валютні курси
2. Основні валютні операції в сучасній ЗЕД
3. Особливості та інструменти регулювання валютних ринків
4. Проблеми валютного регулювання в Україні

1. Валюта у вузькому значенні – грошова одиниця іноземної держави

Валюта у широкому значенні – це всі активи, які здатні виконувати функцію світових грошей (цінні попері, благородні метали, дорогоцінні каміння та інше).

Національна валюта – платіжний засіб на території країни, яка її емітує.

Іноземна валюта – платіжний засіб інших країн, що використовується на території даної країни.

Резервна валюта – валюта, в якій країна має власні ліквідні міжнародні резерви, що використовуються для покриття від'ємного сальдо платіжного балансу.

Коллективна валюта – платіжний засіб регіонального угруповання (наприклад, євро) чи міжнародної організації (наприклад, СДР (SDR) – спеціальні права запозичення в МВФ).

Тверда валюта – характеризується сталістю курсу, динаміка якого відповідає змінам головних макроекономічних показників.

Конвертованість валюти – можливість резидентів і нерезидентів вільно, без обмежень, обмінювати національну та іноземні валюти чи використовувати іноземну валюту в угодах з реальними й фінансовими активами.

Основні види конвертованості валюти:

- 1) по поточних операціях – відсутність обмежень по платежам і трансфертам, які пов'язані з торгівлею та послугами, міждержавними переказами доходів і трансфертів, що повинні виконувати країни – члени МВФ;
- 2) по капітальних операціях – відсутність обмежень при русі прямих і портфельних інвестицій, кредитів і грантів;
- 3) повна конвертованість – єдність поточної і капітальної конвертованості;
- 4) внутрішня – право резидентів купувати й здійснювати операції з іншими резидентами у власній країні;
- 5) зовнішня – право резидентів здійснювати операції з іноземною валютою з нерезидентами;
- б) вільна – можливість безперешкодного обміну в зв'язку з високим міжнародним авторитетом, сталістю курсу і підтвердженням МВФ.

Класифікатор іноземних валют, затверджений постановою правління НБУ від 4.02.1998 р. № 34 (з доповненнями та змінами) визначає в ролі ВКВ євро, долари Австралії, США, Канади, фунт стерлінгів, крони Швеції, Данії, Ісландії та Норвегії, франк Швейцарії, єну Японії, СДР (SDR).

Три етапи розвитку світової валютної системи ви вивчали в курсах «Гроші та кредит» і «Міжнародна економіка».

Валютний курс – ціна однієї валюти, виражена в одиницях іншої валюти.

Валютне котирування – визначення валютного курсу на ґрунті обраних ринкових механізмів у таких формах:

- пряме – вираження одиниці іноземної валюти в одиницях національної (наприклад, 1 дол.США = 5 грн.);

- непряме (зворотне) – вираження одиниці національної валюти в одиницях іноземної (наприклад, 1 грн. = 0,2 дол. США);
- крос – котирування – вираження одиниці однієї іноземної валюти в одиницях іншої іноземної валюти на території даної країни (за винятком долара США, з яким традиційно кореспондуються інші валюти).

Слід зазначити, що на практиці здійснюється округлення до четвертого знака після коми. Найменший розмір змін курсу – пункт (остання цифра при написанні). Для більшості валют, зокрема гривні, це 0,0001. Для японської єни пункти складає 0,01, що підкреслює використання для порівняння 100 єн. Сто пунктів складають велику фігуру.

Котирування – це запис співвідношення двох валют, наприклад, 1 дол = 5,500 грн., де ліва сторона – базова валюта, права сторона – валюта котирування.

На валютному ринку курси підрозділяються на курс купівлі базової валюти (продажу валюти котирування) і курс продажу базової валюти (купівлі валюти котирування). При прямому котируванні купівля базової валюти нижче в порівнянні з її продажем.

Здійснюється такий запис: USD / UAH = 5,4998 / 5,4999, чи більш коротке вираження: USD / UAH = 5,4998 / 99.

Різниця між правою і лівою сторонами котирування називається спредом (spread).

Основними суб'єктами валютного ринку є:

- суб'єкти ЗЕД;
- комерційні банківські установи, які забезпечують валютне обслуговування діяльності;
- валютні посередники, які діють за відповідну компенсаційну винагороду, насамперед валютні біржи;
- державні установи, головне місце серед яких займають центральні банки й державні казначейства;
- міждержавні, міжнародні, регіональні та інші коригуючі організації мегарегулювання.

Традиційно всі суб'єкти валютного ринку поділяються на резидентів і нерезидентів. До резидентів відносяться фізичні та юридичні особи, які мають постійне місце проживання на території країни, зокрема такі, що тимчасово перебувають за кордоном. Нерезидентами вважаються фізичні та юридичні особи, які не мають громадянства і їх постійне місце проживання знаходиться за кордоном.

2. Взаємодії суб'єктів валютного ринку здійснюються шляхом валютних операцій на трьох великих сегментах ринку:

- біржовому;
- позабіржовому або міжбанківському;
- готівковому.

Валютні операції поділяються на поточні й термінові при значній перевазі поточних операцій (до 90% ринкового обігу).

Поточні операції мають дві форми:

- поточні конверсійні з негайною поставкою;
- поточні депозитно-кредитні.

Конверсійні операції – це угоди агентів валютного ринку з купівлі-продажу (конверсії) певних сум грошей однієї країни за валюту іншої країни за погодженим курсом на певну дату. Поточні конверсійні дії вживають англomовний термін Forex або FX (Foreign Exchange Operations). Операції конверсії поділяються на три категорії:

- з датою валютування «СЬОГОДНІ» (today або скорочено tod), наприклад, при операціях з UAH чи RUR до USD;
- з датою валютування «завтра» (tomorrow або tom) для операцій європейських валют, наприклад, до гривні;
- з датою валютування за дві доби – спот (spot).

Поточні депозитні операції в режимі «overnight» (одноденні депозити) також підкреслюють швидкісні можливості електронних переказів.

Термінові операції – це угоди, при яких сторони домовляються про поставку обумовленої суми в майбутньому за курсом, який є фіксованим у момент їх укладання. Валютні термінові угоди відбуваються на спеціалізованих біржах у великих міжнародних фінансових декторах, таких як Лондон (Лондонська біржа фінансових ф'ючерсів – LIFFE), Чикаго (Чиказька біржа опціонів) та інших.

Різниця між терміновим і поточним курсами має назву дисконт (при зниженні курсу) і премія (при підвищенні курсу).

Курси за терміновими угодами розраховуються на базі поточних курсів і відсоткових ставок за депозитами.

Термінові операції поділяються на три види:

- форвардні;
- ф'ючерсні;
- опціонні.

Форвардні угоди документують відносини двох контрагентів про майбутню поставку валюти за раніше обумовленим курсом, що укладаються поза біржею. Форвардні угоди є обов'язковими для виконання на відміну від ф'ючерсів та опціонів.

Ф'ючерсні операції – це угоди з купівлі-продажу в майбутньому за раніше обумовленим курсом, що укладаються на біржових ринках. Особливістю вказаних угод є те, що вони стандартизовані і поставки відбуваються у строго визначені терміни. Поставка валюти здійснюється за контрактом через рахункову палату біржи. Мета здійснення ф'ючерсів, по-перше, у страхуванні ризиків; по-друге, у проведенні спекулятивних операцій. Спекулянт відкриває валютні позиції на великі суми під незначне забезпечення (маржу). Чим сильніше коливаються курси, які лежать в основі контрактів, тим більше обсяг попиту на ці угоди і тим вище ціна контракту.

Опціонні операції – це угоди, що дають право (але не зобов'язання) одному учаснику угоди купувати або продати відповідну кількість валюти за фіксованим курсом протягом визначеного часу, тоді як другий учасник за грошову премію зобов'язується за необхідністю забезпечити реалізацію цього права при

продажу або купівлі валюти за договірною ціною. Опціонні угоди здійснюються, як правило, через біржу, хоча можливі й позабіржові дії. На відміну від ф'ючерсу власник опціонного контракту може втратити тільки премію. Тенденцією розвитку світового валютного ринку є стрімке зростання саме опціонів.

Своп (swap) – це валютна операція, яка поєднує купівлю-продаж двох валют на умовах негайної поставки з одночасною контругодою на відповідний термін з тими самими валютами. Своп використовується для здійснення комерційних угод для уникнення збитків при конвертації валют і придбання необхідної валюти без ризику (на основі покриття контругодою), також взаємного міжбанківського кредитування.

Усі валютні операції підрозділяються на торговельні й неторговельні.

Торговельні пов'язані з кредитуванням, інвестуванням, перевезеннями і торгівлею.

Неторговельні операції – це дії із забезпечення дипломатичних, торговельних представників і міжнародних організацій, витрати на перебування різноманітних делегацій, груп фахівців і окремих громадян, перекази за дорученням громадських та інших організацій, приватних осіб за кордон. Невелика частка (до 3%) неторговельних операцій зростає у зв'язку з поширенням туризму, гуманітарних контактів тощо.

3. Сучасний валютний ринок – це інституційно регульований об'єкт. Макро- і мегарегулювання здійснюється з боку держави і міжнародних організацій. Статутом МВФ визначено, що метою є забезпечення співробітництва у валютних проблемах, сприяння стабілізації валюти, створення багатосторонньої системи платежів і розрахунків, досягнення рівноваги в платіжних балансах країн-учасниць. Директорат фонду спостерігає за валютно-фінансовою політикою і повинен не допускати дискримінаційної маніпуляції курсами, наприклад, валютними інтервенціями.

МВФ надає стабілізаційні кредити шляхом траншів. Підрозділи Світового банку надають середньо- і довготермінові кредити, які пов'язані з фінансуван-

ням об'єктів виробничого призначення і структурною перебудовою економіки. Існують також регіональні валютно-фінансові установи, які забезпечують регламентацію діяльності в межах власної відповідальності. Принципи й методи, що визначаються МВФ та іншими мегасуб'єктами регулювання, на практиці втілюються державним валютним регулюванням.

Насамперед йдеться про встановлення режимів валютного курсу. Визначимо основні режими за чинником гнучкості:

1. Фіксований курс з межею коливання 2,25%. Фіксація має такі головні форми:

- фіксація до однієї іноземної валюти;
- використання виключно іноземної валюти як платіжного засобу;
- валютне правління при забезпеченості іноземною валютою і фіксацією до вказаної валюти;
- фіксація до валютного композиту;
- фіксація до валюти головного торговельного партнера на даний час;
- фіксація загальної для групи країн одиниці до однієї іноземної.

2. Обмежено гнучкий курс з офіційно невеликими коливаннями згідно з встановленими правилами за межами 2,25%.

3. Плаваючий (вільний) курс у таких формах:

- корегуємий з автоматичною зміною згідно зі зміною певного складу макроекономічних показників;
- плаваючий, що управляється з встановленням центральним банком;
- незалежно плаваючий під впливом коливань попиту та пропозиції валют.

4. Гібридний курс у таких формах:

- оптимальний валютний простір як підтримання фіксованого курсу з обмеженою кількістю країн і плаваючого курсу з іншими державами;
- цільові зони з параметрами курсу, до яких країна вважає за необхідне рухатися;
- валютний коридор з встановленням мінімальної і максимальної меж коливання;

- повзуча фіксація з встановленням відсотка коливання навколо центрального паритету;
- плаваюча, що управляється з активною політикою валютних інтервенцій.

Валютна інтервенція – це маніпулювання пропозицією валют з метою впливу на курси. Назвемо три основні форми інтервенції:

- за рахунок власних резервів валюти;
- за рахунок продажу цінних паперів, які розміщені в іноземній валюті;
- з допомогою угоди своп.

Традиційними формами регулювання є також девальвація і ревальвація (офіційне відповідно зниження і підвищення фіксованого курсу національної валюти).

Корекція облікових ставок центрального банку дозволяє впливати на динаміку курсу. Так, підвищення облікової ставки поширює пропозицію іноземних капіталів, що дозволяє забезпечити зростання курсу місцевої грошової одиниці.

Регулювання платіжного балансу за рахунок субсидій, митних тарифів, податкових пільг, страхування також здатне вплинути на курсові співвідношення.

Усі вказані методи є проявом непрямого впливу. Але існують і прямі засоби регламентування або обмеження:

- ліцензування операцій;
- блокування валютної виручки;
- обов'язковий продаж частки валютної виручки за встановленим державою курсом;
- регулювання термінів платежів;
- контроль за здійсненням інвестицій;
- надання додаткових документів щодо відносин з партнерами з офшорних зон.

Суттєвим моментом регулювання є такі елементи страхування валютних ризиків:

- валютні застереження;
- мультивалютні застереження;
- використання термінових операцій;
- захист засобами «інфраструктури зовнішньої торгівлі»;
- застереження про перегляд сторонами контрактної ціни;
- хеджування.

4. Валютні відносини в Україні спираються на такі нормативно-законодавчі документи:

1. Митний кодекс України від 11.07.2002 р.
2. Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» від 16.04.1991 р. з доповненнями та змінами.
3. Закон України «Про порядок здійснення розрахунків у іноземній валюті» від 23.04.1994 р. з доповненнями та змінами.
4. Декрет КМУ «Про систему валютного регулювання і валютного контролю» від 19.02.1993 р. № 15-93 з доповненнями та змінами.
5. Класифікатор іноземних валют, затверджений постановою Правління НБУ від 4.02.1998 р. № 34 з доповненнями та змінами.
6. Інструкція НБУ «Про відкриття банками рахунків у національній та іноземній валюті» № 527 від 18.10.1998 р.

Для виконання ЗЕД в іноземній валюті суб`єкт діяльності повинен відкрити валютний рахунок у банку на ґрунті пункту № 6 в наданому переліку документів.

Отримання іноземної валюти здійснюється через уповноважені банки на міжбанківському валютному ринку України. Вказані банки мають ліцензію НБУ згідно з «Правилами здійснення операцій на міжбанківському валютному ринку України», затвердженими постановою НБУ від 18.03.1998 р. № 127 с доповненнями та змінами.

Для отримання валюти суб'єкт ЗЕД подає в установу уповноваженого банку заяву на купівлю валюти згідно з додатком 2 «Тимчасових правил здійснення валютних аукціонів НБУ» від 3.03.1994 р. № 7-94. До заяви додаються такі документи:

- договір з нерезидентом;
- вантажна митна декларація, якщо товар перетинає митний кордон;
- акт здавання – приймання виконаних робіт;
- документи, які передбачені при документарній формі розрахунків (акредитив, інкасо);
- довідка Державної податкової інспекції (термін дії 180 діб), в якій резидент зареєстрований як платник податків з інформацією про суму інвалюти та рахунок в інвалюті, з якою здійснюється перерахування з метою виконання обов'язків перед нерезидентами.

Суб'єкт ЗЕД надає оригінал і копію комплекту документів, при цьому оригінал з підписом і печаткою уповноваженого банку віддається. Копія комплекту завіряється керівником суб'єкта ЗЕД або нотаріусом і залишається в банку.

Валюта, яку отримують через уповноважений банк, повинна використовуватися протягом 5 робочих днів з моменту зарахування на поточний рахунок резидента. У разі порушення зазначеного терміну валюта продається банком на міжбанківському валютному ринку таким чином, що позитивна курсова різниця прямує у державний бюджет, а негативна відноситься на підсумки господарської діяльності резидента.

У переліку на початку розгляду питання для експортних операцій виручка зараховується на валютні рахунки не пізніше 180 днів з дати митного оформлення.

Для імпорتنих операцій термін ввозу складає 180 днів з моменту здійснення оплати. Порушення вказаних термінів тягне за собою пеню у розмірі 0,3% від суми не отриманої виручки за кожний день.

У разі необхідності резидент може отримати індивідуальну ліцензію НБУ згідно з Інструкцією про порядок здійснення контролю і отримання ліцензій по

експортних, імпорتنих і лізингових операціях, яка затверджена постановою правління НБУ № 136 від 24.03.1999 р. з доповненнями і змінами.

Постановою правління НБУ «Про введення обов'язкового продажу надходжень в іноземній валюті на користь резидентів» № 349 від 4.09.1998 р. встановлено, що при здійсненні розрахунків у іноземній валюті 50% надходжень валюти першої групи Класифікатора іноземних валют НБУ підлягають обов'язковому продажу через уповноважені банки й фінансові установи.

Розрахунки між резидентами і нерезидентами можуть здійснюватися у гривнях, але обов'язковим є отримання індивідуальної ліцензії НБУ. Крім того, індивідуальна ліцензія потрібна для інших операцій згідно з п. 4 ст. 5 Декрету КМУ про валютне регулювання (документ № 4 у початковому переліку даного питання). Згідно із ст. 37 Закону про ЗЕД у разі порушення законодавства здійснюються спеціальні санкції у вигляді індивідуального режиму ліцензування, що регламентується «Положенням про порядок надання разових (індивідуальних) ліцензій», яке затверджено наказом Міністерства економіки від 17.04.2002 р. № 47.

Тема 5. Форми виходу підприємств на зовнішній ринок

1. Правові передумови ЗЕД підприємств.
2. Класифікація зовнішньоторговельних операцій.

1. Зовнішньоторговельна операція (операція) – комплекс дій учасників торгового процесу, які представляють різні країни, з метою здійснення торгового обміну.

Учасників зовнішньоторговельного процесу повинно бути як мінімум два: продавець (експортер) і покупець (імпортер). У комплекс дій фірм при здійсненні торгових операцій звичайно входить вивчення кон'юнктури ринку товару, що пропонується, його реклама, діяльність збутової мережі, взаємодія зі збуто-

вими посередниками, розробка комерційних пропозицій і запитів, ведення переговорів, висновок і виконання контрактів.

Основним регулятором зовнішньоекономічної діяльності фірми є контракт, що являє собою комерційну угоду між ринковими агентами двох чи більш країн, предметом якого може бути купівля-продаж, оренда, виконання підрядних робіт і т. д.

На етапах підготовки, підписання і виконання основних контрактів фірми, які беруть участь у зовнішньоекономічній діяльності, укладають значну кількість допоміжних контрактів з консультаційними, рекламними, посередницькими, експедиторськими та іншими ринковими агентами. Вони також здійснюють весь комплекс операцій з державними і міжнародними органами, що курирують систему зовнішньоторговельних операцій.

Більш докладно особливості контрактної діяльності розглянуті в темі 11.

2. Розмаїття зовнішньоторговельних операцій фірми можна класифікувати за рядом критеріїв.

За напрямками торгівлі виділяють експортні, імпорتنі, реекспортні й реімпорتنі операції.

Експортні операції спрямовані на вивіз товарів за митний кордон.

Імпорتنі операції спрямовані на ввіз товарів за межі митного кордону країни.

Реекспортні операції здійснюють вивіз за митний кордон товарів, раніше імпортованих і не перероблених у країні.

Реімпорتنі операції дозволяють придбати за кордоном раніше експортовані і не перероблені там товари. Звичайно сюди входить повернення бракованої продукції, що повертається за договорами консигнації.

За групами товарів виділяють купівлю-продаж машин і устаткування, сировинних, продовольчих і непродовольчих товарів. При цьому непродовольчі

товари підрозділяються на три групи:

- 1) напівфабрикати і комплектуючі для галузей матеріального виробництва;
- 2) товари широкого вжитку для населення, в тому числі предмети тривалого користування;
- 3) товари, необхідні для задоволення суспільних потреб – охорони здоров'я, охорони навколишнього середовища, дорожнього будівництва і т. д.

За ступені готовності товару до продажу виділяють постачання готової продукції, вузлів і деталей для зборки, комплектного устаткування і т. д.

Товарообмінна торгівля включає зустрічні закупівлі, бартер, викуп застарілої продукції, операції з давальницькою сировиною і т. д.

Зустрічні закупівлі здійснюють в рахунок зобов'язань, прийнятих експортерами в контрактах на продаж основних товарів. Звичайно це відбувається під тиском імпортерів і в результаті конкуренції експортерів.

Бартерні операції представляють безвалютний, але оцінений обмін товарами на еквівалентній основі. Вартісна оцінка товарів при бартері необхідна для митного обліку, визначення страхових сум, нарахування штрафів, уцінки неякісних товарів і т. д.

Викуп застарілої продукції припускає продаж експортеру застарілої моделі в залік продукції, що постачається.

Операції з давальницькою сировиною характерні тим, що фірма однієї країни експортує вихідну сировину й імпортує готову (кінцеву) продукцію, а фірма іншої країни переробляє давальницьку сировину. Оплата за переробку здійснюється додатковою кількістю постачальної сировини.

Торгово-посередницька діяльність включає операції за договорами постачань, комісії, консигнації, доручення, агентські угоди та інші посередницькі угоди.

Договори постачань дозволяють посереднику закуповувати товар у постачальника і продавати його, але вже від свого імені і за свій рахунок, одержавши при цьому відповідну винагороду.

Договори комісії дозволяють посереднику укласти договір від свого імені, але за рахунок експортера чи імпортера з одержанням комісійної винагороди.

Договори доручення пов'язані з тим, що експортери й імпортери довіряють посереднику укласти контракти від їхнього імені і за їхній рахунок з виплатою відповідного винагороди.

Договори консигнації пов'язані з наданням товарів у розпорядження агента-консигнатора на певний строк для реалізації, при цьому власником залишається власник товару. Консигнація може бути поворотною (всі непродані товари повертаються власнику), частково поворотною і безповоротною (віддається сума грошей). При цьому консигнатор вправі знижувати ціни реалізації, що спеціально обмовляється в угоді.

Операції за агентськими угодами відрізняються тим, що спеціалізовані юридичні чи фізичні особи-агенти на підставі спеціальних договорів з експортерами й імпортерами одержують право на сприяння укладанню угод.

Прості посередницькі, або брокерські операції характерні тим, що посередник, відшуковуючи зовнішніх продавців і покупців, зводить їх, не беручи особистої участі в контракті.

Збутові посередницькі (дистриб'юторські) операції пов'язані з висновком окремих угод між дистриб'ютором, з одного боку, і продавцем або покупцем – з другого.

Торгівля змагального типу включає аукціонні продажі, торги (тендери) й біржову торгівлю.

Торгівля послугами класифікується по-різному. Визначимо групи послуг за класифікацією Міжнародного валютного фонду (МВФ).

1. Транспортні перевезення, у т. ч.:

- пасажирські;
- багажні;
- вантажні.

2. Поїздки, в. т. ч.:

- ділові (відрядження);
- особисті (туризм).

3. Зв'язок.

4. Будівництво, зокрема:

- підготовка будівельних майданчиків;
- основні будівельні роботи;
- будівельні роботи завершального циклу;
- будівництво «під ключ».

5. Страхування нерезидентів страховими компаніями-резидентами.

6. Фінансові послуги між резидентами і нерезидентами.

7. Комп'ютерні й інформаційні послуги, у т. ч.:

- консультації в області комп'ютерних програм;
- інформаційні послуги;
- обслуговування комп'ютерів.

8. Користування правами власності і використання оригіналів чи прототипів на підставі ліцензій з виплатою ліцензійних платежів, у т. ч.:

- роялті, тобто періодичні платежі за підсумками користування ліцензією;
- паушальні платежі, тобто одноразові виплати за результатами експертних оцінок.

9. Інші бізнес-послуги, у т. ч.:

- посередницькі послуги;
- оренда (короткострокова – рентинг, середньострокова – хайринг, довгострокова – лізинг);
- інші ділові, професійні і технічні послуги (правові, бухгалтерські, управлінські, рекламні а також інжиніринг, послуги по нагляду, геологорозвідці і т. д.).

10. Особисті, культурні, спортивні й рекреаційні послуги.

11. Урядові послуги.

Усі зовнішньоторговельні операції спираються на міжнародні документи, зокрема, на Конвенцію ООН про договори міжнародної купівлі-продажу товарів, базисні умови постачань «ИНКОТЕРМС», розроблені Міжнародною торго-

вельною палатою, «Уніфіковані правила і звичаї для документарних акредитивів», «Уніфіковані правила за інкасо», Чекову конвенцію, Однаковий вексельний закон та ін.

Тема 6. Форми зустрічної торгівлі

1. Сутність і суперечливість бартерних операцій.
2. Зустрічні закупки в ЗЕД.
3. Інші форми зустрічної торгівлі.

1. Бартерна операція (barter transaction) – це операція з обміну визначеної кількості товарів одного чи різних видів на еквівалентну за вартістю кількість іншого товару .

Таким чином, бартерна операція не припускає ніяких грошових розрахунків між контрагентами. У бартерній угоді встановлюються або кількість товарів, які взаємопостачаються, або обмовляється сума, на яку сторони зобов'язуються поставити товари. Перевага даної операції перед операцією купівлі-продажу полягає в тому, що для її здійснення не потрібна валюта, і сторони не вдаються до посередництва банків. Припустимо, в'єтнамська фірма хоче купити в українського підприємства сучасне устаткування, але валютою не володіє. Тоді вона знаходить товар, що міг би зацікавити українське підприємство, і пропонує зробити обмін. Українське підприємство, зацікавлене у виході на в'єтнамський ринок, може погодитися з таким обміном.

Сторони при узгодженні обсягів постачань оперують цінами і ведуть по них переговори, вказівка цін у самому тексті контракту потрібна тільки для того, щоб митні органи могли визначити розміри мита і зборів, а також для статистики зовнішньої торгівлі. У контракті може вказуватися, наприклад, що український контрагент поставляє у В'єтнам електронно-променеву зварювальну апа-

ратуру за ціною 150 тисяч доларів, а в'єтнамська сторона поставляє на Україну одну тисячу тонн рису загальною вартістю 150 тисяч доларів.

2. Зустрічні закупівлі (counterpurchase) означають зобов'язання експортера закупити на певну суму товари в країні імпортера. Техніка здійснення такої операції полягає в такому. Припустимо, імпортер з України закуповує в Італії яке-небудь устаткування чи інші товари на значну суму, тоді в процесі переговорів після узгодження ціни товару імпортер ставить обов'язковою умовою контракту закупівлю експортером товарів у його країні на визначену суму. При цьому товари можуть бути будь-які, що не обов'язково відносяться до предмета даної угоди. Більш того, у період переговорів сторони можуть і не знати, які конкретно товари імпортер може запропонувати і які експортер може закупити. Для імпортера важливо записати цю обставину в контракт для того, щоб шляхом зустрічної закупівлі зберегти частину валюти у своїй країні. Експортер, будучи зацікавлений у реалізації своєї продукції, звичайно погоджується з таким записом у контракті.

Предметом переговорів, і звичайно дуже завзятих, є визначення обсягу таких закупівель, що фіксується в контракті «від його загальної суми». Добре, якщо цей обсяг складе 40%, але навіть якщо він буде всього 10%, то при великих обсягах постачань по імпорту економія валюти для України буде істотною. Визначивши обсяги зустрічних закупівель, сторони записують в умовах контракту, що експортер протягом, наприклад, 12 місяців з дати підписання контракту, підпише імпортні контракти з контрагентами з України на закупівлю товарів (не вказуючи яких) на певну суму. Після підписання контракту український імпортер, попередньо з'ясувавши зацікавленість італійської фірми-експортера в тих чи інших товарах, починає пошук цих товарів у своїй країні й організує висилку пропозиції контрагенту в Італію. Пропозиції можуть висилатися будь-якими фірмами України, так само як і контракти на постачання товарів по них в Італію можуть підписувати будь-які італійські фірми, які зможе залучити італійський експортер і зацікавити український товар. Ряд країн південно-східної

Азії законодавчим шляхом установили обов'язковість зустрічних закупівель при імпорті в ці країни. Поширення зустрічних закупівель тепер набирає велику силу, особливо у країнах, що розвиваються.

3. Компенсаційні операції відрізняються від бартерних тем, що відбувається обмін декількома товарами з кожної сторони. З компенсаційними угодами пов'язане поняття «неконвертоване сальдо». Наприклад, контрагент з Данії фірма А поставляє контрагенту в Україні фірмі Б меблі на суму 5000 доларів, а українська сторона може запропонувати товари на суму тільки 4000 доларів. Різниця між сумами товарів, що поставляються, складе 1000 доларів, ця різниця і називається неконвертованим сальдо, що складає борг української фірми датському партнеру. Однак переказати його в Данію українська фірма не може, так як це не обумовлено контрактом. Тоді сторони домовляються і вказують в умовах контракту, що різниця буде зберігатися в одному з банків на рахунку, який відкритий спеціально фірмою Б. Фірма А може використовувати ці гроші тільки в Україні, тому вони і називаються неконвертованим сальдо. Використовуватися ці гроші можуть на рекламу, представницькі витрати, оплату відряджень і, нарешті, на покупку будь-яких інших товарів в Україні. Механізм здійснення компенсаційних угод зводиться до наступного:

- кожен контрагент готує два списки товарів: в одному перелічуються товари, що він хотів би продати, а в іншому – які купити;
- зустрічаючись, контрагенти обговорюють номенклатуру товарів, і в результаті уточнюються два списки: у першому вказуються товари, що постачаються датською фірмою, а в другому – поставляються українською фірмою;
- погодивши перелік товарів, контрагенти переходять до узгодження цін по кожній позиції списків;
- погодивши ціни та інші умови постачання, сторони підписують контракт з двома додатками: один додаток – це перелік товарів, що поставляються в Україну, інший – з поставками в Данію. У додатках вказують ціни по кожному найменуванню товару, а в тексті контракту – загальні суми взаємних постачань.

Останнім часом одержали розвиток великомасштабні операції на компенсаційній основі. Суть таких операції полягає в тому, що одна країна, використовуючи устаткування і технологію іншої країни, будує на своїй території промисловий об'єкт, продукцією якого і буде розраховуватися за устаткування і технологію. Від звичайної компенсаційної операції, яка описана вище, великомасштабні операції відрізняються таким:

- компенсаційні операції звичайно незначні за сумою, у той час як великомасштабні операції обчислюються сотнями тисяч, а те і мільйонами доларів;
- великомасштабна операція здійснюється на умовах кредиту, як правило довгострокового і на великі суми, тому для її здійснення залучаються великі банки;
- підписанню угоди про великомасштабну операцію звичайно передують угода між країнами на урядовому рівні;
- великомасштабні операції мають звичайно довгостроковий характер (до 10 років і більше).

Більше того, після будівництва об'єкта і виплати за кредитами, відносини між контрагентами продовжуються і далі; звичайна ж компенсаційна операція носить короткостроковий характер і нерідко обмежується разовою угодою. Техніка здійснення великомасштабної операції на компенсаційній основі виглядає так:

- відповідні урядові органи двох країн підписують угоду про будівництво в Україні промислового об'єкта на компенсаційній основі;
- «Замовник» з України підписує угоду з «Постачальником» із Франції про здійснення великомасштабної операції на компенсаційній основі з указівкою зобов'язань кожної із сторін і порядку їхнього виконання;
- сторони підписують контракт на постачання устаткування з Франції в Україну для споруджуваного на Україні об'єкта;
- «Постачальник» здійснює постачання устаткування в Україну;

- сторони підписують контракт на постачання у Францію продукції, що випускається знову добудованим об'єктом, у рахунок погашення кредиту за устаткування;
- українська сторона поставляє продукцію у Францію.

Складність здійснення великомасштабної операції полягає в тому, що сторони повинні чітко виконувати свої зобов'язання за умовами, які записані в угоді. Особливо це стосується пуску в експлуатацію промислового об'єкта. З моменту пуску об'єкта повинне початися постачання продукції у Францію в рахунок погашення кредиту. Якщо пуск об'єкта затримується, то погашення кредиту виконується у валюті чи рівноцінною продукцією з іншого підприємства. При здійсненні великомасштабної операції на компенсаційній основі з кожної сторони може бути не по одному, а кілька учасників.

Операції на давальницькій сировині також відносяться до угод зустрічної торгівлі. Суть їх полягає в тому, що одна країна, наприклад, Росія, має у своєму розпорядженні сировину, скажімо нафту, але нафтопереробних підприємств у неї недостатньо. Тоді контрагент з Росії підписує контракт із контрагентом з України – нафтопереробним заводом на переробку його нафти й одержання продуктів нафтопереробки. Частина продуктів нафтопереробки Україна залишає собі як оплату за переробку нафти. Ця ж операція може бути представлена і по-іншому: Україна за контрактом увозить з Росії нафту, а розраховується за неї частково нафтопродуктами, а частково грошима. Ще одним варіантом такої операції може бути такий: Росія не вивозить з України належну їй частину продуктів нафтопереробки, а продає їх прямо з України у треті країни, при цьому вона може залучати до таких продажів як посередника українські підприємства.

Викуп застарілої продукції – ще один вид товарообмінних операцій. Стосується він, насамперед, машинно-технічних виробів: автотранспортної техніки, дорожньо-будівельної техніки, сільськогосподарських машин, а в останні роки і літако-вертолітну техніку. Ініціатором таких операцій виступає звичайно імпортер. Якщо експортер пропонує імпортеру придбати в нього нові машини, то імпортер ставить обов'язковою умовою викупити в нього застарілу техніку.

Мова йде, звичайно, про техніку одного профілю. Якщо пропонуються автомобілі, то і викупувати треба автомобілі. Але автомобілі, які пропонувані на викуп, повинні бути в експлуатаційному стані. При цьому автомобілі, що викупуються, можуть бути зроблені іншою фірмою, а не тією, яка пропонує нові. Переговори про продаж нової техніки і про викуп старої йдуть одночасно, одночасно узгоджуються і ціни на ті й інші автомобілі: контракти можуть бути підписані окремо на продаж і на викуп, а може бути складений один контракт. Жорстка конкуренція і бажання реалізувати свою продукцію, особливо якщо ринок перспективний, змушують експортера йти назустріч умовам імпортера і викупувати в нього застарілу техніку. Імпортеру такі операції дуже вигідні, тому що він знижує свої валютні витрати і позбавляється від старої техніки, замінюючи її новою. Експортер нової техніки, який викупив стару, прагне витягти з неї максимальну вигоду. Він, після ретельного огляду застарілої техніки, визначає, яким машинам можна надати товарний вигляд, і, зробивши їм попередній ремонт, пропонує їх для продажу іншим покупцям, найчастіше в країни, що розвиваються, як автомобілі що були у вживанні, так звані машини «секонд-хенд».

Автомобілі, які економічно не вигідно доводити до товарного вигляду, експортер розбирає і сортує деталі й вузли, на дефектні й придатні. Дефектні, що не піддаються відновленню, йдуть у металобрухт, а інші використовуються при ремонтних і відбудовних роботах.

Суть постачань на комплектацію, однієї з різновидів товарообмінних операцій, полягає в такому: контрагент з Болгарії замовляє в українського суднобудівного заводу виготовлення морського транспортного судна. На переговорах після узгодження ціни судна болгарський замовник ставить неодмінною умовою контракту покупку виготовником у замовника частини устаткування і приладів для комплектації судна і передає йому заздалегідь складений список таких деталей. Замовник мотивує цю умову тим, що його вітчизняне устаткування зручніше для експлуатації, ніж іноземне, хоча насправді це може бути викликано бажанням заощадити валюту. Предметом контрактів постачань на ком-

плектацію може бути будь-яке складне комплектне устаткування й установки, а комплектуючі прилади і деталі – це в основному стандартні двигуни, насоси, акумулятори і т. д.

Отже схематично цю операцію можна подати так:

- підписання контракту на комплектну установку (судно);
- підписання контракту на постачання комплектуючих з Болгарії в Україну;
- постачання комплектуючих з Болгарії в Україну;
- постачання комплектної установки з України в Болгарію.

Тема 7. Експортно-імпортні операції і порядок їх укладання

1. Етапи здійснення експортно-імпортної угоди.

2. Особливості зовнішньоторговельних операцій з окремими групами товарів.

1. Обмін між зовнішньоторговельними агентами здійснюється через операції купівлі-продажу. Для проведення обміну необхідно виконати відповідні взаємопов'язані дії:

- знайти покупця;
- обговорити всі умови і підписати угоду;
- виконати договір, тобто підготувати товар для поставки, зробити постачання покупцю, провести розрахунки за постачання.

Розглянемо основні етапи оформлення типової угоди міжнародних купівлі-продажу (імпорту-експорту).

Перший етап стосується встановлення ділових контактів (оферта, акцепт, запитання і т. д.).

Другий етап пов'язаний з оформленням замовлення покупця з визначенням таких стадій:

- письмова вказівка покупця на постачання товару;
- установлення графіка постачань;
- визначення стартової ціни;
- прийняття замовлення.

Третій етап потребує забезпечення доставки і розрахунків, зокрема:

- визначення контрактної ціни;
- визначення базисних умов постачання;
- узгодження умов і засобів розрахунків.

Четвертий етап стосується виконання постачальником замовлення покупця з такими подетапами:

- підготовка товару до відвантаження (упаковка, маркірування та інше);
- транспортування і доставка до пункту призначення;
- страхування вантажу;
- здійснення митних обов'язкових операцій;
- виставлення рахунку.

Виконання пунктів останнього етапу супроводжується наданням низки товаросупроводжувальних і розрахункових документів: рахунку-проформи, рахунку-специфікації, пакувального листа, різноманітних сертифікатів (якості, походження та ін.), повідомлень про готовність до відвантаження, інвойсу – пакету документів щодо обґрунтуванню суми платежів і т. д.

Не будь-яка зовнішньоторговельна угода є міжнародною. Згідно з Віденською конвенцією ООН 1980 р.: «Про договори міжнародної купівлі-продажу товарів» угода не є пов'язаною зі ЗЕД, якщо вона підписана сторонами різної державної приналежності, суб'єкти яких знаходяться на території однієї країни. Одночасно міжнародна приналежність стосується договорів резидентів однієї держави, якщо їхні суб'єкти розташовані в різних країнах.

Як вказувалося раніше, за напрямками торгівлі визначають експортні, імпорتنі, реекспортні та реімпорتنі операції.

Експорт товарів (робіт, послуг) передбачає продаж і вивіз продукції за кордон для надання її у власність імпортера.

Імпорт – це купівля і ввіз товарів з іншої держави для подальшого використання на національній території.

Реекспорт – продаж і вивіз товарів, які не були переробленими на національній території і раніше імпортувалися.

Реімпорт – це ввіз товарів, які раніше були експортовані, але не піддавалися переробці за кордоном.

Реекспортні операції виникають за такими обставинами:

- різкі зміни міжнародної ситуації;
- відсутність прямих економічних чи дипломатичних відносин між країнами;
- воєнні дії, громадянські заворушення та інші катаклізми.

У вказаних випадках країна, яка має проблеми, фактично звертається до іншої країни за посередницькою послугою. Розглянемо послідовність реекспортного співробітництва:

- звертання до реекспортеру з проханням про постачання товару;
- укладання контракту реекспортера з експортером на постачання товару, який замовляє імпортер;
- постачання товару експортером на адресу реекспортера;
- оплата реекспортером постачання;
- укладання окремого контракту між реекспортером та імпортером;
- постачання товару на адресу імпортера;
- одержання оплати від імпортера.

Реімпортні операції, як правило, пов'язані з поверненням бракованої продукції чи продукції, яка не реалізована посередниками, частіш за все консигнаторами. Послідовність взаємодій двох контрагентів така:

- укладання контракту між експортером і імпортером на постачання продукції;
- постачання товару імпортеру;
- оплата імпортером товару, який одержаний.

Стосовно визначення експорту імпорту в українському законодавстві існує певна колізія. Згідно із ст. 1 Закону «Про ЗЕД» експортом є продаж товару нерезиденту як у межах власної країни, так і за митним кордоном. Але законодавчі акти з оподаткування ЗЕД розуміють під експортною операцією виключно вивіз за митний кордон держави за фактом надання вантажної митної декларації. У разі відсутності вказаного документу угода не відноситься до зовніш-

ньоторговельної, при цьому використовуються вимоги внутрішньонаціонального законодавства.

Особливості використання іноземної валюти при її надходженні за підсумками експортних дій ми розглядали у темі 4 (відкриття валютного рахунку, термінові обмеження, обов'язковий продаж 50 % виторгу та ін.).

Специфікою оподаткування при здійсненні експорту є відсутність платежів акцизного збору, нульова ставка при обкладанні ПДВ з одночасним правом постачальника-резидента за кордон на експортне відшкодування. Важливо відзначити наявність експортного мита тільки на три види товарів: насіння олійних культур, живу худобу і шкіряну сировину.

При митному оформленні в режимі експорту необхідний такий перелік документів на підставі відповідних нормативних актів:

- 1) вантажна митна декларація, для підакцизних товарів – незалежно від вартості;
- 2) товаросупровідні документи;
- 3) зовнішньоекономічний контракт;
- 4) довідка про відсутність чи декларування валютних цінностей, доходів чи майна резидента за кордоном;
- 5) ліцензія Міністерства економіки та з європейської інтеграції на товари, які підлягають ліцензуванню;
- 6) картка реєстрації (обліку) зовнішньоекономічного договору;
- 7) дозвіл чи висновок Державної служби експортного контролю;
- 8) фітосанітарний сертифікат;
- 9) ветеринарний сертифікат;
- 10) сертифікат на вивіз наркотичних засобів, психотропних речовин і прекурсорів;
- 11) дозвіл служби екологічного контролю;
- 12) гарантійне зобов'язання, яке прийняте на облік податковою адміністрацією при оформленні давальницької сировини;

- 13) для українських перевізників: свідоцтво про допущення до перевезення транспортного засобу чи контейнера до перевезення вантажів під митними печатками і пломбами, декларація АТС з аркушами контролю;
- 14) заява-розрахунок на придбання марок акцизного збору і копія контракту з позначкою ДПА про сплату акцизного збору;
- 15) свідоцтво на право вивозу культурних цінностей;
- 16) облікова картка суб'єкта ЗЕД;
- 17) сертифікат якості Державної хлібної інспекції при відвантаженні зерна;
- 18) довідка при експорті живої худоби і шкіряної речовини;
- 19) одноразова (індивідуальна) ліцензія на операцію;
- 20) індивідуальна ліцензія на здійснення резидентами майнових інвестицій за межами України;
- 21) узгодження Державної митної служби України на експорт спирту через авіаційні пункти пропуску;
- 22) узгодження на вивіз шкідливих речовин;
- 23) платіжні документи про перерахування сум митних платежів та інших податків;
- 24) лист-узгодження при оформленні в зоні дій іншої митниці.

Імпорт за визначенням Закону про ЗЕД враховує ввіз на територію держави товарів, що постачаються нерезидентами, і придбання резидентів за кордоном з метою власного споживання.

Товари, які перетинають кордон України, повинні відповідати технічним, фармакологічним, санітарним і фітосанітарним, ветеринарним і екологічним характеристикам згідно з діючими стандартами і вимогами, що потребує обов'язкової сертифікації за її національним режимом. При відсутності аналога в Україні товар повинен мати сертифікат за діючими міжнародними вимогами і стандартами.

Митне оформлення здійснюється шляхом попереднього декларування за місцям державної реєстрації українського імпортера з допомогою попередньої

ВМД (ПД). Перелік товарів з використанням ПД затверджений наказом ДМСУ від 27.07.1998 р., № 436 з доповненнями і змінами.

При оформленні ПД додають такі документи:

- зовнішньоекономічний контракт;
- платіжний чи гарантійний лист з підтвердженням однієї з мір щодо забезпечення доставки товару до митниці призначення;
- екземпляр заяви-розрахунку з поміткою податкових органів про суму сплаченого акцизного збору під час купівлі акцизних марок.

Другий пункт включає такі моменти:

- грошова застава;
- фінансова гарантія незалежного фінансового органа;
- гарантійний лист;
- охорона і супроводження товарів силами митних органів;
- перевезення на умовах Митної конвенції про міжнародне перевезення вантажів 1975 р. (Конвенція МДП).

Якщо не надається ПД, то використовується попереднє повідомлення ППІ з електронною копією для однієї партії товару. Термін дії ППІ – 3 місяці.

Специфікою є використання імпорту з офшорних зон, перелік яких встановлений розпорядженням КМУ від 14.02.2002 р. № 53-р з доповненнями та змінами. Насамперед важливо, що тільки 85% від оплаченої вартості відноситься до валових витрат за фактом платежу.

Митне документальне оформлення в режимі імпорту має такі пункти:

- 1) ВМД для товарів вартістю до 100 USD і для усіх підакцизних товарів;
- 2) товаросупровідні документи;
- 3) зовнішньоекономічний контракт;
- 4) довідка про відсутність чи декларування цінностей, доходів чи майна резидента за кордоном;
- 5) ліцензія Міністерства економіки та з європейської інтеграції для товарів, що підлягають ліцензуванню;
- 6) картка реєстрації (обліку) зовнішньоекономічного договору;

- 7) дозвіл чи висновок Державної служби експортного контролю;
- 8) сертифікат відповідності;
- 9) карантинний сертифікат на вантаж, який підконтрольний інспекції з карантину рослин;
- 10) ветеринарний сертифікат;
- 11) дозвіл служби екологічного контролю на ввіз товарів;
- 12) сертифікат про походження товарів;
- 13) вексель (при митному оформленні давальницької сировини та іноземних інвестицій);
- 14) податковий вексель;
- 15) платіжні документи про перерахування сум митних платежів та інших податків;
- 16) довідка Міністерства економіки та з європейської інтеграції при оформленні вантажів міжнародної технічної допомоги;
- 17) узгодження на вивіз шкідливих речовин і продукції, яка містить ці речовини з ліцензуванням експорту та імпорту;
- 18) попереднє повідомлення ПП ВМД;
- 19) лист-узгодження для випадку митного оформлення в зоні дій іншої митниці;
- 20) разова (індивідуальна) ліцензія назад;
- 21) індивідуальна ліцензія на здійснення резидентами майнових інвестицій за межами України;
- 22) сертифікат на ввіз наркотичних засобів, психотропних речовин і прекурсорів;
- 23) свідоцтво про право вивозу культурних цінностей з країни вивозу;
- 24) заява-розрахунок на придбання марок акцизного збору.

2. Розглянемо докладніше особливості міжнародних торговельних операцій з різними групами товарів.

Промислова сировина поділяється на сировину мінерального походження таку, що отримана штучним шляхом. Частка мінеральної сировини становить близько 80%.

За формами торгівлі сировинні товари підрозділяються на біржові й небіржові (з одного боку, зерно, цукор, кольорові метали та ін., з другого – природний газ, вугілля, чорні метали та ін.).

Для експортера чи імпортера важливо мати довгостроковий контракт. Але традиційно як мінімум за 1 місяць до кінця календарного року щорічно контрагенти переглядають умови контракту, насамперед цінові.

Окремо слід відзначити популярну схему завоювання іноземного ринку сировини, зокрема продовольчих виробів. Спочатку виробники спостерігають за торговельною діяльністю експортних і імпортних фірм, які здійснюють подальший продаж наступним споживачам. Після займання певної ніши створюється дочірня фірма з можливістю реалізації на більш комфортних умовах, насамперед з використанням трансфертних (внутрішньофірмових) цін. Материнська компанія як транснаціональний суб`єкт суттєво впливає на конкурентів, бере значну участь у формуванні цін і має мінімальні витрати при сплаті мита.

Принциповим моментом є протекціонізм у політиці багатьох країн. Одночасно значний вплив мають галузеві організації експортерів сировини (класичний приклад – ОПЕК), а також ВТО і ЮНКТАД (Конференції ООН з торгівлі та розвитку).

Класифікацію непродовольчих товарів наведено у темі 5. Тому розглянемо деякі особливості експортно-імпортних відносин у постачанні продукції машинобудування.

Схема постачання готової до експлуатації продукції виглядає так:

- 1) укладання контракту на постачання машин чи обладнання;
- 2) постачання товару;
- 3) монтаж обладнання;
- 4) навчання персоналу для роботи на імпортованій техніці;
- 5) гарантійне обслуговування техніки;

- б) технічне обслуговування;
- 7) платежі за контрактом;
- 8) повернення бракованої продукції.

Експорт продукції у розібраному вигляді корисний з метою забезпечення меншого мита на окремі складові порівняно з обкладанням кінцевого товару. Крім того, протекціонізм у політиці країн виявляє себе при забороні постачань іноземних складних виробів, що стимулює імпорт складових. Одночасно уряди приймаючих країн підтримують національні виробництва із складання кінцевих виробів. Ще один важливий аргумент – економія при транспортуванні вузлів, механізмів і агрегатів.

Але постачання вузлів і деталей повинне підпорядкуватися принципам логістики й комерційної доцільності, зокрема:

- складання вузлів і деталей не потребує високої кваліфікації робітників;
- забезпечення економії на транспортних витратах;
- своєчасність постачань;
- оптимізація запасів на закордонних складах.

Досить високі ціни є передумовою авансування і товарного кредитування імпортера. Традиційна схема співвідношення складових оплати така:

- 10% аванс протягом 1-3 місяців з дня підписання контракту;
- 10% імпортер сплачує готівкою;
- 80% сплачується за рахунок кредиту терміном на 7-10 років з банківською гарантією від 15 до 30% від суми контракту.

Тема 8. Посередницькі операції на зовнішніх ринках

1. Сутність і класифікація посередницьких операцій у ЗЕД.
2. Основні суб'єкти міжнародного торгового посередництва.

1. Дуже велике число угод у міжнародній торгівлі здійснюється за допомогою посередників. У цьому розділі висвітлюються основні види торгово-посе-

редницьких операцій, механізм їхнього здійснення, розкриваються їхні особливості.

Під торгово-посередницькими операціями розуміються операції, зв'язані з купівлею-продажем товарів, виконувані за дорученням виробників і споживачів товарів незалежним від них торговим посередником на основі угоди, що укладається між ними, чи окремого доручення.

Торгове посередництво в економічному розумінні – досить широке поняття, містить у собі значне коло послуг, зокрема, з пошуку закордонного контрагента, підготовці й здійсненню угоди, кредитування сторін і надання гарантій оплати товару покупцем, здійснення транспортно-експедиторських операцій і страхування товарів при транспортуванні, виконання митних формальностей, проведенню рекламних та інших заходів щодо просування товарів на закордонні ринки, здійснення технічного обслуговування і проведення інших операцій.

Залучення торгового посередника дозволяє:

- збільшити прибуток за рахунок підвищення оперативності збуту товарів і прискорення обороту капіталу;
- збільшити прибуток за рахунок продажу товару на іноземному ринку безпосередньо в моменти поліпшення кон'юнктури за більш високими цінами, тому що посередники, знаходячись поруч з кінцевими споживачами, чуйно реагують на будь-які зміни попиту;
- збільшити прибуток за рахунок зменшення термінів збереження і передпродажного сервісу;
- збільшити прибуток за рахунок зниження витрат обігу на одиницю продукції.

Посередницькі операції регулюються нормами торгового і цивільного права. Наприклад, Цивільний кодекс України передбачає два види представництва (повноваження однієї особи робити певні юридичні дії замість іншої особи): доручення (статті 386-394 ЦК України), яке оформлюване договором доручення, і комісія (статті 395-412 ЦК України), яка оформлена договором комісії. Відносини українських підприємств з українськими посередниками регулюються, таким чином, договорами доручення чи комісії.

При звертанні до закордонного посередника українські підприємства керуються тим, що відповідні норми іноземного права внаслідок умови контрактів чи норм міжнародного приватного права застосовні до експортно-імпортних операцій українських підприємств.

У закордонних країнах відносини посередників з підприємцями регулюються такими видами цивільних договорів:

1. У країнах дії романо-германської системи права (Франція, ФРН, Японія, Італія, Бельгія, Нідерланди, Швейцарія, скандинавські, латиноамериканські і багато інших країн) – договором доручення і договором комісії.

2. У країнах дії англо-американської системи права (Англія, США, країни Британської співдружності націй, зокрема Канада, Індія, Пакистан, Австралія й інші) – агентським договором.

3. В усіх країнах - договорами про розміщення товарів і/чи послуг (про надання виключних прав продажу і про винятковий імпорт та ін.) і договором про факторинг.

У принципі, посередників, які діють і за договорами доручення, і за договорами комісії, можна назвати «агентами», а договори, що підписуються з посередниками, – «агентськими угодами».

Широке застосування в договірній практиці мають розроблені окремими фірмами, а також міжнародними урядовими і неурядовими організаціями, про форми агентських угод (договорів). Так, міжнародна торговельна палата склала Керівництво щодо укладання агентських договорів (International Chamber of Commerce. Commercial agency (Guide for the drawing up of contract. No 4100, 1990).

Посередників у зовнішній торгівлі можна класифікувати залежно від обсягу наданих їм повноважень і від їхнього місця на ринку.

2. Права й обов'язки посередників визначаються в договорах з їхніми довірителями. При цьому головна умова, що лежить в основі поділу подібних договорів на типи, полягає в такому: чи має право посередник підписувати угоди з третіми особами, за чий рахунок і від чього імені він може це робити.

Тому посередників можна розділити на чотири групи:

- посередники, які не мають права підписувати угоди з третіми особами (агенти представника, брокери, маклери):
- посередники, які підписують угоди з третіми особами від свого імені, але за рахунок довірителя (комісіонери, консигнатори):
- посередники, які підписують угоди з третіми особами від імені і за рахунок довірителя (агенти-повірники, торгові агенти);
- посередники, які підписують угоди з третіми особами від свого імені і за свій рахунок (купці, дистриб'ютери, дилери).

У наступних розділах описуються ці види посередників, особливості укладання з ними договорів, їхні права й обов'язки.

Агент-представник тільки представляє інтереси принципала (довірителя) на визначеному ринку за погодженою номенклатурою товарів. Він не має права підписувати які-небудь контракти на товар ні від свого імені, ні від імені принципала. В обов'язки агента-представника входить:

- проводити маркетингові дослідження й інформувати принципала про тенденції ринку;
- надавати принципалу інформацію про технічні вимоги до товарів і ціни;
- інформувати принципала про запити споживачів, про передбачувані розміщення замовлень;
- створювати сприятливу думку про принципала і його товари в ділових колах і здійснювати рекламу;
- сприяти укладанню і реалізації контрактів;
- організовувати ділові контакти принципалів з імпортерами товарів, з урядовими та іншими організаціями, від яких залежать рішення про розміщення замовлень.

На роль агентів-представників залучаються солідні фірми чи фізичні особи, які займають високе положення в ділових колах. Якщо за допомогою такого агента вдається укласти контракт, то йому виплачується винагорода в розмірі 2-5%, при великих сумах угод ця сума буде досить солідною, буде набагато переви-

щувати реальні витрати агента. Однак принципал йде на це, тому що в майбутньому він зможе мати угоди з цим покупцем уже без участі агента-представника.

Брокерські операції відбуваються з професійними посередниками – брокерами (по німецькі – маклерами), які працюють строго по визначених товарах чи операціях.

Брокери – це особи, які діють по збуту й придбанню товарів, але самі стороною договору ні як продавця, ні як покупця не виступають. Їхнє завдання – знайти покупця для продавця і продавця для покупця і сприяти підписанню контракту між ними. Приклад брокерів, які працюють по товарах, – це брокери в Англії з торгівлі лісом. Майже всі операції по лісотоварах в Англії здійснюються через брокерів. Брокери, які працюють по операціях, – це біржові брокери. Роботу брокера можна схематично описати так:

- експортер з Фінляндії звертається до англійського брокера з проханням підшукати покупця в будь-якій країні на даний товар;
- брокер звертається до імпортера із Сирії з пропозицією купити даний товар в експортера;
- при згоді сторін брокер зводить контрагентів;
- контрагенти підписують контракт;
- експортер поставляє в Сирію свій товар.

За своє посередництво брокер одержує невелику винагороду, як правило, від тієї сторони, яка до нього звернеться першою. Якщо звертання разове, то немає необхідності підписувати з ним угоду. Якщо відносини мають довгостроковий характер, то вони оформляються договором. Брокери торгують звичайно великими партіями значної вартості, тому ставки за їхні послуги звичайно не високі. Великі брокерські компанії співробітничать з банками в кредитуванні покупця, іноді самі виступають кредиторами, а також можуть приймати на себе гарантію за покупця, що, природно, підвищує розмір винагороди.

Контрагентами в комісійних операціях є комітент і комісіонер. Суть їх полягає в тому, що комітент доручає комісіонеру від імені комісіонера, але за рахунок комітента зробити операцію купівлі-продажу з третім контрагентом.

Посередником комісіонер є тільки для комітента. Для третього контрагента комісіонер буде стороною контракту купівлі-продажу, а саме – продавцем, якщо комісіонеру доручене щось продати, чи покупцем, якщо комітент доручає комісіонеру щось купити.

З комітентом комісіонер будує свої відносини на підставі договору комісії. Договір комісії звичайно має разовий характер. У договорі комісії обмовляються:

- мінімальні ціни при експорті й максимальні при імпорті;
- терміни постачань обговорених партій товару;
- граничні, технічні і якісні характеристики товару;
- відповідальність комітентів перед комісіонерами і комісіонерів перед комітентами;
- розміри і порядок виплати комісійних винагород.

Операції комісії бувають двох видів. Перший вид – це чисто комісійні операції, що відрізняються такими особливостями:

- комісіонер, продаючи чи закупаючи товар, діє в межах договору комісії;
- комісіонер, здійснюючи операцію, ні на один момент не стає власником товару, і товар прямує від продавця покупцю;
- комісіонер не несе перед комітентом ніякої відповідальності за виконання зобов'язань третьою стороною;
- розрахунок між комітентом і третьою стороною здійснюється прямо.

Розмір комісійної винагороди повинен покривати видатки комісіонера на здійснення торгової операції і забезпечувати йому одержання прибутку. Звичайний розмір комісійних винагород при чисто комісійних операціях у світовій практиці складає 1,5-3,5% від суми угоди.

Другий вид комісійних операцій може застосовуватися в тому випадку, якщо комітент доручає комісіонеру що-небудь продати. Між комітентом і комісіонером полягає так званий договір «делькредере», в якому комісіонер приймає на себе відповідальність за платоспроможність покупців і компенсує комітентові всі витрати, якщо покупець виявиться неплатоспроможним. Комісіонер,

знаючи про бажання комітента щось продати, може сам укласти договір з покупцем, і тільки тоді укласти договір з комітентом, виступаючи як проміжний покупець. При таких операціях комісіонер переказує гроші комітентові тільки після одержання платежу від покупця. Прибуток комісіонер може одержати у виді різниці між цінами закупівлі товару в комітента і реалізації покупцю – ця сума складатиме комісійну винагороду комісіонера. Другий варіант одержання прибутку комісіонером – це коли розмір винагороди зафіксований у договорі комісії у вигляді відсотків від суми угоди, але винагорода в такому випадку буде вище, ніж при простих комісійних операціях, тому що під час висновку договору комісії угода вже гарантована (договір про покупку вже укладений).

За договором консигнації, що являє собою різновид договору комісія, принципал (консигнант) поставляє товари на склад агента (консигнатора) для їхньої наступної реалізації на ринку консигнатора. Консигнант є власником товару до моменту його реалізації. На умовах консигнації реалізуються товари масового попиту, і консигнатор здійснює платежі консигнантові в міру реалізації товару. Договір консигнації має ряд особливостей:

- він визначає суму товарів, які одночасно зберігаються на консигнаційному складі і поповнюються в міру реалізації товару;
- він визначає термін консигнації, протягом якого ця сума повинна бути реалізована (наприклад, товари на суму 50 тисяч доларів, термін консигнації два роки);
- він ставить в обов'язок консигнатору застрахувати товари, що зберігаються на складі на користь консигнанта, оскільки вони до реалізації є власністю консигнанта;
- він визначає, що платежі виробляються по календарних періодах по відкритому рахунку з наданням консигнатором банківської гарантії чи тратт на суму консигнації, тому що, по суті, консигнанти кредитують консигнаторів на середній термін реалізації товару;
- у ньому уточнюється, який саме спосіб консигнації обирають сторони безповоротну, частково поворотну чи поворотну.

Безповоротна консигнація означає, що коли якась частина товарів, обговорених договором консигнації, не буде реалізована консигнатором, то останній зобов'язується купити їх у консигнанта за твердим рахунком. Але на такі договори консигнатори звичайно йдуть рідко.

Частково поворотна консигнація означає, що консигнатор зобов'язується реалізувати товари на визначену частину суми, а товари на суму, що залишилася, якщо їх не вдасться реалізувати, повернути консигнанту. Припустимо, із загальної суми консигнації в 50 тисяч доларів товари на суму 35 тисяч будуть вважатися на умовах безповоротної консигнації, а залишки на суму 15 тисяч – на умовах поворотної консигнації. Припустимо, що за період консигнації консигнаторові удалося реалізувати товари на суму 25 тисяч доларів. Тоді товари на суму 15 тисяч повертаються консигнанту, а на суму 10 тисяч здобуваються й оплачуються самим консигнатором.

Поворотна консигнація означає, що всі нереалізовані товари підлягають поверненню консигнанту. Як варіант можна продовжити термін консигнації чи надати на ці товари знижку. При цьому варто зіставити розміри знижки з витратами по поверненню товарів. Звичайно витрати на повернення товарів сторони поділяють навпіл.

Договір консигнації дає можливість консигнатору активно впливати на рівень цін на ринку, підвищуючи їх у період збільшення попиту і знижуючи в період поганої реалізації. Винагорода консигнанта звичайно складає різницю між цінами, які названі консигнантом, і цінами реалізації споживачу.

Суть такої агентської повіреної операції полягає в такому: одна сторона, іменована принципалом, доручає іншій стороні, іменованій агентом, робити дії, які пов'язані з продажем (найчастіше) чи покупкою товарів, а також з пошуком замовників і виконавців на надання яких-небудь послуг на обговореній території в погоджений період за рахунок і від імені принципала. Відносини між принципалом і агентом регулюються агентською угодою, що за своєю суттю є договором доручення.

Відмінність цієї угоди від договору комісії полягає в такому:

- агент діє від імені принципала, на відміну від комісіонера, який діє від свого імені;
- агентська угода має тимчасовий характер, обмежена якимсь терміном дії, розрахована, у разі одержання гарних результатів, на тривале співробітництво між принципалом і агентом;
- агентська угода має територіальний характер, обмежена визначеною територією, на якій агент діє за дорученням принципала.

Обсяг обов'язків агента-повіреного набагато ширше, ніж комісіонера.

Агентська угода звичайна визначає такі обов'язки агента-повірника:

- вивчати кон'юнктуру ринку й інформувати принципала про умови торгівлі і вимогах, яким повинен задовольняти товар, щоб бути конкурентноздатним на даному ринку;
- створювати на ринку сприятливу думку про товари принципала і про самого принципала, як надійного постачальника, здійснювати рекламу товарів;
- робити принципалу сприяння в збуті, придбанні товарів чи реалізовувати товари від імені принципала;
- орендувати склади для скорочення термінів постачання товарів споживачам, організувати і використовувати власну збутову мережу і, якщо це передбачено агентською угодою, здійснювати передпродажний сервіс і технічне обслуговування.

Винагорода агента фіксується в агентській угоді у вигляді відсотка від вартості товарів, які продані за укладеною їм угодою.

Крім того, в агентській угоді може бути записана умова, що принципал окремо відшкодує деяку частину витрат повірника (наприклад, за рекламні заходи, презентації).

Дистриб'ютори займаються продажем товарів від свого імені і за свій рахунок, вони самі несуть всі ризики пов'язані з псуванням або втратою товарів, а також з неплатоспроможністю покупців.

Дистриб'юторські агентські угоди для принципала цікаві тому, що дають можливість виходу на нові ринки і забезпечують рекламу його товару на цих ринках протягом декількох років, укладаються з фірмами, що мають власну збутову мережу чи засоби на її створення, супроводжуються договорами закупівлі-продажу на постачання товарів, гарантують, на відміну від договорів консигнації, одержання платежу за товар відразу після постачання товару (якщо тільки товари не постачається в кредит), виключають ризики збитків від утрати чи ушкодження товарів на території чужої країни, тому що, одержуючи товар, дистриб'ютор стає його власником.

Для дистриб'ютора ці договори цікаві тим, що у порівнянні з іншими посередниками дистриб'ютори мають велику комерційну незалежність, самостійно встановлюючи ціни, здобувають найчастіше монопольне право на продаж товарів принципала на своїй території (звичайно фірми прагнуть стати дистриб'юторами продукції компаній з гарною ринковою репутацією та ім'ям).

Агентська угода з дистриб'ютором підписується звичайно на тривалий термін (2-5 років) з наступним продовженням за згодою сторін. Такі угоди полягають в основному на реалізацію машино-технічних, сировинних і споживчих товарів.

Уклавши агентську угоду, в якій визначаються загальні основи взаємин сторін, вони укладають договори купівлі-продажу на постачання товарів, по яких агент повинний придбати товар принципала, а потім реалізовувати його кінцевому споживачу. Реалізація товару – остання операція в переліку обов'язків агента, до цього він повинен організувати рекламу й систему збуту, складування, передпродажний сервіс і технічне обслуговування в гарантійний період.

При великих і постійних обсягах реалізації агент, який в даному разі буде називатися генеральним агентом, організує свою збутову мережу, які складається із субагентів, що працюють у визначених регіонах, і дилерів, що обслуговують окремі населені пункти. Винагорода агента складає різницю між ціною покупки товару в принципала і ціною його перепродажу.

За їхнім місцем на ринку посередники-агенти поділяються на простих агентів, агентів з правом «першої руки» і монопольних чи ексклюзивних (виняткових) агентів.

Угода про просте агентство надає право посереднику збувати на обговореній території певну номенклатуру товарів принципала й одержувати від нього винагороду. Така угода не обмежує прав принципала, який може самостійно чи через інших агентів виходити з цими ж товарами на той же ринок без виплати простому агенту якої-небудь винагороди чи компенсації. В агентській угоді фіксується також зобов'язання принципала не продавати самостійно чи через інших посередників товари на цьому ринку на більш сприятливих комерційних умовах, ніж були запропоновані простому агенту. Проста агентська угода не гарантує посереднику стабільного становища на ринку, а принципал не може розраховувати на активну роботу агента. У зв'язку з цим прості агентські угоди звичайно укладаються на короткий термін (до одного року) при виході експортера на нові ринки й іноді навіть з декількома агентами для того, щоб оцінити їхню здатність і вибрати найбільш перспективного партнера.

Різновидом простого агентства є агентство з правом «першої руки». Відповідно до договору про агентство з правом «першої руки» принципал зобов'язаний спочатку запропонувати товар агенту і тільки після його відмови продавати товар на цьому ринку самостійно чи через інших посередників без виплати винагороди агенту. Приводом для відмовлення можуть бути технічні характеристики, терміни постачання, ціна та інші умови, що, на думку агента, не сприятимуть руху товару на ринку. Звичайно ці всі мотиви перелічуються в агентській угоді. Відмова повинна бути зроблена принципалу в письмовому вигляді.

Угода про надання агенту монопольного права означає, що тільки він може продавати товари принципала певної номенклатури на обговореній території протягом установленого часу й одержувати за це винагороду, але принципал позбавляється права і можливості виходити на цей ринок з товарами визначеної в угоді номенклатури самостійно чи через інших агентів.

Якщо принципал продає на обговореній території сам чи через інших агентів, він все одно зобов'язаний виплатити монопольному агенту встановлену в угоді винагороду. Тому, підписуючи подібну угоду, принципал повинен чітко обмовляти, в яких випадках він може самостійно збувати товар на ринку монопольного агента. Це буває у випадках продажу безпосередньо урядовим органам чи постачань запчастин до вже відданого раніше устаткування. Такий тип угоди вигідний як принципалу, так й агенту: він дає агенту впевненість у стабільному положенні на ринку і спонукає його до вкладення капіталу для створення і функціонування збутової мережі, а це гарантує принципалу активну збуту діяльність агента. Але, якщо монопольний агент виявиться незацікавленим у збуті товарів чи через їхню низьку конкурентоздатність, чи через недостатню винагороду, кон'юнктури ринку, що змінилася, чи внаслідок інших причин, то для принципала цей ринок буде закритим на весь термін дії угоди. Потрібно ще враховувати, що конкуруючі фірми як із країни агента, так і з-за кордону могли просто підкупити агента, щоб він уклав монопольну агентську угоду і, не починаючи ніяких кроків для збуту товарів принципала, тим самим закрити для нього ринок і забезпечив «зелену вулицю» товарам конкурентів принципала. Щоб уникнути подібної ситуації, принципал включає в угоду зобов'язання агента реалізувати на ринку певну кількість товару за визначений період, наприклад за рік. Однак, завищуючи свої вимоги до агента, принципал ризикує наштовхнутися на завищені вимоги агента, що стосуються в основному підвищення розміру винагороди.

Тема 9. Орендні операції в ЗЕД

1. Сутність і особливості міжнародних орендних операцій.
2. Лізинг у міжнародній господарській практиці.

1. Суть орендної операції полягає в наданні однією стороною (орендодавцем) іншій стороні (орендатору) об'єкта оренди у виняткове користування на встановлений період за певну винагороду.

Орендний договір на відміну від договору купівлі-продажу зберігає за орендодавцем право власності на майно з одночасним тимчасовим користуванням цим майном з боку орендаря.

Операція вважається експортною, якщо орендодавець купує майно в національного продавця і віддає його в оренду іноземному партнеру.

Імпортна орендна операція починається з купівлі об'єкта в іноземного продавця і віддачею в оренду національному орендарю.

Таким чином, характерною рисою міжнародної орендної операції є участь у ній іноземного контрагента.

Особливим випадком є ситуація суборенди, коли виникає подвійна експортно-імпортна послуга оренди.

Користь орендного співробітництва полягає в тому, що:

- дозволяється одержати додаткові обсяги збуту в умовах жорсткої конкуренції;
- надається можливість орендарю застерегти себе від морального старіння обладнання, що особливо важливо для малих і середніх підприємств;
- стимулюється одержання сучасного обладнання без попередніх великих витрат.

Перелічимо основні об'єкти міжнародної оренди:

- обладнання загального промислового призначення;
- транспортні засоби;
- підйомно-транспортне й будівельне обладнання;
- засоби обчислювальної техніки й обробки інформації;
- офісне й поліграфічне обладнання;
- товари довготривалого споживчого призначення.

Залежно від термінів розрізняють три види оренди:

- лізинг як довготривала оренда з терміном від 3 років;
- хайринг як середньотривала форма оренди з терміном від 1 до 3 років;
- рентинг як короткотривала форма до 1 року.

Об'єктом лізингу є офісне обладнання, будівельно-монтажні комплекси, технологічні системи, промислові підприємства. Страхування здійснюється силами орендаря.

Хайринг пов'язаний з використанням транспортних засобів, дорожньо-будівельних і сільськогосподарських машин, монтажного обладнання та інших засобів. Страхування і технічне обслуговування здійснюється за домовленістю чи орендаром, чи орендодавцем.

При рейтингу експлуатуються транспортні засоби, туристичні й спортивні товари та ін. Страхування і технічне обслуговування здійснюється орендо-давцем.

Найбільше розповсюдження у міжнародній практиці набув лізинг.

Тривалість терміну оренди коливається від 1 доби до періоду зношення обладнання. Термін, який вказаний у договорі, є безвідзивним. Це підкреслює здатність сторін розірвати договір тільки у разі порушення зобов'язань з боку однієї сторони. Термін орендного договору може бути продовжений тільки згодою обох сторін. При закінченні періоду угоди орендар повинен або повернути обладнання, або викупити його за кінцевою вартістю.

У статті про умови й форми винагородження (орендної плати) повинні бути обговорені порядок встановлення платежу, його форми й терміни. В орендну плату включається повна ціна обладнання, мито і податки, а також витрати на технічне обслуговування і ремонт.

Орендна плата може мати дві форми:

- постійна ставка протягом терміну дії договору;
- прогресивно-понижувальна ставка у залежності від тривалості договору.

Особливо докладно повинна бути оформлена стаття «Обов'язки сторін». Орендодавець залишається власником об'єкта оренди й зацікавлений в його збереженні. Тому в договорі повинні бути передбачені обов'язки власника у вказаний термін доставити обладнання в придатному для експлуатації стані, сприяти орендару в навчанні персоналу, здійснити за свій рахунок ремонт або повне технічне обслуговування.

Орендар зобов'язаний використовувати обладнання згідно з вимогами інструкцій. Він може застрахувати обладнання, але ця функція, як правило, належить орендодавцю.

Поява суборендатора повинна обов'язково відобразитися в тексті договору.

2. Процес становлення лізингу в Україні знаходиться в початковому стані. Тому особливе значення має теоретичний аспект цього питання і визначення термінів.

Лізингова операція являє собою дещо середнє між кредитом і орендою. Сутність полягає в передачі лізингодавцем лізингоодержувачу матеріальних цінностей в тимчасове користування з виплатою вартості послуг у відсотках за надання фактичного кредиту. Але на відміну від кредиту об'єкт залишається у власності лізингодавця. Одночасно вказана операція має відмінності від традиційної оренди:

- процедура надання послуг орендару здійснюється фінансовими установами (лізинговими компаніями);
- тривалість лізингу менше терміну зношення об'єкта;
- на відміну від звичайної оренди в лізинговій операції беруть участь як правило три суб'єкта:
 - 1) орендодавець;
 - 2) орендар;
 - 3) постачальник послуги – фінансова фірма з випуску або доставки обладнання згідно із заявкою орендаря.

Лізинг є міжнародним, якщо як мінімум два суб'єкти знаходяться в різних країнах.

Розглянемо форми лізингу:

- непрямий, коли співвласником фірми-лізингодавця чи лізингоодержувача є іноземна особа;
- прямий, коли всі учасники угоди являють собою повністю осіб з резиденством різних країн;
- експортний, коли послугу надає національний суб'єкт;
- імпортовий, коли послугу отримує національний орендар;

- оперативний на період, який значно менше терміну зношення;
- фінансовий з середньо- і довготривалим терміном договору, повним зношенням об'єкта;
- груповий з колективною експлуатацією об'єкта;
- преференційний (пільговий);
- компенсаційний як частина взаємозаліку за поставку певного товару чи послуги;
- генеральний з правом отримання додаткових послуг, зокрема інших лізингових;
- інші форми.

У ст. 4 Закону України «Про лізинг» дано визначення його основних форм. Наприклад, фінансовий лізинг набуває чинність при періоді оренди, що забезпечує від 60% зношення вартості об'єкта.

Лізингові операції мають позитивні й негативні риси, що необхідно прораховувати при прийнятті рішень. Вказані моменти ви повинні розглянути самостійно і навести відповідні приклади під час практичних занять.

Типовий лізинговий договір не має єдиного зразка, але є статті, які повинні максимально відображати зміст і особливості угоди. Йдеться про назву сторін, об'єкт лізингу, термін угоди, порядок надання й прийому в експлуатацію, розмір і порядок оплати, особливості використання з можливістю суборенди, умови страхування, права й обов'язки сторін з порядком вирішення суперечок, форс-мажорні обставини, різні додатки.

Особлива увага повинна бути приділена в разі зміни місцезнаходження об'єкта договору, що узгоджується письмово з лізинговим постачальником.

Традиційним для лізингу є вказівка на мінімальний термін, протягом якого договір не можливо розірвати. Як правило, цей термін припадає на інтервал від 40 до 90 відсотків.

Не пізніше місяця лізингодавець може запропонувати лізингоодержувачу угоду про форму подальшого користування об'єктом:

- продовження терміну угоди;
- продаж об'єкта за певною ціною, зокрема за кінцевою вартістю.

Докладно проаналізуємо особливості розрахунків. У статті «Лізингові платежі» вказується їх склад, розмір, форма і періодичність. Склад платежу має такі складові:

- сума амортизації майна;
- сума процентів за кредит при придбанні майна;
- комісійна винагорода лізингодавцю;
- страхові платежі згідно з договором страхування майна;
- додаткові послуги лізингодавця;
- податки та інші обов'язкові платежі і т.д.

За формою платежі можуть бути грошовими, компенсаційними (зустрічною продукцією), змішаними.

За періодичністю виплат розрізняють щомісячні, квартальні, піврічні, щорічні платежі.

Лізингові платежі є змінною величиною. Чим швидше буде погашатися сума лізингового платежу, тим менше будуть нараховуватися відсотки на вартість, що залишилася. Йдеться про стимулювання сплати авансових сум, що прискорює кінцеве погашення.

Розрахунок лізингових платежів може здійснюватися за такою схемою:

$$\text{ЛП} = \text{А} + \text{ПК} + \text{ПКОМ} + \text{ПУ} + \text{НД},$$

де ЛП – сума лізингового платежу;

А – сума амортизаційних відрахувань;

ПК – сума за отриманий кредит на купівлю майна;

ПКОМ – сума комісійної винагороди лізингодавця (у відсотках до вартості майна, яка не оплачена);

ПУ – сума платежу за додаткові послуги лізингодавця;

НД – сума ПДВ, яку необхідно сплатити в бюджет.

Міжнародними орендними операціями займаються спеціалізовані лізингові фірми, а також підрозділи банків та інших фінансових установ.

Лізингові фірми частіш за все є філіями й дочірніми компаніями великих промислових, торговельних і фінансових установ.

За законодавством України здійснення міжнародних лізингових операцій повинне ліцензуватися і контролюватися державними установами згідно з «Інструкцією про порядок здійснення контролю та одержання ліцензій з експортних, імпорتنих і лізингових операцій», яка затверджена постановою правління НБУ від 24.03.1999 р. № 307 з доповненнями та змінами.

Тема 10. Організація і техніка підготовки, укладання і виконання зовнішньоекономічних контрактів

1. Специфіка зовнішньоторговельної контрактної діяльності.
2. Особливості вибору міжнародного ринку і контрагента угоди.
3. Особливості здійснення ділових переговорів у ЗЕД.

1. Укладання і виконання контракту з іноземним контрагентом є підсумковим результатом зовнішньоекономічної операції. Контракт купівлі-продажу являє собою комерційний документ, що оформлює зовнішньоторговельну операцію, в якому міститься письмова домовленість сторін про постачання товару.

Регулювання укладання договору купівлі-продажу і тих прав і обов'язків продавця і покупця, що виникають з такого договору, уніфіковане в Конвенції ООН про договори міжнародної купівлі-продажу товарів. Якщо одна із сторін контракту знаходиться в країні, яка не приєдналася до Конвенції, то Конвенція не буде застосована до такої угоди. У контракті купівлі-продажу неодмінною умовою є перехід права власності на товар від продавця до покупця. У цьому полягає основна відмінність договору купівлі-продажу від інших видів договорів – орендного, ліцензійного, страхування та інших, де не міститься умова про пе-

рехід права власності на товар, а предметом договору є або право користування товаром, або надання послуг.

Перші контракти з'явилися наприкінці XIX ст. в Англії. У даний час типові контракти виступають у трьох формах.

Перша форма припускає виклад статей контракту машинописним способом.

Проти тих статей, що мають потреби в додатковому узгодженні, ставляться крапки або риси. Після їхнього обговорення досить вставити в текст результати угоди і контракт готовий до підписання.

Друга форма передбачає такий варіант: усі погоджені статті надруковані на зворотній стороні контракту, а непогоджені – на лицьовій.

Третя форма припускає віднесення всіх погоджених статей контракту до попередньо обговорених загальних умов постачань. У такому випадку залишається обговорити неузгоджені статті.

Типові контракти розробляються в основному великі експортери даного виду продукції. Для цього необхідно, щоб експортер контролював велику частину світового ринку даного товару.

Створенням типових контрактів займаються торговельні палати, асоціації, федерації експортерів, біржі (зі своїм товаром).

2. Підготовка до укладання контрактів включає три етапи:

1. Вибір ринку і його вивчення.
2. Вибір контрагента.
3. Проведення попередніх переговорів і укладання контракту.

1. Вибір ринку і його вивчення.

Ця робота проводиться відповідно до програми маркетингу, в якій особливе місце належить вивченню найважливіших факторів. Серед них варто виділити такі:

- політичні відносини з країною-контрагентом;
- місткість товарного ринку. Тут варто вивчити потенційні можливості споживачів;

- кон'юнктуру товарних ринків, що дозволяє перевірити правильність прийнятого рішення щодо місткості ринку, умов продажу і закупівель, методів здійснення зовнішньоторговельних операцій, часу виходу на ринок і місце;
- торгово-політичні умови. Тут варто з'ясувати розмір митних пошлин, що розрізняються по країнах. Наприклад, у країнах Європейського союзу середнє мито щодо груп товарів складає 13%, а в деяких країнах перевищує 50%.

Крім тарифу вивчають:

- обмеження, які встановлені державою на визначений час щодо кількості імпортованого товару в натуральному чи вартісному вираженні;
- ліцензійну систему і порядок одержання ліцензій;
- валютні обмеження, прийняті в даній країні;
- умови торгових договорів даної країни з іншою країною-контрагентом;
- санітарно-гігієнічні правила, що належать до адміністративного протекціонізму.

При розгляді питань транспортування вантажів для учасників зовнішньоторговельної операції необхідно встановити наступне:

- які базисні умови постачання товару і як відповідно до них розподіляються обов'язки продавця і покупця із забезпечення доставки товару;
- як здійснюється зворотний зв'язок між продавцем і покупцем при доставці товару;
- яким видом транспорту буде доставлятися товар, які документи оформлюють у договорі перевезення.

При плануванні відправлення вантажу і виборі виду транспорту слід проаналізувати наступні фактори: вид вантажу, відстань і маршрут перевезення.

Важливо ознайомитися з формами розрахунків, що використовуються в імпортній торгівлі. Для цього треба визначити доцільність надання кредиту, його форми, вартість, терміни. Необхідно також знати про кредитоспроможність потенційних контрагентів.

Велике значення має вивчення законоположень щодо здійснення торгових операцій, у тому числі страхування і торгове судочинство, закони, що регу-

люють правове положення і діяльність іноземних фірм, охорону промислової власності, арбітраж та ін.

У різних країнах склалися різні вимоги щодо номенклатури, асортименту товарів, їхньої якості. Це пояснюється географічними, кліматичними умовами, традиціями, смаком. Наприклад, при експорті автомашин – рух (правобічне чи лівостороннє). Англійський споживач віддає перевагу вершковій олії жовтого кольору, український і американський – білого кольору. Усі ці особливості треба враховувати при складанні контракту.

2. Вибір контрагента.

Якщо ринок обраний, то необхідно визначитися з контрагентом. Практика показує, що 85% контрактів підписують фірми, 15% – міністерства, відомства і об'єднання підприємців. Особливу увагу слід звернути на юридичний статус фірми для того, щоб знати, хто буде оплачувати борги, кому представляється право укладання угод, які межі повноважень (може бути, що контракт підписаний, а фірма ніякої відповідальності за нього не несе).

Слід мати на увазі, що кожна фірма в обов'язковому порядку реєструється в торговому реєстрі. Це робиться для збору державою відповідних податків. Крім цього, власник одержує виключне право на фірму і її найменування.

Після вибору фірми складається довідка, в яку заносяться такі дані:

- адреса фірми, телефон, телекс;
- вид діяльності;
- список керівних осіб;
- коротка історія;
- список дочірніх компаній, філій;
- баланси фірми;
- останні операції;
- висновок-оцінка комерційної репутації.

Усю цю інформацію можна одержати зі спеціальних довідників. Після вибору фірми починається проведення переговорів.

3. Основними способами ведення переговорів є: переписка, особисті зустрічі, використання технічних засобів (телефон, телетайп, факс).

Слід зазначити, що технічні засоби для ведення переговорів використовуються рідко.

До них вдаються у тих випадках, коли країни, де знаходяться контрагенти, розташовані далеко одна від одної, або у випадку, коли фірми підтримують довгострокові контакти і добре знайомі.

Технічні засоби доцільно використовувати, коли необхідно повторити замовлення за раніше погодженим контрактом.

Переговори шляхом переписування

Письмова заява продавця про бажання укласти договір закупівлі-продажу називається офертою. Оферта містить всі умови майбутньої угоди: найменування товару, кількість, якість, ціна, умови постачання, термін постачання, умови платежу, характер тари й упакування, порядок приймання-здачі, загальні умови постачання.

Правила укладання угоди за допомогою оферт регулюються Конвенцією ООН про договори міжнародної купівлі-продажу, прийнятої в 1980 році.

У міжнародній торговій практиці розрізняють два види оферт: тверда і вільна.

Тверда оферта – це пропозиція на продаж визначеного товару, послана продавцем (оферентом) одному можливому покупцю з вказівкою терміну дії оферти, тобто часу, протягом якого оферент вважає себе зв'язаним умовами, перерахованими в оферті.

Якщо покупець згодний з усіма умовами оферти, він посилає оференту підтвердження акцепту оферти, тобто прийняття всіх її умов.

Якщо покупець не згодний з одним чи декількома умовами оферти, він посилає продавцю відповідь на пропозицію (контроферту) з вказівкою своїх умов і терміну для відповіді. Якщо продавець згодний з усіма умовами контроферти, він її акцептує, про що в письмовому вигляді повідомляє покупця.

Вільна оферта не містить вказівки на термін її дії і, отже, не зобов'язує продавця дотримувати умов, що містяться в оферті, протягом якогось періоду. Згода покупця з умовами оферти підтверджується твердою контрофертою, де викладаються його умови. Якщо продавець акцептує контроферту і письмово повідомить про це покупця, угода вважається укладеною, і сторони зобов'язані виконувати всі умови, викладені в контроферті.

Поки договір не містить вказівки на термін її дії і, отже, не укладений, пропозиція може бути відкликано продавцем, якщо в оферті не зазначено, що вона безвідклична, до того часу, поки покупець не послав підтвердження про акцепт. Якщо підтвердження акценту направлено із запізненням, то акцент може зберігати свою силу, якщо це влаштовує продавця, і він письмово сповіщає про це покупця.

Переговори шляхом особистих зустрічей

На світовому ринку склалися певні правила, звичаї і традиції проведення комерційних переговорів. Більшість контрактів укладаються завдяки особистим зустрічам. Склалася і практика таких зустрічей. Переговори проходять у місці розташування менш зацікавленої фірми – у службовому приміщенні. Приймаюча фірма складає план проведення переговорів, у якому передбачаються такі положення:

1. Дата, місце, час, регламент переговорів.
2. Склад учасників з боку приймаючої фірми.
3. Оговорення тих питань, щодо яких угода буде досягнута без ускладнень.
4. Альтернативи на випадки контрпропозицій партнера (щодо цін, термінів постачань, умов оплати і т. д.).
5. Визначення осіб, які зустрічаються, проводжають учасників переговорів, виконують протокольні функції.
6. Визначення осіб, які готують довідково-інформаційний матеріал, копії контрактів і т. п.
7. Культурна програма, у т. ч. харчування запрошеної сторони.

Тема 11. Структура і зміст міжнародних контрактів купівлі-продажу

1. Сутність і міжнародні правила укладання торгових контрактів.
2. Основні статті типового договору міжнародної купівлі-продажу.

1. Зовнішньоекономічний договір (контракт) становить матеріально оформлену угоду двох чи більше суб'єктів ЗЕД та їх іноземних контрагентів, яка спрямована на встановлення, зміну чи припинення їхніх взаємних прав і обов'язків у ЗЕД.

У встановленню договірних відносин передують підготовчий переддоговірний період, протягом якого кожній із сторін слід зібрати максимальну кількість інформації про свого партнера (контрагента) і провести переговори про умови майбутньої угоди, зокрема в інтересах кожної сторони одержати інформацію про рівень зацікавленості партнера в налагодженні ділових відносин, його платоспроможності, надійності як контрагента, порядності, ділових якостей. У цей період за домовленістю однієї із сторін складається текст договору (контракту), що вивчається іншою стороною, після чого шляхом спільних переговорів формується остаточний текст договору (контракту).

Складання контракту – важлива складова зовнішньоекономічної угоди, оскільки саме цей документ регламентує умови угоди, права й обов'язки, а також відповідальність сторін у разі невиконання договірних умов і т. п.

На відміну від угоди внутрішнього характеру (між партнерами з однієї країни) зовнішньоторговельна операція відрізняється значною складністю. У цьому зв'язку, укладаючи зовнішньоекономічну угоду, необхідно приділити особливу увагу виконанню партнером узятих на себе зобов'язань. З цією метою текст зовнішньоекономічного договору (контракту), на відміну від тексту договору (контракту) між особами однієї держави, необхідно забезпечити широким набором гарантій виконання сторонами своїх зобов'язань. Зокрема, такими гарантіями можуть виступати стовідсоткова передплата, застава, задаток чи аванс, банків-

ська гарантія, застереження про збереження права власності та заходи, що закликають партнера до належного і своєчасного виконання своїх зобов'язань.

Відповідно до Закону про ЗЕД суб'єкти мають право укласти будь-які види зовнішньоекономічних договорів (контрактів), крім тих, які прямо чи у винятковій формі заборонені законами України.

Відповідно до ст. 6 Закону про ЗЕД зовнішньоекономічний договір (контракт) укладається суб'єктом ЗЕД чи його представником у простій письмовій формі, якщо інше не передбачено міжнародним договором чи законом. Більше того, відповідно до рішення Конституційного суду України (справа про порядок підписання зовнішньоекономічних договорів) від 26.11.98 р. № 16-рп/98 письмова форма зовнішньоекономічного договору (контракту) є обов'язковою для будь-якого зовнішньоекономічного контракту, що укладається суб'єктом ЗЕД України.

Винятки з цього правила можуть установлюватися тільки законом чи міжнародним договором України.

Варто також мати на увазі, що ст. 154 Цивільного кодексу (що не суперечить ст. 6 Закону про ЗЕД) уточнює, що розуміється під письмовою формою договору і конкретизує це поняття. Так, відповідно до Цивільного кодексу, якщо законом чи угодою сторін передбачене укладання договору в письмовій формі, він може бути укладений як шляхом складання одного документа, підписаного сторонами, так і шляхом обміну листами, телеграмами, телефонограмами та іншими засобами, які підписані стороною, що їх відсилає.

При складанні тексту договору (контракту) суб'єкти ЗЕД мають право використовувати відомі міжнародні порядки, рекомендації міжнародних органів і організацій.

Порядок укладання зовнішньоекономічних договорів у міжнародній практиці регулюється Конвенцією ООН про договори міжнародної купівлі-продажу 1980 р.

Стосовно до України типова форма зовнішньоекономічного договору (контракту) і зразки його формулювань наведені в Положенні про форму зовнішньоекономічних договорів (контрактів), яке затверджене наказом Міністерства

економіки і з питань європейської інтеграції України від 06.09.2001 р. № 201 (далі-Положення № 201).

Відповідно до Положення № 201 в обов'язковому порядку в зовнішньоекономічний договір (контракт) треба включати таке:

- 1.1. Назва, номер договору (контракту), дата і місце його укладання.
- 1.2. Преамбула.
- 1.3. Предмет договору (контракту).
- 1.4. Кількість і якість товару (обсяг виконання робіт, надання послуг).
- 1.5. Базисні умови постачання товарів (приймання-здавання виконаних робіт чи послуг).
- 1.6. Ціна і загальна вартість договору (контракту).
- 1.7. Умови платежів.
- 1.8. Умови приймання-здавання товару (робіт, послуг).
- 1.9. Упакування і маркірування.
- 1.10. Форс-мажорні обставини.
- 1.11. Санкції і рекламації.
- 1.12. Урегулювання спорів у судовому порядку.
- 1.13. Місцезнаходження (місце проживання), поштові й платіжні реквізити сторін.

За домовленістю сторін у договорі (контракті) оговорюються додаткові умови, зокрема страхування; гарантії якості; умови залучення субвиконавців договору (контракту), агентів, перевізників; визначення норм навантаження (розвантаження); умови передачі технічної документації на товар, збереження торгових марок; порядок сплати податків, мита, зборів; різного роду захисні застереження; дата, з якої договір (контракт) набирає чинність; кількість підписаних екземплярів договору (контракту), можливість і порядок внесення змін у договір (контракт) та ін.

Зовнішньоекономічний договір повинен містити назву (наприклад, договір купівлі-продажу, договір комісії, договір зовнішньоекономічного бартеру і т. п.), номер, дату і місце його підписання (укладання).

Дата укладання зовнішньоекономічного договору (контракту), якщо в тексті не зазначений інший термін вступу договору (контракту) у силу, як правило, означає момент, з якого договірні відносини набувають силу – момент, з якого виникають права й обов'язки сторін за договором (контрактом).

Місце підписання договору (контракту) при певних обставинах може мати дуже важливе юридичне значення. Наприклад, якщо сторонами не узгоджено, право якої країни застосовується до зовнішньоекономічного договору (контракту), то право, що регулює зовнішньоторговельну операцію, визначається відповідно до зазначеного в договорі місця підписання. Така норма найбільш характерна і поширена у практиці міжнародного права. Аналогічна норма присутня й у Положенні № 201.

Місце підписання, яке вказане в договорі, не обов'язково повинне відповідати фактичному місцю його підписання. Так, договір між українським і російським підприємствами може бути підписаний в Україні, однак у преамбулі договору (контракту) місцем його підписання може бути зазначена Росія. У практичній діяльності це означатиме, що укладаючи договір на території України сторони за узгодженням обрали в якості права, що застосоване до їхнього договору, право Росії.

У преамбулі договору вказують:

- повні й точні найменування сторін-учасниць зовнішньоекономічної операції, під якими вони офіційно зареєстровані, з вказівкою країни;
- скорочене визначення сторін як контрагентів («Продавець», «Покупець», «Замовник», «Постачальник» і т. п.);
- особи, від імені яких укладається зовнішньоекономічний договір (контракт), найменування документів, якими керуються контрагенти при укладанні договору (статут підприємства, установчий договір і т. п.).

Назви контрагентів-учасників зовнішньоекономічної угоди, що вказуються в преамбулі договору (контракту), повинні бути справжніми, точними й відбиті в тексті у розгорнутому вигляді без використання аббревіатури. Традиційно

першим у договорі (контракті) указується найменування продавця, другим – покупця.

Якщо зовнішньоекономічний договір (контракт) укладається відповідно до умов міжнародної угоди, то в преамбулі слід зробити посилання на таку угоду. Наприклад, у такому випадку в преамбулі договору (контракту) може бути зазначено: «Даний договір укладений відповідно до умов Торгової угоди між урядом України й урядом Республіки Беларусь від «__» _____ р.».

Після формулювання вступної частини договору (контракту) впливає безпосередній виклад умов зовнішньоторговельної угоди, що відбиваються у відповідних розділах. Кількість розділів договору (контракту) залежить від характеру товару і договірних умов і повинне відповідати вимогам Положення № 201.

Розділ «Предмет договору (контракту)» є одним з основних розділів контракту. У ньому визначається, який товар (роботи, послуги) один з контрагентів зобов'язаний постачати іншому з вказівкою точного найменування, марки, сорту чи кінцевого результату виконуваної роботи.

Найменування товару, що постачається продавцем, повинне бути точним і не допускати підміни. Якщо сутність товару, що постачається, чітко описати в договорі (контракті) проблематично, можна послатися в тексті договору (контракту) на документи, в яких наводиться опис товару, що постачається, і надаються його технічні характеристики і т. п.

Якщо товар (робота, послуга) має потребу в більш детальній характеристиці чи номенклатура товарів (робіт, послуг) досить велика, то дані про нього вказують в додатку (специфікації), що повинне бути невід'ємною частиною договору (контракту), про що робиться відповідна оцінка в тексті договору (контракту).

У разі укладання бартерного (товарообмінного) договору (контракту) чи контракту на переробку давальницької сировини в цьому розділі також указується точне найменування (марка, сорт) зустрічних постачань (чи найменування товару, що є кінцевою метою переробки давальницької сировини). При цьому для бартерного (товарообмінного) договору (контракту) додатки (специфікації)

(якщо вони мають місце) також балансуються за загальною вартістю експорту й імпорту товарів (робіт, послуг).

Описуючи товар, постачання якого передбачається, у тексті договору (контракту) в обов'язковому порядку необхідно вказати його кількісні і якісні характеристики. У разі, якщо буде постачатися штучний товар, у тексті вказується конкретне число, що позначає кількість даного товару. Особливу увагу при складанні договору (контракту) треба звертати на випадок, коли кількість товару вимірюється на вагу. У такому разі обов'язково слід вказати, яка вага, брутто (з тарою чи упаковкою) чи нетто (без тари чи упаковки), мається на увазі.

У ряді випадків (наприклад, при постачанні на велику відстань фруктів чи овочів) точне дотримання кількості на практиці виявляється неможливим. У такому випадку залежно від конкретної ситуації в тексті контракту вказують не точну кількість товару, що постачається, а приблизне. Наприклад, у тексті договору (контракту) може бути зазначено, що вага товару, який постачається, складає 5 тонн $\pm 5\%$.

У 1979 р. економічна комісія ООН видала Загальні умови міжнародної купівлі-продажу свіжих фруктів і овочів, включаючи цитрусові, котрими у разі постачання свіжих фруктів і овочів визнана припустимою розбіжність між вагою, що зазначена у тексті договору (контракту), і вагою фактично постачаємого товару в розмірі $\pm 5\%$. Щодо цитрусових така розбіжність встановлена в розмірі 5-10% (якщо договором не передбачене інше).

Це означає, що у разі виявлення розбіжності у вазі, що виходить за припустимі норми, покупець вправі зажадати від продавця додаткового постачання товарів чи відшкодування збитків.

У цьому розділі залежно від номенклатури визначається одиниця виміру товару, прийнята для товарів такого виду (тонна, кілограм, штука і т. п.), загальна кількість і якісні характеристики.

У тексті договору (контракту) на виконання робіт (надання послуг) визначаються конкретні обсяги робіт (послуг) і термін їхнього виконання.

Крім кількісних характеристик, у тексті договору слід домовитися про вимоги щодо якості товару, який постачається. Якщо постачається простий товар, то в тексті договору можна обмежитися посиланням на відповідність товару, що постачається, державним стандартам, каталогам, проспектам. Якщо товар є складним виробом (устаткування, верстати і т. п.), у тексті договору (контракту) варто зробити спеціальне застереження щодо відповідності його якості спеціальним документам. У договорі (контракті) обов'язково повинне бути зроблене посилання на конкретні документи, що підтверджують якість товару, який постачається.

Термін постачання товару може бути зв'язаний не тільки з певною календарною датою, але й з якими-небудь діями покупця (наприклад, з виплатою авансу чи задатку, здійсненням передоплати за товар і т. п.). Якщо термін постачання товару з якої-небудь причини в тексті договору не оговорений, то в такому випадку він визначається, виходячи із законів і звичаїв країни, право якої застосоване до даного контракту.

Приймання – здавання здійснюється за кількістю згідно з документами, які супроводжують товар, і за якістю – також згідно з відповідними документами.

Товар, що постачається, повинен прийматися за якістю і кількістю в тому місці й у той момент, коли відбувається перехід від продавця до покупця права власності на товар, а також ризик випадкової загибелі товару чи його пошкодження.

Зміст даного розділу контракту багато в чому залежить від базисних умов постачання, які прийняті сторонами, а також від характеру самого товару. Якщо товаром виступають продукти харчування, то приймання такого товару буде полягати в його огляді й експертизі, а також перевірці супровідних документів. Якщо товаром є складне устаткування, то приймання товару, крім зовнішнього огляду і перевірки супровідних документів, припускає перевірку устаткування в роботі.

У цьому розділі також слід передбачити відповідальність продавця, права покупця, якщо в результаті приймання буде виявлена невідповідність товару, що поставляється, вимогам, які викладені у договорі (контракті).

У розділі «Упакування і маркірування» вказуються дані про упаковання товару (шухляди, мішки, контейнери і т. п.), нанесене на неї відповідне маркірування (найменування продавця і покупця, номер договору (контракту), місце призначення, габарити, спеціальні умови складування і транспортування та ін.), а при необхідності також умови її повернення.

Характер вимог до упакування товару, що постачається, залежить від роду самого товару. У деяких випадках вимоги до упакування товарів певного виду можуть бути взагалі не встановлені договором (наприклад, це стосується товарів, що вантажуються на транспорт навалом – піску, вугілля, щебеню і т. п.). В інших випадках упакування надає товару товарний вигляд, робить його більш привабливим, чим полегшує збут товару, а інколи є невід'ємним атрибутом, що дозволяє забезпечити схоронність товару під час перевезення і доставки покупцю. В останньому випадку розділ договору, що стосується упакування і маркірування, варто розписувати більш чітко і докладно. При цьому обов'язково слід домовитися про відповідальність продавця за ушкодження і поломку товару внаслідок його неналежного упакування.

Маркірування товару повинне відповідати міжнародним нормам для даного виду вантажу і вимогам покупця. Якщо покупець не вимагає нанесення якогось спеціального маркірування, воно виконується продавцем відповідно до загально-прийнятих міжнародних норм.

В обов'язковому порядку маркірування повинне містити такі дані про вантаж:

- найменування і адреса продавця з вказівкою країни відправлення;
- найменування пункту призначення, адреси покупця товару;
- номер договору (контракту);
- номер пакувальної одиниці та її загальна кількість;
- габарити пакувальної одиниці;

- вага пакувальної одиниці (брутто);
- вага пакувальної одиниці (нетто).

Крім цього маркірування повинне містити вказівки транспортним організаціям про те, як треба обходитися з перевезеним товаром і попереджати про небезпеку, що може нести з собою перевезений вантаж у разі обходження з ним неналежним чином.

Розділ «форс-мажорні обставини» містить дані про те, в яких випадках умови договору (контракту) можуть бути не виконані сторонами (наприклад, через стихійне лихо, воєнні дії, ембарго, втручання з боку уряду та ін.). При цьому сторони звільняються від відповідальності на термін дії таких обставин чи можуть відмовитися від виконання договору (контракту) частково чи в цілому без додаткової фінансової відповідальності.

В обов'язковому порядку в тексті договору (контракту) повинне бути визначено, що розуміється сторонами угоди під обставинами нездоланної сили. При цьому перелік форс-мажорних обставин повинен бути вичерпним. Наприклад, у зовнішньоекономічному договорі (контракті) може бути зазначено: «Під форс-мажорними обставинами розуміються обставини нездоланної сили, які не залежать від волі сторін, що не існували в момент підписання контракту і виникли мимоволя продавця і покупця, а саме: воєнні дії, блокада, ембарго, пожежа, землетрус, повен, замерзання моря, проток, портів, аварія на транспорті».

Настання і припинення форс-мажорних обставин повинні бути підтверджені документально. Підтвердженням терміну дії обставин нездоланної сили служить довідка, видана Торгово-промисловою палатою країни (у договорі (контракті) цей факт також повинен бути обговорений).

За узгодженням сторін у тексті зовнішньоекономічного договору (контракту) може бути зазначено, що у разі виникнення форс-мажорних обставин термін дії такого договору (контракту) продовжується на час дії таких обставин. Однак у деяких випадках обставини нездоланної сили можуть продовжуватися досить тривалий період часу, в результаті чого виконання зовнішньоекономічного договору (контракту) втрачає економічний зміст. Тому в договорі (контрак-

ті) варто вказати граничні терміни, після закінчення яких сторони мають право анулювати взаємні зобов'язання без вимоги від контрагента відшкодування збитків. Граничним термін дії форс-мажорних обставин залежить від ряду факторів: терміну виконання договору (контракту), характеру товару, способу продажу, торговельних порядків. Як правило, у договорах (контрактах) на продовольчі товари такий термін складає 15-30 днів, а на товари виробничо-технічного призначення – 3-6 місяців з моменту виникнення форс-мажорних обставин.

Розділ «Санкції і рекламації» є одним з найважливіших розділів зовнішньоекономічного договору (контракту), оскільки шляхом цілої низки санкцій закріплює за кожною стороною взяті на себе договірні зобов'язання.

Розділ установлює порядок застосування штрафних санкцій, відшкодування збитків і пред'явлення рекламацій у зв'язку з невиконанням чи не належним виконанням контрагентами своїх зобов'язань. У договорі (контракті) повинні бути чітко визначені розміри штрафних санкцій, терміни виплати штрафів (від якого терміну вони обчислюються і протягом якого часу діють), терміни, протягом яких рекламації можуть бути заявлені, способи урегулювання рекламацій.

У даному розділі зовнішньоекономічного договору в обов'язковому порядку слід домовитися про те, що сторони будуть розуміти під збитками. При цьому для запобігання можливих зловживань у тексті договору (контракту) можна передбачити застереження щодо зобов'язань сторін вжити всіх заходів для зменшення збитку (інакше розмір штрафних санкцій буде переглянутий).

Розмір штрафів може бути визначений як у твердій грошовій сумі, так і у відсотках від загальної вартості товару, який не одержав покупець. Вибір порядку визначення штрафної суми виконують за розсудом сторін з урахуванням конкретних умов угоди, що укладається, і від установленого договором способу фіксації ціни. Так, якщо сторони установили тверду ціну на товар, що постачається, то і розмір штрафу доцільніше встановлювати у твердій сумі. У разі встановлення ціни, що плаває, чи ціни з подальшою фіксацією логічно обчис-

лювати штраф за прострочення постачання чи непостачання товару у відсотках від вартості товару, який не постачався.

Крім штрафних санкцій за прострочення постачання товару чи його непостачання, сторони зовнішньоекономічної угоди можуть передбачити в тексті договору штраф і за необґрунтоване відмовлення покупця прийняти товар, що відповідає встановленим нормам якості, чи за неповідомлення про зроблене відвантаження товару.

У розділі «Урегулювання спорів у судовому порядку» зазначається конкретний суд, який розглядатиме конфліктну контрактну ситуацію. Якщо в тексті договору не визначена країна розгляду позову однієї із сторін, то прийнято використовувати право території, на якій підписується документ, а також за правом країни, де заснована, має місце проживання чи основне місце діяльності така сторона:

- продавець – у договорі купівлі-продажу;
- наймодавець – у договорі майнового найму;
- ліцензіар – у ліцензійному договорі;
- хоронитель – у договорі збереження;
- довіритель – у договорі доручення;
- комітент (консигнант) – у договорі комісії (консигнації);
- перевізник – у договорі перевезення;
- експедитор – у договорі транспортно-експедиторського обслуговування;
- страхувальник – у договорі страхування;
- кредитор – у договорі кредитування;
- дарувальник – у договорі дарування;
- поручитель – у договорі поручительства;
- заставник – у договорі застави.

Крім того, ст. 6 Закону про ЗЕД встановлює такі місця судів:

- для договору про промислове співробітництво, спеціалізацію і кооперування, виконання будівельно-монтажних робіт – країна здійснення діяльності;

- для договору про утворення спільного підприємства – країна утворення і офіційної реєстрації підприємства;
- для акційної, біржової та конкурсної (тендерної) торгівлі – країна місцезнаходження установи змагальної діяльності.

В інших випадках використовується право країни, яка виконує договір.

У розділі «Місцезнаходження (місце проживання), поштові й платіжні реквізити сторін» зовнішньоекономічного договору вказуються місцезнаходження (юридична адреса) чи місце проживання, повні поштові й платіжні реквізити (номер рахунка, найменування і місцезнаходження банку) контрагентів договору (контракту), а також підписи сторін.

Як вже зазначалося, за домовленістю сторін договором можуть бути оговорені додаткові умови зовнішньоекономічної угоди. Наприклад, зовнішньо-економічний договір (контракт) може містити окремі розділи, що стосуються порядку внесення в нього змін і доповнень, а також терміну його дії. Так, у тексті договору (контракту) доцільно зробити застереження про те, що зміни і доповнення до договору будуть вноситися в письмовій формі і будуть невід'ємною частиною зовнішньоекономічного договору (контракту). У практиці зовнішньоекономічних відносин широке розповсюдження одержало внесення доповнень і змін у текст договору (контракту) шляхом пересилання сторонами повідомлень по факсу. У цьому зв'язку при укладанні договору (контракту) сторонами повинно бути оговорено, що факсимільні зміни і доповнення договору (контракту) мають силу оригіналу і є його невід'ємною частиною.

У розділі «Термін дії договору» вказується погоджений сторонами термін його дії. Так, зовнішньоекономічний договір (контракт), наприклад, може бути укладений на місяць, на півроку, на рік, можливе також оформлення рамкового контракту на серію поставок з додатковим укладанням контрактів до генерального (рамкового).

Після узгодження сторонами умов зовнішньоекономічного договору відбувається його підписання. Для підписання не потрібен дозвіл якого-небудь ор-

гана державної влади, управління чи головної організації, за винятком випадків, що передбачені законами України.

До 16.11.99 р. згідно із ст. 6 Закону про ЗЕД для підписання зовнішньоекономічного договору від української сторони були потрібні два підписи: особа, яка має на це право відповідно до займаної посади за установчими документами, і особа, яка уповноважена на підписання договору (контракту) дорученням, яке видане за підписом керівника суб'єкта ЗЕД одноосібно, якщо інше не передбачено установчими документами.

Починаючи з 16.11.99 р. – дати видання в газеті «Урядовий кур'єр» Закону України «Про внесення змін у статтю 6 Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність»» від 21.10.99 р., – зовнішньоекономічний договір (контракт) може бути підписаний з української сторони однією особою (або керівником підприємства, або особою, яка уповноважена на підписання договору дорученням), а не двома (як це було раніше).

Якщо текст контракту написаний на декількох аркушах, то для надання договору (контракту) більшої юридичної чинності бажано, щоб кожна сторінка договору (контракту) була скріплена підписами обох сторін зовнішньоекономічної угоди. Підписи повинні бути поставлені повністю, чітко і розбірливо.

Найчастіше в договорі (контракті) поруч з підписами повноважних представників зовнішньоекономічної угоди ставляться і ділові печатки сторін. Такий захід не є обов'язковим, оскільки в українському законодавстві відсутнє згадування про необхідність скріплення договору (контракту) відповідними печатками. Однак незважаючи на це, скріплювати екземпляри договору (контракту) печатками рекомендується, тому що їхня присутність буде корисною щодо правової надійності договору (контракту). Відбитком печатки засвідчується підпис сторони, яка підписала.

У заключній частині договору слід вказати, на якій мові він складений, кількість екземплярів і скільки з них належить кожній зі сторін. Як правило, зовнішньоекономічний договір (контракт) складається як мовою продавця, так і

мовою покупця. Але в деяких випадках мовою договору (контракту) можуть бути обрані не мови сторін, а якась інша мова.

Тема 12. Ціна товару, валютні й фінансові умови контрактів, умови платежу, форми розрахунків

1. Особливості сучасної зовнішньоторговельної цінової стратегії фірми.
2. Основні ціни зовнішньоторговельних контрактів.
3. Основні умови, засоби й форми міжнародних розрахунків.

1. Цінова стратегія фірми починається з визначення власного підходу до концепції ціноутворення, що спирається на стратегічну маркетингову програму. Як правило, цінова стратегія повинна забезпечити оволодіння визначеною часткою ринку, розширення обсягу продажів, одержання планованого прибутку.

Кон'юнктурно-цінова робота передбачає виконання таких функцій:

- інформаційне забезпечення цінових розрахунків;
- вивчення динаміки цін на аналогічні товари іноземного виробництва;
- методичне забезпечення розрахунків;
- контроль за правильністю вибору і використання вихідних даних відповідно до нормативного документу;
- аналіз стану і прогнозування розвитку кон'юнктури світових товарних ринків;
- затвердження завдань відрядження співробітникам фірми, що вивчає цінові фактори за кордоном;
- вивчення діяльності конкурентів і потенційних партнерів, державних органів, міжнародних організацій.

Стратегія формування ціни включає два етапи.

Перший етап описує порівняння характеристик власного товару з кращими й гіршими показниками конкурентів (якість, час доставки споживачеві, функціонування ринкової мережі, темпи відновлення, післяпродажне

обслуговування і т. д.).

Другий етап включає послідовну розробку експортних цін:

- 1) калькуляція витрат, включаючи витрати із стимулювання попиту адаптації на ринку;
- 2) аналіз ринкових цін і їхніх коливань під тиском факторів попиту та пропозицій;
- 3) установлення нижньої і верхньої межі коливань ціни для визначення ступеня маневрування на ринку, що змінюється;
- 4) оцінка обсягу продажів;
- 5) визначення альтернативних видів цінової політики;
- 6) аналіз цінової структури (структура витрат, розподіл прибутку і т. д.);
- 7) визначення конкретних продажних цін з урахуванням умов платежу, валютних курсів, методів державного тарифного і нетарифного регулювання.

Розрахунок ціни повинен спиратися на облік фази життєвого циклу продукції, що визначає обсяг експортованої товарної маси і величину потенційного попиту.

Зовнішньоторговельна цінова стратегія повинна сполучити два ключових підходи: витратний і граничний (маржинальний). Витратний підхід спирається на облік фактичних витрат. Маржинальний підхід базується на оптимальному співвідношенні граничних витрат і доходу.

Істотне значення має фактор часу. У короткостроковому періоді попит та пропозиція нееластичні чи малоеластичні, тому маніпулювання цінами слабо впливає на динаміку фізичного обсягу. Навпаки, у довгостроковому періоді ступінь реакції обсягів чи попиту пропозиції на цінові коливання значний і може вийти з-під контролю.

Розмаїття форм установлення початкової експортної ціни можна згрупувати в такий спосіб:

- 1) «скілінг», чи метод «зняття вершків», коли встановлюється завищена ціна на новий, унікальний чи удосконалений товар, причому високий рівень ціни підкреслює споживачу престижність чи особливу якість продукту; «скілінг»

застосуємо в короткостроковому періоді;

- 2) «кон'юнктурна ціна» для ринку, уже забезпеченого даним товаром, причому для збереження своєї ринкової ніші можливе сполучення підвищення (сигнал поліпшення якості) і зниження (сигнал зниження витрат) цін;
- 3) «ціна проникнення» для виходу на новий ринок з наявністю конкуренції, що дозволяє завоювати стартову ринкову нішу, при цьому є небезпека застосування антидемпінгових санкцій державними органами країни-імпортера;
- 4) метод стимулювання комплексного продажу, коли перші екземпляри реалізуються за заниженими цінами в рекламних цілях, а великі масиви продукції збуваються за більш високими цінами;
- 5) так звані «вузькі» методи, коли превалює єдиний цінотвірний фактор (зональний, географічний, змагальний, транспортний і т. д.).

Для визначення чи обґрунтування зазначених методів ціноутворення на світових ринках використовують специфічні підходи, що пояснюють у першу чергу особливості калькуляції витрат:

- 1) «скілінг» спирається на ринково-диференційований підхід, коли за вихідну береться величина світової ціни попереднього періоду, до неї додаються витрати з відновлення, адаптації на ринку, страхування і т. д.;
- 2) «кон'юнктурна ціна» базується на фактичних витратах виробництва і обігу;
- 3) «ціна проникнення» підкреслює подвійний підхід до внутрішнього і зовнішнього ціноутворення: фактичні витрати застосовують для обґрунтування національних цін, а нормативні – для експортних.

Цінова стратегія фірми повинна бути привабливою для потенційних партнерів. Для цього, зокрема, широко використовується практика застосування цінових знижок:

- бонусна знижка (знижка за оборот) не за окрему операцію, а за оговорений річний торговий оборот;
- кількісна знижка за величину чи серійність реалізованої продукції;
- дилерська знижка за посередницьку діяльність у реалізації експортної продукції;

- сезонна знижка на продукцію сезонного характеру;
- знижка «сконто» за дострокову оплату поставань;
- закрита знижка для внутріфірмової торгівлі чи торгівлі всередині замкнених економічних угруповань;
- спеціальна знижка для традиційних торгових партнерів;
- знижка для реалізації старої продукції;
- різні індивідуальні знижки.

2. Різноманіття зовнішньоторговельних цін за місцем їхнього встановлення можна згрупувати таким чином:

- біржові;
- аукціонні;
- тендерні (в результаті торгів);
- довідкові;
- статистичні (у спеціалізованих статистичних виданнях);
- контрактні (договірні).

Зупинимося докладніше на контрактних цінах. Їхня величина враховує одиницю виміру, базу ціни, валюту ціни, спосіб фіксації і рівень ціни.

Порядок визначення одиниці виміру ціни залежить від характеру товару і практики, що склався на світовому ринку. Ціна встановлюється, як правило, за наступними критеріями:

- за визначену кількість одиниць (штуку, масу, площу, обсяг і т. д.);
- за одиницю маси базової речовини в гірській породі, концентраті і т. д.;
- за одиницю маси чи обсягу залежно від коливань натуральної маси, наявності побічних домішок і т. д.;
- за облік чи неврахування тари або упаковки (брутто чи нетто);
- за комплектність чи серійність продукції.

База ціни спирається на систему «ІНКОТЕРМС» – збірник тлумачення міжнародних комерційних термінів, розроблених Міжнародною торговельною палатою. За останньою класифікацією «ІНКОТЕРМС-2000» всі базисні умови

розбиваються на чотири групи, що об'єднують 13 базисних цін. Усі ціни розподіляють обов'язки між продавцем і покупцем із навантаження-розвантаження, транспортування, страхування, упакування і маркірування, оформлення комерційної та іншої документації, оплати експортних та імпорتنих платежів і т. д.

Перша умова «франко-завод» характерна мінімальною відповідальністю продавця і відповідно мінімальним рівнем ціни. Остання тринадцята умова «поставлено, мито сплачене» покладає максимальні зобов'язання на продавця, що той зазначає в максимальній ціні. У практиці експортно-імпорتنих операцій найчастіше згадуються умови FOB («вільно на борту судна»), характерні для оцінки експортної ціни, і CIF («ціна, страхування і фрахт» до порту призначення), типова для оцінки імпортованого товару.

Ціна в контракті може виражатися у валютах експортера, імпортера чи валюті третьої сторони, включаючи колективні валюти.

Залежно від способу фіксації розрізняють наступні ціни:

- 1) тверда фіксована ціна, незмінна протягом усього терміну контракту;
- 2) тверда ціна з можливістю коректування (рухлива ціна), коли невелике коректування (2-5%) пояснюється несуттєвим впливом тимчасового фактора;
- 3) ціна з наступною фіксацією для довгострокових контрактів чи в чеканні інфляції (дефляції) і фіскальних змін;
- 4) ковзана ціна, коли складаються базова (постійна) і змінна величини, що характерно для постачань складних і унікальних товарів з тривалим циклом виробництва;
- 5) змішана ціна, коли одна її частина твердо зафіксована, а інша являє собою ковзану величину.

Рівень контрактної ціни може піддаватися ряду виправлень. Ми уже відзначали основні знижки, що застосовуються при співробітництві з різними партнерами. Крім знижок, використовують технічні й комерційні виправлення.

Технічні виправлення включають наступні елементи:

- виправлення на техніко-економічні відмінності, що враховують різницю параметрів кінцевої продукції чи використаних ресурсів при порівнянні даного

товару і товару-аналога (розходження в ефективності ресурсів, їхній екологічності і т. д.);

- виправлення на комплектацію, коли товар по-різному забезпечений необхідними доповнюючими елементами чи вузлами;
- експлуатаційні виправлення, коли в ціні враховується стійкість до різних форм впливу зовнішнього середовища (температура, вологість і т. д.).

Комерційні виправлення характеризують такі складові:

- приведення до єдиних умов постачання, коли, наприклад, переборюється різниця між цінами FOB (експортної) і CIF (імпортної), що доходить до 12-15%;
- виправлення за підсумками додаткових погоджень;
- виправлення на період постачання товару, коли можливі зміни протягом часу доставки продукції споживачу;
- виправлення на умови платежу, коли оплата виконується повністю, в розстрочку, чеком чи векселем і т. д.

3. Міжнародні розрахунки – це платежі по грошових вимогах і зобов'язаннях, що виникають у зв'язку з економічними, політичними і культурними відносинами між юридичними особами і громадянами різних країн. В економічній сфері вони включають розрахунки по зовнішній торгівлі, кредитам, руху капіталів між країнами.

Міжнародні розрахунки, з одного боку, – це умови і порядок здійснення платежів, з другого – щоденна практична діяльність банків по їхньому здійсненню.

Сьогодні в зовнішньоторговельних операціях діє ціла система засобів і форм платежів, що створює цілісний, гнучкий і динамічний механізм розрахунків.

Засоби платежів залежать від механізму оплати товару стосовно моменту його фактичної доставки. У зовнішньоторговельних операціях існує три способи платежів: платіж готівкою, авансовий платіж і платіж у кредит.

Платіж готівкою в міжнародному платіжному обороті не означає, що розрахунки ведуться наявними грошовими знаками (банкнотами). Вони практично

тут не використовуються. У цьому випадку поняття «розрахунок готівкою» використовується як протилежне авансовому і кредитному способу платежів.

Під «розрахунком готівкою» розуміється оплата торгової угоди проти одержання товаророзпорядчих та інших документів, тобто здійснюється через банк за угодами типу «спот» до чи після передачі продавцем товаророзпорядчих документів чи самого товару покупцю.

Платіж готівкою кращий для фірми – експортера, оскільки забезпечує швидке одержання коштів за проданий товар. Для фірми – імпортера платежі готівкою менш вигідні.

Авансовий платіж припускає виплату покупцем оговореної контрактом суми до передачі товаророзпорядчих документів і самого товару в розпорядження покупця, частіше під час чи навіть до виконання замовлення.

Авансовий платіж відіграє двоїсту роль. З одного боку, авансом імпортер кредитує експортера, а з іншого – забезпечує виконання зобов'язань, узятих імпортером за контрактом, і якщо після виконання замовлення покупець відмовляється від прийняття замовленого товару, то експортер може використовувати аванс для відшкодування своїх збитків.

Аванс може бути наданий у грошовій і товарній формі. Розмір авансу залежить від цілей, характеру, новизни і вартості товару. Як правило, аванс складає 15-20% вартості замовлення і виплачується після підписання контракту.

Розрахунки в кредит припускають, що покупець оплачує суму, оговорену контрактом через якийсь час після постачання товару. У цьому разі продавець надає покупцю комерційний (товарний) кредит.

Кредит надається на 80-85% суми контракту, іншу покупець оплачує авансом, що дозволяє продавцю покрити свої витрати, якщо покупець не виконає свої зобов'язання за контрактом.

За тривалістю комерційні кредити поділяються на короткострокові (до 1 року), середньострокові (1-5 років) і довгострокові (5-10 років і більше). У контракті визначається вартість кредиту, термін його погашення, пільговий період та ін. умови. Важливим питанням є питання про гарантію платежу. Гарантії бувають

платіжні й договірні. Платіжні гарантії захищають інтереси продавця, договірні – покупця.

Велике поширення комерційного кредиту в зовнішній торгівлі обумовлене використанням кредитних засобів платежу – чеків і векселів.

Чек – документ, що містить безумовний наказ власника поточного рахунка банку про виплату зазначеної в рахунку суми визначеному пред'явнику чи особі.

Використання чека як засобу платежу дозволяє заощаджувати витрати на оборот реальних грошей і прискорює платежі, тому що всі чеки оплачуються після пред'явлення.

Розрізняють іменні, ордерні й чеки на пред'явника.

Чеки розділяють на банківські (виписані банком на свій банк – кореспондент) і фірмові (виписані фірмою на одержувача).

Вексель – це цінний папір строго установленної форми, що дає безперечне право її власнику (векселедержателю) вимагати з боржника сплати певної грошової суми.

При розрахунках по зовнішньоекономічних операціях використовують прості й переказні векселі (тратти). Другі застосовують частіше. Переказний вексель (тратта) – це безумовна пропозиція трасанта (кредитора), адресоване трасатові (боржнику), оплатити третій особі (ремітентові) у встановлений термін зазначену суму. При цьому трасант є і кредитором стосовно трасата (боржнику), і боржником стосовно ремітента.

Простий вексель використовується рідше і виставляється боржником (векседавцем), який бере зобов'язання сплатити кредитору визначену грошову суму у певний термін і в зазначеному місці.

У міжнародному платіжному обігу вексель виступає як оборотний фінансовий документ. Це означає, що з передачею векселя іншій особі до нього переходять усі права, вимоги й ризик по цьому документу. Передача векселя здійснюється шляхом простого вручення чи за допомогою передатного підпису (індосамента). Такий напис ставиться на зворотній стороні векселя і підписується індосантом.

Індосаменти бувають таких видів: бланковий, іменний (повний), передоручний.

Третім засобом платежу, що використовується в міжнародній торгівлі, є банківський переказ. Це розрахункова банківська операція, що полягає в перекладі платіжного доручення одного банку іншому. Платіжні доручення являють собою наказ клієнта, адресований своєму банку – кореспонденту, про виплату визначеної суми грошей переодержувачу (бенефіціару). Платіжні доручення приймаються банками тільки при наявності грошей на рахунках платників.

При розрахунку дорученнями скорочується час і документообіг операції.

У міжнародних розрахунках вітчизняних підприємств і організацій із закордонними фірмами застосовуються усі форми розрахунків, прийняті в міжнародній практиці, але найбільш розповсюдженими є: документарний акредитив, документарне інкасо, банківський переказ. Відносно рідко вітчизняні організації використовують такі форми розрахунків, як відкритий рахунок, оплата чеками і т. д.

Документарний акредитив – це доручення клієнта (імпортера) банку зробити за його рахунок виплату грошей експортеру (при розрахунках готівкою) чи акцептувати виставлену експортером тратту (при наданні кредиту чи розстроці платежу) проти одержання зазначених у цьому дорученні товаророзпорядчих та інших документів.

Акредитиви відкривають (виставляють) за домовленістю сторін, які беруть участь у торговій угоді, або в банку країни експортера або в банку країни імпортера.

Акредитиви бувають наступних видів:

Відзивний – може бути відкликаний чи анульований банком – емітентом, який виставив акредитив у будь-який момент і без попереднього повідомлення бенефіціара, тобто на користь кого відкритий акредитив;

Безвідзивний – не може бути відкликаний раніше вказаного терміну його дії. Якщо в заяві про відкриття акредитива чітко не зазначено, чи є він відзивним чи безвідзивним, то він вважається безвідзивним. Непідтверджений, по

якому авізуючий банк, який бере участь у цій операції, не бере на себе зобов'язання по його виконанню, але повинен з розумною старанністю перевірити за зовнішніми ознаками дійсність акредитива.

Підтверджений, по якому відповідальність на прохання банку – емітента бере на себе інший банк, який бере участь в операції.

Перекладний (ділений, дробовий, що переуступається) – це акредитив, відповідно до якого бенефіціар (перший), тобто особа, на користь якої виставлений акредитив, доручає банку робити оплату одному чи декільком бенефіціарам (другим) з цього акредитива повністю чи частково. Акредитив може бути переказний тільки в тому випадку, якщо є однозначна вказівка банку-емітента, що він «переказний». Витрати по переказу оплачує перший бенефіціар, якщо немає застережень.

Револьверний (поновлюваний) поповнюється в міру його використання; в акредитивному дорученні вказується мінімальна сума (квота), нижче якої залишок на акредитиві не повинен скорочуватися і підлягає поповненню.

Розглянемо послідовність акредитивної операції:

1. Імпортер у домовлений з експортером термін дає доручення своєму банку про відкриття (виставляння) акредитива.
2. Банк імпортера просить банк експортера про відкриття акредитива на користь відповідного експортера і відразу чи в обумовлений термін переводить покриття (суму акредитива).
3. Експортер, одержавши повідомлення (авізо) від свого банку і перевіривши умови акредитива, направляє товар на адресу імпортера й оформляє необхідні для одержання платежу з акредитива документи.
4. Експортер передає у свій банк товаророзпорядчі та інші документи, зазначені в акредитиві, й одержує належну йому суму платежу.
5. Товаророзпорядчі та інші документи банк експортера переказує банку імпортера.
6. Банк імпортера передає імпортеру отримані документи, що дають йому право одержати закуплений товар.

Документарне інкасо – це доручення експортера банку одержати з імпортера суму платежу, передбачену контрактом, проти передачі йому товарних і інших документів та зарахувати виторг на рахунок експортера. На інкасо можуть передаватися також інші документи, наприклад прості й переказні векселі, чеки та ін.

Розглянемо схему інкасової операції:

1. Експортер, відвантаживши товар відповідно до умов контракту, оформляє необхідні товарні та інші документи і передає їх у комерційний банк, обумовлений у контракті.
2. Банк експортера пересилає комплект документів своєму банку-кореспонденту в країні імпортера.
3. Банк імпортера сповіщає покупця і передає йому ці документи проти одержання відповідної суми платежу (при розрахунку готівкою) чи проти акцепту термінової тратти (при наданні імпортеру комерційного кредиту) залежно від умов контракту.
4. Банк імпортера інформує банк експортера про зарахування на його кореспондентський рахунок отриманої від імпортера суми платежу (чи відразу ж переводить йому отриманий виторг).
5. Банк експортера робить виплату підприємству-експортеру за зроблену експортну операцію.

Якщо розрахунок виконується в кредит, то банк імпортера передає товарні документи проти акцепту імпортера термінової тратти, що потім або залишається в банку імпортера, або пересилається безпосередньо в банк експортера, і при настанні термінів оплати тратта викупується в нього імпортером.

Інкасова форма розрахунків порівняно проста, але містить ряд недоліків (з погляду експортера). Виникає великий розрив у часі між відвантаженням товару на експорт і одержанням платежу, що призводить до уповільнення оборотності засобів експортера. Імпортер може відмовитися від оплати проти товарних документів (наприклад, імпортер розорився чи різко впала світова ціна за-

мовленого товару і йому не вигідно викуповувати цей товар за зафіксованою у контракті більш високою ціною).

З метою прискорення одержання засобів від імпортера застосовується телеграфне інкасо. За домовленістю між експортером і імпортером зарахування засобів виконується експортером про одержання ним товарних документів на підставі телеграфного повідомлення банку

Для запобігання невикupu товарних документів імпортером чи неточного виконання ним розрахунків застосовується інкасо товарних документів з банківською гарантією. Банк, який видав гарантію в забезпечення наявних платежів, зобов'язується здійснити платіж експортеру, якщо він не буде зроблений покупцем.

Гарантії можуть бути разові (для окремих угод) й револьверні (на регулярні постачання між конкретними контрагентами і продовжувані автоматично й поповнювані за розміром гарантії).

Ефективним засобом виконання імпортером узятих на себе зобов'язань (точна і своєчасна оплата виставлених на нього товарних документів) є одержання експортером від імпортера авансу (звичайно 10-15% вартості контракту), достатнього для покриття можливих збитків, пов'язаних з відмовленням від викупу товарних документів.

Відкритий рахунок – найменш вигідна форма розрахунків для експортера, тому що вона не дає йому ніяких гарантій своєчасного одержання платежу. Експортер поставляє покупцю товар разом з товаророзпорядчими документами і записує у своїх бухгалтерських документах у дебет відкритого покупцю рахунку суму покупки.

Імпортер записує суму відвантаження в кредит рахунку постачальника. Протягом терміну, зазначеного в контракті, імпортер повинен оплатити вартість товару банківським переказом, чеком чи векселем. Після оплати сторони роблять у своїх документах зворотні записи.

Тема 13. Організація і функціонування підприємств з іноземним капіталом

1. Законодавство України про режим іноземного інвестування.
2. Особливості функціонування підприємств з іноземними інвестиціями.

1. В Україні проблеми міжнародної інвестиційної діяльності регламентуються такими головними законодавчо-нормативними актами:

1. Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» від 16.04.1991 р.
2. Закон України «Про режим іноземного інвестування» від 19.03.1996 р.
3. Митний кодекс України від 11.07.2002 р.
4. Закон України «Про спеціальний режим інвестиційної та інноваційної діяльності технологічних парків» від 16.07.1999 р.
5. Закон України «Про інноваційну діяльність» від 4.07.2002 р. та ін.

Згідно з вказаними документами іноземними інвестиціями є цінності, що залучуються в об'єкти інвестиційної діяльності на території нашої країни з метою одержання прибутку або здійснення соціального ефекту.

Іноземні інвестиції можуть здійснюватися в іноземній валюті, валюті України при реінвестуванні, будь-якого рухомого і нерухомого майна, цінних паперів і корпоративних прав, будь-яких прав інтелектуальної власності, прав на проведення господарської діяльності та інших цінностей.

Виявимо основні форми іноземного інвестування:

- часткова участь у підприємствах;
- утворення підприємств з повною належністю іноземним партнерам;
- придбання майна або цінних паперів;
- придбання прав на користування землею або корисними копалинами;
- придбання майнових прав та ін.

Реєстрація іноземних інвестицій здійснюється обласними державними адміністраціями протягом трьох днів після їх фактичного внеску.

За законодавством України організаційними формами інвестування є:

- утворення підприємств з іноземними інвестиціями;
- концесійні договори;
- контракти виробничої кооперації;
- інвестування у спеціальні економічні зони (СЕЗ) або території пріоритетного розвитку, а також технологічні парки.

Важливо відзначити деякі обмеження щодо інвестицій за кордон резидентами. Вказані інвестиції підлягають квотуванню, ліцензуванню (індивідуальна ліцензія) і спеціальному режиму переказу. Реалізація інвестиційних активів за кордоном відноситься до експорту з усім переліком обов'язкового документування, оподаткування, продажу 50% валютної виручки й термінів зарахування на рахунки в уповноважених банках.

2. Згідно з чинним законодавством суб'єкт ЗЕД набуває статус підприємства з іноземними інвестиціями (далі ПІІ), якщо сума вказаних внесків у статутний фонд складає не менше 10%. Майно, що ввозиться на територію України в якості внеску в статутний фонд, звільняється від мита з наданням простого векселя на суму мита з відстрочкою платежу на 30 днів від дати оформлення вантажної митної декларації. Вексель погашається при зарахуванні інвестиції на баланс підприємства і відмітці місцевої податкової інспекції на самому борговому документі. Якщо протягом трьох років вказане майно відчужувати, зокрема при ліквідації підприємства, ПІІ зобов'язане сплатити мито за офіційним валютним курсом на день здійснення операції.

ПІІ діють на загальних засадах з погляду визначення умов реалізації, оподаткування і захисту прав інтелектуальної власності. Особливості режиму діяльності підприємств уточнюються прийняттям додаткових правових актів.

Конкретний економіко-правовий зміст має визначення термінів «прямий інвестор» і «промисловий інвестор». Прямим є нерезидент, який володіє ПІІ за кордоном. Промисловим є прямий інвестор з певним досвідом роботи в галузі

або даної діяльності, який гарантує збереження профільної діяльності об'єкта, який придбається.

Світовий досвід створення ПІІ підкреслює існування трьох основних організаційних форм:

- філія з 100% належності іноземному власнику;
- дочірня компанія з часткою нерезидента в статутному фонді більше 50%;
- асоціативна компанія з часткою нерезидента менше 50%.

Визначають класифікацію міжнародних інвестицій за такими критеріями:

1. За джерелами походження:

- офіційні (державні позики, кредити, гранти, допомога, кошти для міжнародних фінансових установ);
- приватні;
- інвестиції міжнародних організацій.

2. За характером користування:

- підприємницькі;
- позичкові.

3. За терміном вкладень:

- короткотермінові до 1 року;
- середньотермінові від 1 до 5 років;
- довготермінові більше 5 років.

4. За особливостями функціонування

- прямі – з метою одержання довготермінової зацікавленості при забезпеченні фінансового і управлінського контролю над об'єктом розташування інвестицій;
- портфельні – недостатні для здійснення контролю, як правило у вигляді цінних паперів;
- інші, які пов'язані з міждержавними кредитами й банківськими депозитами;
- резервні, які пов'язані з наявністю золотовалютних запасів.

Зупинимося докладніше на формах прямих і портфельних вкладень.

За походженням прями інвестиції виникають як вкладення за кордон власних коштів, реінвестування прибутку і внутрішньофірмові перекази.

Портфельні вкладення існують як правило у вигляді таких цінних паперів:

- первинні – акції, облігації, векселя та інші боргові розписки;
- інструменти грошового ринку – казначейські векселя, депозитні сертифікати, банківські акцепти;
- вторинні – фінансові деривати.

Слід відзначити можливості мікро-, макро- і мегарегулювання міжнародного інвестування. На мікрорівні текст статуту дозволяє маневрувати в ЗЕД. Державне макрорегулювання включає такі форми:

- 1) державні гарантії;
- 2) страхування;
- 3) урегулювання інвестиційних суперечок;
- 4) виключення подвійного оподаткування;
- 5) адміністративна і дипломатична підтримка;
- 6) фінансові засоби, зокрема:
 - амортизаційний режим;
 - режим обліку витрат;
 - податки, що не пов'язані з прибутком;
 - податкові стимули – податкові канікули, пільги, пільгові податкові зони, наприклад, офшорні.

Використання офшорних територій за сучасних умов має велику кількість ризиків. Після терористичних актів 11 вересня 2001 р. США зробили низку розслідувань і активізували діяльність міжнародної агенції з боротьби з незаконним відмиванням грошей (FATF). Перелік країн, які рекомендовані FATF для санкцій, очолюють деякі офшорні території, насамперед Океанії і Карибського басейну. Але факт існування офшорів затверджений міжнародним і національним законодавствами України. Так, діє розпорядження Кабінету Міністрів України № 53-р. від 14.02.2002 р. з доповненнями та змінами «Про перелік офшорних зон».

Міжнародне регулювання здійснюється на міждержавній основі (наприклад, режим найбільшого благосприяння), регіональних документах у межах інтеграційних угруповань або функціях світових інвестиційних установ (БАГІ (MIGA) – Багатостороння агенція з гарантій інвестицій, що діє в якості автономної складової групи Світового банку; МЦУІС (ICSID) – Міжнародний центр з урегулювання інвестиційних спорів; Угода про інвестиційні засоби, які пов'язані з торгівлею, діюча в межах ВТО (TRIM); Комісія ЮНІДО (UNCTAD) з інвестицій та ін.).

Слід зазначити, що практика іноземного інвестування в Україні зіштовхнулася з низкою типових проблем на мікрорівні. Перелічимо основні з них:

- 1) недолік досвіду в осіб, які беруть участь у переговорах;
- 2) слабкість технологічних і фінансових можливостей вітчизняних суб'єктів ЗЕД;
- 3) помилки в прогнозах ринкової кон'юнктури;
- 4) відсутність методів і засобів вимірювання якісних параметрів виробів;
- 5) недосконале ціноутворення;
- 6) суперечності в управлінських і маркетингових концепціях, що веде до розходжень у виборі цілей та засобів їх досягнення;
- 7) слабка й відстала інформаційна база, що звужує маневр діяльності.

Тема 14. Організація і технологія міжнародних перевезень

1. Класифікація міжнародних перевезень.
2. Особливості договорів міжнародних перевезень.

1. Усі міжнародні транспортні операції можна класифікувати за такими ознаками:

1. За послідовністю виконання:

- довиробничі (планування перевезень, аналіз кон'юнктури і т. д.);
- виробничі;
- поствиробничі (урегулювання спорів і розрахунків).

2. За предметом транспортних операцій:

- вантажні;
- пасажирські;
- багажні.

3. За видом транспорту:

- водяні (морські, річкові);
- автомобільні;
- залізничні;
- трубопровідні;
- космічні;
- авіаційні;
- змішані.

4. За транспортною характеристикою вантажу:

- із сухим вантажем;
- з наливним чи газоподібним вантажем.

5. За періодичністю:

- регулярні (лінійне судноплавство, регулярне повітряне й авто-повідомлення);
- нерегулярні (трампове судноплавство, чартерне повідомлення).

6. За порядком проходження границі:

- перевантажувальні;
- бесперевантажувальні.

7. За видом транспортно-технологічної системи:

- контейнерні перевезення;
- перевезення генеральних вантажів (у мішках, коробках, шухлядах і іншій упаковці);
- паромні перевезення;
- перевезення лихтеровозами, тобто плавучими системами, що включають велике судно-плавбазу, що перевозить кілька десятків малих судів, здатних входити в устя рік і в будь-які мілководні причали;

- ролкерні перевезення, тобто судами з можливістю прийому автомобілів через ніс чи корму;
- перевезення танкерами.

8. За закінченістю перевезень у сусідні країни:

- сусідські;
- транзитні;
- кільцеві.

9. За видом сполучень:

- прямі;
- непрямі (ламані, з перевідправленням).

10. За складом учасників перевезень:

- силами виробника;
- силами продавця чи покупця;
- силами перевізника;
- силами посередника.

11. За місцем проведення:

- усередині країни;
- по території інших країн.

2. Основний зміст договору перевезення полягає в тому, що перевізник зобов'язується прийняти від відправника вантаж, доставити його в цілості в передбачене договором місце призначення і здати одержувачу вантажу. Вантажовласник зобов'язується сплатити обумовлену провізну плату (фрахт). Крім того, договір перевезення визначає умови навантаження, перевезення, права, обов'язки й рівень відповідальності сторін при різних обставинах, що виникають у процесі доставки вантажів, порядок сплати провізних платежів, вирішення спірних питань. Наявність договору перевезення повинна бути підтверджена письмовим документом, оформленим відповідно до діючих міжнародних конвенцій, угод, нормативних актів в області транспорту.

Під час перевезення вантажів морським і річковим транспортом на судах змішаного класу «ріка – море» відповідно до Кодексу торгового мореплавання застосовуються два види договорів перевезення. Перший вид договору, коли фрахтувальником (вантажовласником) і фрахтівником (судновласником) визнаються особи, які уклали один з одним договір щодо фрахтування судна. Предмет договору – морське чи річкове судно. Оформляється цей договір перевезення документом за назвою «чартер».

Договір морського перевезення за чартерами регламентований міжнародними нормами. Чартери можуть бути чистими й відкритими. Чистий чартер підписується без яких-небудь змін стандартної форми. Відкритий чартер - це документ, у якому не зазначені ні рід вантажу, ні пункт призначення.

Форми й проформи чартерів погоджуються і схвалюються в міжнародних морських організаціях, на конференціях. Усі чартери підрозділяються на 12 груп.

Другий вид договору перевезення виступає як бронювання морських і річкових судів і оформляється документом під назвою «коносамент». Договір перевезення по коносаментах застосовується в основному при лінійних сполученнях для перевезення генеральних (тарно-штучних) вантажів.

Договір морського перевезення на підставі коносаментів регулюється статутним правом, зокрема Законом про морське перевезення вантажів 1971 року, що вступив у дію 28.06.1977 р., і Правилами Гаага-Вісбі як додаток до Закону.

Коносамент має три функції: служить документом, що засвідчує наявність договору морського перевезення; є розпискою капітана чи його уповноваженого про прийняття вантажу; являє собою товаророзпорядчий документ, що дає право одержати вантаж тому, на кого він виписаний.

Коносамент буває трьох видів: іменний (вказується одержувач вантажу); на пред'явника; ордерний (виданий «за наказом відправника» або «за наказом одержувача»). У коносаменті фіксується обсяг належних перевізнику платежів, час і місце його видачі, кількість екземплярів, у тому числі оригіналів. Підписує коносамент капітан судна чи представник перевізника, уповноважений для цього. Коносамент входить у комплект документів, що надсилаються в банк чи одер-

жувачу для розрахунків за договором купівлі-продажу.

Складається коносамент на підставі підписаного відправником вантажу ордера на вантаж. При відправленні товару на експорт відправник передає порту експортне доручення з необхідними реквізитами.

Коносаменти бувають наскрізні й комбіновані. Наскрізні застосовують під час перевезення з одного порту в іншій з перевалкою вантажу в декількох проміжних пунктах. Комбіновані застосовують при контейнерних перевезеннях у змішаному повідомленні з використанням декількох видів транспорту.

При оформленні морських коносаментів на експортні вантажі відповідно до Уніфікованих правил і звичаїв для документарних акредитивів встановлено, що коносамент повинен бути «чистий» – clean. Банк чи покупець приймають до оплати тільки «чистий коносамент».

У випадку, коли вантаж перевізником ще не прийнятий чи не виданий коносамент, сторони можуть укласти договір перевезення, оформивши його документом за назвою букінг-нота. Договір на перевезення, оформлений цим документом, застосовують в основному при резервуванні місця на регулярних лінійних судах для перевезення дрібних партій вантажу.

Крім того, договір морського перевезення вантажів може бути укладений з умовою наданням для перевезення не тільки всього судна, але і його частини чи визначених місць вантажних приміщень судна.

Отже наявність і зміст договору морського перевезення можуть бути документовані чартером, коносаментом чи іншим письмовим доказом, що містить права й обов'язки сторін.

У березні 1978 р. в Гамбурзі була прийнята Конвенція ООН про морське перевезення вантажів («Гамбурзькі правила»), що розглянула ряд доповнень і до інших договорів перевезення, крім чартеру.

До транспортних засобів морського флоту відносяться судна для перевезення генеральних вантажів, контейнеровози, ліхтеровози, ролкери, пороми, танкери.

Частка вантажообігу залізничного транспорту в світовій зовнішній торгівлі

влі складає майже чверть від його загального обсягу.

Міжнародні залізничні перевезення здійснюються на підставі двосторонніх і багатосторонніх угод, що ухвалюються відповідними міністерствами держав-учасників угод. Перевезення проводяться за єдиним транспортним документом – міжнародною накладною СМГС. Це регламентовано Угодою про пряме залізничне вантажне повідомлення між залізницями країн Європи й Азії.

Накладна СМГС є договором перевезення вантажів і складається з п'яти аркушів у комплекті. На кожне повагонне відправлення виписується окрема накладна.

Основні умови міжнародних автомобільних вантажних перевезень регулюються Конвенцією про договір міжнародного дорожнього перевезення вантажів, яка підписана в 1956 р. Конвенція дозволяє визначити й регулювати основні комерційні умови міжнародних автомобільних вантажних перевезень.

Договір перевезення оформляється товарно-транспортною накладною.

Для перевезення вантажів між країнами використовуються в основному великовантажні автомобілі з кузовом фургонного типу. Деякі види автомобілів мають фургони, обладнані холодильними установками, що дозволяє їм перевозити швидкопсувні вантажі на міжнародних автотрасах.

Трубопровід являє собою транспортний засіб, що сполучається із шляхом, по якому переміщується вантаж. У міжнародних повідомленнях в основному використовують трубопроводи, по яких транспортують газ, нафту і продукти її переробки.

На повітряному транспорті зовнішньоторговельні вантажі приймаються до перевезення за кордон на основі договору перевезення і дозволу на вивіз. Для перевезення вантажів необхідно здійснювати попереднє бронювання літаків для передбачуваного обсягу перевезених вантажів.

Документом, що засвідчує укладання договору, є вантажна накладна міжнародного зразка. Оформлення накладної регламентоване Конвенцією про уніфікацію деяких правил, що відносяться до міжнародних авіаперевезень. Цей документ одержав назву «Варшавська конвенція». У 1955 р. в Гаазі Варшавсь-

ка конвенція була переглянута. Ця Конвенція стала додатком до Закону про авіаперевезення 1961 р., що набрав сили 1.06.1967 р. Вантажна накладна міжнародного зразка являє собою комплект, що складається з 12 екземплярів. З метою забезпечення міжнародного перевезення вантажів авіаперевізником оформляються вантажний і фрахтовий маніфести, фрахтовий рахунок, експедиторське свідчення про транспортування вантажів, повідомлення про прибуття вантажу, заяву-вимогу про відправлення та інші документи.

Тема 15. Маркетингові дослідження зовнішнього ринку при здійсненні експортно-імпортних операцій

1. Сутність, принципи й особливості міжнародного маркетингу.
2. Просування товарів на зовнішньому ринку і функції відділу маркетингу зовнішньоторговельного підприємства.

1. Маркетинг – це комплексна система організації виробництва і збуту продукції, орієнтована на задоволення конкретних споживачів і одержання прибутку на основі дослідження і прогнозування товарного ринку.

Товаровиробник, орієнтований на маркетинг, прагне виготовити товар індивідуалізованим, що більш повно відповідає запиту конкретної особистості чи підприємства. Маркетинг вимагає знань ринку і його кон'юнктури, гнучкої товарної політики, знань про покупця.

Головні принципи маркетингу:

1. Націленість на комерційний результат – оволодіння бажаною часткою ринку на основі визначеного терміну, ресурсів і відповідальності.
2. Комплексний підхід до досягнення висунутих фірмою цілей.
3. Максимальне пристосування до умов і вимог обраного ринку з одночасним цілеспрямованим впливом на нього.

4. Довгостроковий «обрій бачення» своїх цілей і відповідно до цього вибір напрямку діяльності.

Основною властивістю маркетингу є виробництво і продаж усіх тих товарів, що обов'язково будуть куплені. Ні в якому разі не можна намагатися нав'язувати покупцям будь-який зроблений фірмою товар.

Методи маркетингу пройшли тривалий шлях розвитку, вони постійно мінялися, удосконалювалися з урахуванням і відповідно до розвитку ринкових відносин.

В економічній літературі виділяються чотири періоди розвитку маркетингу, кожний з яких мав свої прийоми й способи:

1900-1930 рр. – «метод товарної орієнтації» – означає прагнення поліпшити якість товару, виходячи насамперед з власних уявлень виготовника про набір ко- рисних якостей товару, послуги;

1930-1950 рр. – «метод збутової орієнтації», тобто прагнення забезпечити максимум продажів завдяки рекламі та іншим методам;

1950-1960 рр. – «метод ринкової орієнтації» полягає у виділенні товарів, що користуються особливим попитом через високу споживчу вартість і забезпечення максимуму їхніх продажів.

З 60-х років і до нашого часу домінує метод – «маркетингове керування», що містить у собі такі прийоми:

- довгострокове (5-15 років) перспективне планування дій фірми;
- цілеспрямоване дослідження ринку, товару і покупців;
- використання комплексних методів формування попиту й оптимізації ринку збуту;
- орієнтація на товари ринкової новизни.

Становлять інтерес умови застосування маркетингу на міжнародному ринку:

- 1) глибоке насичення ринку товарами, перевищення пропозиції над попитом;
- 2) посилена боротьба за покупця через гостру конкуренцію;
- 3) вільні ринкові відносини - від вибору ринку до визначення ціни;

4) вільна діяльність на підприємстві за вирішенням всіх управлінських, фінансових, мотиваційних питань.

Маркетингове середовище фірми, підприємства – це сукупність активних сил і суб'єктів, що мають місце в самому підприємстві, фірмі і поза ними, що впливають на економічну ефективність діяльності.

Маркетингове середовище складається з мікро- і макросередовища.

Мікросередовище представлене силами, що мають безпосереднє відношення до самого підприємства і його можливостей з обслуговування клієнтів.

Більш докладно зупинимося на макросередовищі маркетингу. В його рамках знаходяться фірма і її постачальники, маркетингові посередники, клієнтура, конкуренти. Сили макросередовища дуже великі, вони або відкривають нові можливості, або створюють фірмі нові перешкоди. Ці сили зовнішнього середовища відносяться до некерованих факторів: закони, рішення урядів, митні правила і тарифи, поведінка конкурентів, їхні товари, ринкова кон'юнктура, винахідницька діяльність, природні умови, національні звичаї.

Основними завданнями фірми, підприємства є зусилля щодо зміни в потрібному напрямку факторів, які піддаються керуванню, і пристосування до діяльності, що не піддається впливу некерованих факторів.

Будь-який управлінський процес, у тому числі той, що орієнтується на маркетинг, починається з визначення мети. За призначенням мети, підприємства бувають:

- ринкові;
- маркетингові;
- структурно-управлінські;
- контрольні.

Незбиткова робота як межа фірми, підприємства досягається на основі диверсифікованості – виходу за рамки традиційних для фірми видів товарів і освоєння нових, що користуються успіхом.

Маркетингову інформацію підрозділяють на первинну, отриману від покупців, продавців та інших осіб на основі опитувань та інших методів дослід-

ження ринку; і вторинну, взяту з офіційних статистичних джерел, періодичної преси, наукових публікацій і звітів.

Для роботи з утворенням інформаційного забезпечення необхідно залучати самих кваліфікованих фахівців, що мають досвід роботи в зовнішньоторговельних комерційних підприємствах, а також осіб, які беруть участь у створенні досліджуваних товарів і послуг.

Прогнозування ринку – це вироблення об'єктивного, науково обгрунтованого, найбільш ймовірного за своєю суттю судження про перспективи розвитку ринку і можливих варіантів розвитку подій у майбутньому.

Методи прогнозування ринків поділяються на чотири групи: експертні оцінки, екстраполяції, логічні й математичні моделі, системні прогнози.

Експертні оцінки засновані на аналізі й узагальненні думок фахівців з якого-небудь питання.

Екстраполяції засновані на вивченні наявних на нинішній період часу закономірностей розвитку економічного процесу чи явища.

Логічне моделювання застосовується для якісного опису процесу і його розвитку.

При наявності достатніх обсягів статистичних даних зручніш за все використовувати економіко-математичне моделювання і ЕОМ.

Системне прогнозування дає можливість вивчати світовий ринок як складну ієрархічно організовану систему, що має визначену структуру і дуже складну взаємодію елементів.

При цьому використовують наступні методи прогнозування кон'юнктури ринку:

- методи експертних оцінок;
- методи статистичної екстраполяції, засновані на обліку тенденцій минулого періоду;
- методи економіко-математичного моделювання використовують багатofакторні моделі за кон'юнктурними показниками ринку;
- комбіновані методи - на основі сполучення різних груп методів.

Якісною основою прогнозування процесів, що відбуваються у світовій економіці, є аналіз закономірностей їхнього розвитку, вибір найбільш ймовірних чи альтернативних шляхів розвитку відповідно до певних цілей.

2. У компетенцію відділу маркетингу входить також здійснення таких функцій, як виконання замовлень, контроль за веденням розрахунків і платоспроможністю клієнтів.

Система збуту складається з так званої внутрішньої збутової організації і зовнішньої організації, що займається питаннями забезпечення відвідування співробітниками клієнтури (замовників).

У зовнішній збутовій організації працюють або підприємства, що служать (комівояжери), або торгові агенти (торгові представники), що одержують не зарплату, а комісійну винагороду з кожної торгової точки й угоди. Для підприємства це має свої плюси і мінуси. З одного боку, витрати на комівояжерів залежать від результатів їхньої роботи, а з іншого – існує обмежена можливість «диригувати» ними і контролювати їхню роботу.

Слід завжди пам'ятати, що у всіх випадках вирішальним фактором успіху збутової організації є також рівень професійної підготовки. Навіть сама гарна зовнішня збутова організація не може забезпечити досягнення високих результатів без необхідної внутрішньої організації.

Для реалізації промислових товарів на ринку вирішальними умовами є строге дотримання термінів постачання, високий рівень обслуговування, швидке постачання запасних частин і їхня постійна наявність на всіх ремонтних і обслуговуючих базах.

Експорт – це самостійна збутова діяльність на закордонному ринку, що вимагає спеціальних знань і організується як за видами продукції, так і за територіальною ознакою (по країнах чи регіонах). У звичному розумінні слова – це не що інше, як продаж товару в інші країни, що відрізняється від його реалізації на власному внутрішньому ринку умовами збуту, традиціями і звичаями, мовою і т. п.

Чим істотніші відмінності країн, тим більше експортні операції відрізняються одна від одної. Тому країни, які не сильно відрізняються своїм законодавством, мовою, звичаями, як правило, тісно зв'язані між собою в зовнішній торгівлі.

Успішне ведення експорту залежить від глибокого знання всіх умов зовнішнього ринку. Тому при здійсненні експортних операцій треба звертати увагу на такі умови:

- компетентність у правових питаннях;
- компетентність у фінансових питаннях;
- робота із закордонними покупцями;
- додаткові рекламні засоби;
- діловодство;
- правильний вибір збутової організації;
- регулювання ціни та ін.

Для конкретизації викладу питання про просування товарів на зовнішніх ринках достатньо розглянути чотири умовні ситуації:

- експортер має з імпортерами стійкі торгові зв'язки;
- експортер у минулому мав з імпортерами торгові зв'язки;
- експортер не мав з імпортером торгових зв'язків, але знає, що товари входять у коло інтересів споживача;
- експортер не знає споживачів свого товару.

У першій ситуації для експортера головним завданням є збереження зв'язків з імпортерами. Важливо також розширювати своє співробітництво, збільшуючи обсяг продажів.

Імпортери повинні бути регулярно ознайомлені із зростанням технічного рівня виробів і поліпшенням якості товарів; сприятливі для них умови торгівлі повинні бути стійкими, що дозволяють збільшувати обсяг закупівель.

У другій ситуації слід пам'ятати про те, що повернення до старих контрагентів здійснити складніше, ніж залучити нових. Тому важливо підвищити якість

товару, поліпшити умови постачань, удосконалити технічне обслуговування, провести ряд ефективних заходів з реклами.

Експортери направляють колишнім контрагентам ініціативні комерційні пропозиції, що не мають твердого характеру й обмежені за часом дії.

Головне завдання на першому етапі в роботі з визначеним числом майбутніх покупців товарів – це створити інтерес до експортера. Конкретні умови обговорюються пізніше, коли вже виявлені контрагенти.

Найбільшою свободою діяльності володіє продавець у четвертій ситуації. Отже експортери не знають своїх споживачів. Що робити?

У першу чергу необхідні маркетингові дослідження сегментації ринку, що дозволяють виявити найбільш кращі регіони, а в них – покупців. Треба також вивчити систему збуту в цих регіонах, основних посередників, оптову і роздрібну мережу. І тільки потім варто вирішувати завдання відповідно до третьої ситуації.

Фактично у всіх ситуаціях, що дозволяють систематизовано підійти до організації руху товарів на зовнішньому ринку, велике коло проблем вирішується за допомогою реклами.

Тема 16. Економічна ефективність ЗЕД

1. Сутність і основні показники зовнішньоторговельної діяльності підприємства.
2. Показники ефективності зовнішнього інвестування і кредитування
3. Інтегральні показники ефективності ЗЕД.

1. На макроекономічному рівні економічна ефективність зовнішньої торгівлі відображається в економії національної праці, що досягається країною у результаті її участі в міжнародному поділі праці й зовнішньоторговельному товарообігу. Більш конкретно це характеризують коефіцієнти експортної та імпортової участі держави в торгівлі.

Коефіцієнт експортної участі відображається формулою

$$K_e = E / \text{ВВП},$$

де E – сума національного експорту,

ВВП – сума відповідного макроекономічного показника.

Коефіцієнт імпоротної участі відображається формулою:

$$K_i = I / \text{ВВП},$$

де I – сума національного імпорту.

На мікроекономічному рівні під зовнішньоторговельною ефективністю розуміють насамперед ступінь зростання доходу від операцій, зокрема прибутку.

До основних показників відносяться такі:

- зростання прибутку від реалізації продукції, балансового й чистого прибутку;
- рентабельність торгівлі в цілому, експорту та імпорту окремо.

Прибуток від реалізації в t -му році можна розрахувати за формулою

$$\Pi = \text{ВВ}t \times K + \text{ВР}t - \text{С}t,$$

де $\text{ВВ}t$ – валютна виручка від реалізації з відрахуванням валютних витрат на гарантійне технічне обслуговування і ремонт у іноземного споживача у t -му році;

K – офіційний валютний курс НБУ;

$\text{ВР}t$ – виручка від реалізації на внутрішньому ринку;

$\text{С}t$ – повна собівартість усієї продукції, що реалізована.

Балансовий прибуток розраховується як сума прибутку від реалізації та позареалізаційних прибутків від ЗЕД за відрахуванням сплат за кредит, зокрема відсотки й штрафи.

Чистий прибуток є різницею між балансовим прибутком і податком на прибуток.

Ми свідомо не врахували особливості повернення ПДВ експортерам та інші податкові пільги й зобов'язання.

Рентабельність зовнішньоторговельних операцій розраховується як відношення обраного показника прибутку до повної собівартості.

Ефективність експорту в загальному вигляді має таке вираження:

$$E = (Це / Цое) > 1,$$

де $Це$ – чистий гривневий еквівалент валютної виручки за товар, що експортується, за відрахуванням додаткових витрат, які пов'язані з оформленням експортної операції.

Наведемо ще формулу:

$$Це = ВВ \times К - Де - Ме,$$

де $ВВ$ – валютна виручка за реалізацію даного товару;

$К$ – курс валют;

$Де$ – додаткові витрати, які пов'язані з експортом;

$Ме$ – митні платежі за експорт.

$Цое$ – оптова внутрішня гривнева ціна товару без ПДВ і акцизного збору.

Рентабельність експорту визначається за формулою

$$Ре = (Це / Се) \times 100\%,$$

де $Се$ – повна собівартість експортного товару.

Методика визначення ефективності імпорту залежить від мети імпортування і має два підходи.

Перший підхід характерний для ситуації купівлі товару виробничого призначення іноземного походження як альтернативи закупці на внутрішньому ринку. У даному разі імпортер порівнює власні зовнішньоторговельні витрати з внутрішньою оптовою ціною аналогічного товару. Ефективність імпоротної операції визначається так:

$$E_i = Цоі / Ці,$$

де $Цоі$ – оптова ціна внутрішнього ринку;

$Ці$ – грошові витрати імпортера на закупку даного товару з урахуванням митних та інших витрат на легалізацію зовнішньоторговельної операції.

Імпорт є ефективним, якщо $E_i > 1$.

Другий підхід використовується при імпорті товару з метою подальшого перепродажу на внутрішньому ринку. При реалізації в оптовій торгівлі імпортер отримує оптову ціну з ПДВ. Але він сплачує не повну величину, а різницю між податковим зобов'язанням і податковим кредитом, зокрема сум ПДВ, які були сплачені при митній очистці товару. Тому чиста виручка імпортера при реалізації в оптової ланці складатиме $Ц_{oi} - ПДВ_{бюдж}$. Показник ефективності імпорту визначається так:

$$E_i = (Ц_{oi} - ПДВ_{бюдж}) / Ц_i,$$

де $Ц_i$ – повні витрати на оприбуткування імпортного виробу.

Зрозуміло, що операція вважається ефективною при $E_i > 1$.

Якщо імпортер реалізує товар через роздрібну торгівлю, то чиста виручка $Ц_{ri}$ повинна зменшитися на $ПДВ_{бюдж}$ як різницю між податковим зобов'язанням і податковим кредитом, але останній не враховує податкові сплати на митниці. Показник ефективності імпорту виглядає так:

$$E_i = (Ц_{ri} - ПДВ_{бюдж}) / Ц_i.$$

Як і раніше, ефективною є операція з $E_i > 1$.

2. Показники ефективності інвестування докладно проаналізовані в посібнику «Управління зовнішньоекономічною діяльністю» за редакцією А. Кредісова. Тому пропонується самостійний аналіз таких показників:

- 1) оцінка чистої сьогоденної вартості (ЧСВ);
- 2) внутрішня норма рентабельності (ВНР);
- 3) метод періоду повернення вкладених інвестицій (ППВІ);
- 4) балансова норма рентабельності (БНР);
- 5) індекс прибутковості (ІП).

Розглянемо кредитний аспект зовнішньоторговельної діяльності. Унаслідок того, що підсумки й витрати при кредитних відносинах розірвані в часі й змінюються протягом терміну кредиту, вони набувають несумірність. Тому різночасові витрати й підсумки необхідно привести до однієї часової бази, наприклад до року поставки товару. Формула приведення до року T валютної вируч-

ки при експорті й валютних витрат при імпорті в разі кредиту з урахуванням відсотків виглядає таким чином:

$$B = (Sot + Sgt \times Pk) \times (1 + Pn),$$

- де B – валютна виручка від експорту в кредит з приведенням до року T ;
 Sot – валютна виручка в рахунок погашення основного боргу в t -й рік;
 Sgt – сума заборгованості за попередню сплату відсотків у t -й рік;
 Pk – річний відсоток за кредит;
 Pn – норматив рентабельності або банківський відсоток за позику експортеру;
 T – рік приведення валютної виручки;
 t – рік здійснення платежів у рахунок погашення кредиту і сплати відсотків.

Експорт на кредитних умовах у більшості дає менший ефект, ніж повний розрахунок під час реалізації, але часто тільки товарний кредит дає можливість реального збуту. Імпорт на кредитних умовах, навпаки, підвищує показник ефективності.

Докладніше проаналізуємо умову валютної самостійності підприємства з іноземними інвестиціями. Вказана самостійність забезпечується при виконанні нерівності

$$Vzt + Bvt + Wvt + Vvt > Cvt + Kvt + Bvt + Pivt \times (1 - q) + Zivt + Zivpt,$$

- де Vzt – залишок іноземної валюти на рахунку підприємства з іноземними інвестиціями;
 Bvt – виручка в інвалюті від реалізації в t -му році;
 Wvt – надходження від сплати відсотків за використання вільних валютних коштів підприємства;
 Vvt – кредит в інвалюті, одержаний в t -му році;
 Cvt – витрати в інвалюті на оплату елементів собівартості в t -му році;
 Kvt – капітальні витрати на розвиток і модернізацію в інвалюті в t -му році;
 Bvt – виплати підприємства по інвалютним кредитам у t -му році;

P_{ivt} – прибуток іноземного партнера, який переказується за кордон в інвалюті в t -му році;

q – ставка податку на переказ прибутку за кордоном;

Z_{ivt} – зарплата іноземців, що сплачується в інвалюті або переказується у валютному вигляді за кордон у t -му році;

Z_{ivpt} – сума в інвалюті, що переказується за кордон на пенсійне забезпечення іноземних робітників у t -му році.

3. Інтегральний ефект діяльності підприємства, зокрема з іноземними інвестиціями при відокремленні ефективності участі вітчизняного й іноземного партнерів визначається за формулою

$$E_{int} = (D_t - V_t) \times (1 / (1 + E)^{t-1}),$$

де E_{int} – показник інтегрального ефекту або підприємства в цілому, або кожного учасника окремо;

D_t – показник доходів у t -му році;

V_t – показник витрат у t -му році;

E – коефіцієнт дисконтування щодо визначення ступеня зниження цінності витрат і надходжень t -го року в міру їх віддалення від першого року розрахункового періоду.

Використання коефіцієнта дисконтування здійснюється згідно міжнародній практиці оцінки ефективності інвестицій, зокрема рекомендаціями ЮНІДО щодо підготовки промислових техніко-економічних досліджень.

Можливе використання таких значень E :

- для розрахунку інтегрального макроекономічного національного ефекту – 0,1 (E_n);
- для визначення ефекту діяльності підприємства в цілому – рівень рентабельності кращих вітчизняних підприємств аналогічного профілю або процентна ставка на довготерміновому ринку капіталів країни іноземного партнера;
- для розрахунку ефекту витрат вітчизняного учасника – галузевий норматив ефективності капіталовкладень;
- для визначення інтегрального ефекту витрат іноземного партнера – процентна ставка на довготерміновому ринку капіталів його країни.

Рекомендована література

1. Митний кодекс України від 11.07. 2002. - К. Техніка, 2002.
2. Цивільний кодекс України від 16.01. 2003. – К.: Техніка, 2001.
3. Про зовнішньоекономічну діяльність: Закон України від 16.04.1991// Вісник Верховної Ради України. – 1991. - № 29.
4. Про режим іноземного інвестування: Закон України від 19.03.1996 // Галицькі контракти. – 1996. - № 20.
5. Про порядок здійснення розрахунків у іноземній валюті: Закон України від 23.09.1994. – К., 1994.
6. Про єдиний митний тариф: Закон України від 6.02.1996 // Галицькі контракти. – 1996. - № 10.
7. Про митний тариф України: Закон України від 5.04.2001 // Відомості Верховної Ради України. – 2001.- № 24.
8. Масенко В.К. Валютно-фінансовий механізм зовнішньоекономічної діяльності: Навч. посібник. – К.: Центр навч. літ-ри, 2004. – 216 с.
9. Внешнеэкономическая деятельность предприятий: Учебник для вузов / Под ред. Л.Е. Стровского. – 3-е изд., перераб. и доп. – М: ЮНИТИ, 2003. – 847 с.
10. Гребельник О.П. Митне регулювання зовнішньоекономічної діяльності: Підручник. – К.: Центр навч. літ-ри, 2005. – 696 с.
11. Гребельник О.П. Основи зовнішньоекономічної діяльності: Підручник. – К.: Центр навч. літ-ри, 2007. – 384 с.
12. Дідьківський М.І. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: Навч. посібник – К.: Знання, 2006. – 462 с.
13. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: Підручник для вузів / Багрова І.В., Редіна Н.І., Власюк В.Є., Гетьман О.О.; За ред. проф. І.В. Багрової. – К.: Центр навч. літ-ри, 2004. – 580 с.
14. Івасів Б.С. Міжнародні розрахунки: Підручник. – Тернопіль: Карт-бланш, 2007. – 223 с.

15. Кавторєва Я. Все про організацію та облік ЗЕД. – Харків: Фактор, 2004. – 320 с.
16. Каніщенко О.Л. Міжнародний маркетинг: Навч. посібник – К.: Політехніка, 2003. – 214 с.
17. Козик В.В., Панкова Л. А., Даниленко Н.Б. Міжнародні економічні відносини: Навч. посібник. 4-те вид. – К: Знання-Прес, 2004. – 406 с.
18. Козик В.В., Панкова Л.А., Карп'як Я.С., Григор'єв О.Ю., Босак О.А., Зовнішньоекономічні операції і контракти: Навч. посібник. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К.: Центр навч. літ-ри, 2004. – 608 с.
19. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: Підручник / За ред. О.А. Кириченка. – К.: Знання, 2005. – 493 с.
20. Новицький В.Є. Міжнародна економічна діяльність України: Підручник. – К.: КНЕУ, 2007. – 948 с.
21. Прокушев Е.Ф. Внешнеэкономическая деятельность. Инкотермс 2000: Уч. пособие. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: Изд.-торг. корпорация «Дашков и К^о», 2004. – 307 с.
22. Рум'янцев А.П., Рум'янцева Н.С Зовнішньоекономічна діяльність: Навч. посібник. – К.: Центр навч. літ-ри, 2004. – 384 с.
23. Саллі В.І. , Трифонова О.В. , Швець В.Я. Основи зовнішньоекономічної діяльності: Навчальний посібник. – К.: ВД «Професіонал», 2003, – 176 с.
24. Трусєв О., Рудяк Ю., Голубєнко В. Довідник ЗЕДівця. – 2-ге вид., перероб. і доп. – Харків: Фактор, 2008. – 656 с.
25. Управління зовнішньоекономічною діяльністю: Навч. посібник / За ред. проф. А.І. Кредієва. – К.: ВІРА-Р, 2002. – 448 с.

Навчальне видання

Конспект лекцій з дисципліни «Зовнішньоекономічна діяльність» для студентів 4 курсу денної форми навчання спеціальностей 6.050400 «Туризм», «Готельне господарство»

Автори: Євген Перович Данильченко,
Ігор Анатолійович Островський,
Олександр Анатолійович Шекшуєв

Редактор: М.З. Аляб'єв

План 2009, поз. 135 Л

Підп. до друку 28.04.2009	Формат 60x84 1/16	Папір офісний.
Друк на ризографі.	Умовн.-друк. арк. 5,4	Обл.-вид. арк. 5,9
Тираж 100 прим.	Замовл. №	

61002, Харків, ХНАМГ, вул. Революції, 12

Сектор оперативної поліграфії ЦНІТ ХНАМГ
61002, Харків, ХНАМГ, вул. Революції, 12