

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
МІСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА імені О. М. БЕКЕТОВА

М. С. Наумов

СУТНІСТЬ ТА ОСНОВНІ ФОРМИ
ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ФІРМИ

ТЕКСТИ ЛЕКЦІЙ

*(для студентів спеціальностей 051 – Економіка, 071 – Облік і оподаткування,
076 – Підприємництво, торгівля та біржова діяльність)*

Харків
ХНУМГ ім. О. М. Бекетова
2018

Наумов М. С. Сутність та основні форми зовнішньоекономічної діяльності фірми»: тексти лекцій для студентів спеціальностей 051 – Економіка, 071 – Облік і оподаткування, 076 – Підприємництво, торгівля та біржова діяльність / М. С. Наумов ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2018. – 61 с.

Укладач канд. екон. наук, доц. М. С. Наумов

Рецензент

І. А. Островський, кандидат економічних наук, доцент Харківського національного університету міського господарства імені О. М. Бекетова

Рекомендовано кафедрою економічної теорії, протокол № 10 від 17 травня 2018 р.

ЗМІСТ

Передмова.....	4
Змістовий модуль 1 Теоретичні основи зовнішньоекономічної діяльності..	5
Тема 1 Зовнішньоекономічна діяльність та її роль у розвитку національної економіки.....	5
Тема 2 Основні напрями і показники розвитку зовнішньоекономічної діяльності в Україні.....	13
Змістовий модуль 2 Фінансові аспекти зовнішньоекономічної діяльності фірми.....	20
Тема 3 Міжнародні розрахунки і банківське обслуговування зовнішньоекономічної діяльності.....	20
Тема 4 Ціноутворення у зовнішньоекономічній діяльності підприємства.....	25
Тема 5 Ризики у зовнішньоекономічній діяльності та їх страхування.....	36
Змістовий модуль 3 Особливості зовнішньоекономічної діяльності фірми.....	42
Тема 6 Форми виходу підприємств на зовнішні ринки.....	42
Тема 7 Основні види зовнішньоторговельних операцій.....	47
Тема 8 Економічний аналіз зовнішньоекономічної діяльності підприємства.....	55
Список джерел.....	61

ПЕРЕДМОВА

Економіка світового господарства забезпечила підприємствам більший, ніж будь-коли, доступ до ринків усього світу. Товари продаються у ширшому ряді країн, у більших обсягах і різноманітті. Вихід підприємства на зовнішні ринки сприяє пристосуванню економіки до системи світогосподарських відносин, формуванню економіки відкритого типу. Саме тому розвиток зовнішньоекономічної діяльності фірми є вагомим чинником підвищення ефективності господарської діяльності як на мікро-, так і на макрорівні.

Але із зростанням обсягів і складності міжнародних торгових відносин, зростає й можливість виникнення непорозумінь та витратних спорів. У таких умовах створення високоефективного механізму функціонування зовнішньої економіки України потребує належної підготовки спеціалістів у цій галузі. Дисципліна «Сутність та основні форми зовнішньоекономічної діяльності фірми» – це професійно орієнтована дисципліна, яка є підґрунтям для формування системи теоретичних знань і професійних навичок майбутніх фахівців у сфері економіки.

Предметом вивчення навчальної дисципліни є сукупність господарських, економічних, правових, фінансових відносин у сфері економічної діяльності між підприємствами України – суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності та іноземними фірмами як на території України, так і за її межами.

Метою викладання навчальної дисципліни є засвоєння теоретичних основ зовнішньоекономічної діяльності, набуття системних знань і навичок щодо забезпечення економічної ефективності зовнішньоекономічної діяльності у різних сферах діяльності.

Основними завданнями вивчення дисципліни є з'ясування специфіки механізму функціонування зовнішньоекономічної діяльності в Україні на сучасному етапі; вивчення нормативної бази щодо регулювання зовнішньоекономічної діяльності підприємств; дослідження методів оцінки тенденцій, суперечностей та доцільності діяльності у визначенні головних напрямків зовнішньоекономічної діяльності для підприємств різних форм власності, що є суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності; розуміння специфіки запровадження різних форм виходу на зовнішні ринки; ознайомлення з основними процедурами щодо укладання зовнішньоекономічних контрактів; вивчення методів і способів визначення ефективності укладених угод і зовнішньоекономічної діяльності підприємства в цілому.

На знання, отримані студентами в процесі вивчення дисципліни «Сутність та основні форми зовнішньоекономічної діяльності фірми», спираються такі предмети, як «Митне та валютне регулювання» та «Організація, техніка підготовки та виконання зовнішньоекономічних контактів».

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Тема 1 Зовнішньоекономічна діяльність та її роль у розвитку національної економіки

1 Сутність поняття «зовнішньоекономічна діяльність», основні види зовнішньоекономічної діяльності

2 Характеристика митних режимів

3 Причини розвитку зовнішньоекономічної діяльності

4 Принципи здійснення зовнішньоекономічної діяльності

5 Поняття суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності. Право на здійснення зовнішньоекономічної діяльності

1.1 Сутність поняття «зовнішньоекономічна діяльність», основні види зовнішньоекономічної діяльності

Згідно статті 1 Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність» *зовнішньоекономічна діяльність* – це діяльність суб'єктів господарської діяльності України та іноземних суб'єктів господарської діяльності, побудована на взаємовідносинах між ними, що має місце як на території України, так і за її межами.

Стаття 4 цього Закону визначає *види зовнішньоекономічної діяльності*, які здійснюються в Україні суб'єкти такої діяльності. До них належать:

- експорт та імпорт товарів, капіталів та робочої сили;
- надання суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності України послуг іноземним суб'єктам господарської діяльності, в тому числі: виробничих, транспортно-експедиційних, страхових, консультаційних, маркетингових, експортних, посередницьких, брокерських, агентських, консигнаційних, управлінських, облікових, аудиторських, юридичних, туристських та інших, що прямо і виключно не заборонені законами України; надання вищезазначених послуг іноземними суб'єктами господарської діяльності суб'єктам зовнішньоекономічної діяльності України;
- наукова, науково-технічна, науково-виробнича, виробнича, навчальна та інша кооперація з іноземними суб'єктами господарської діяльності; навчання та підготовка спеціалістів на комерційній основі;
- міжнародні фінансові операції та операції з цінними паперами у випадках, передбачених законами України;
- кредитні та розрахункові операції між суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності та іноземними суб'єктами господарської діяльності; створення суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності банківських, кредитних та страхових установ за межами України; створення іноземними суб'єктами господарської діяльності зазначених установ на території України у випадках, передбачених законами України;
- спільна підприємницька діяльність між суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності та іноземними суб'єктами господарської

діяльності, що включає створення спільних підприємств різних видів і форм, проведення спільних господарських операцій та спільне володіння майном як на території України, так і за її межами;

- підприємницька діяльність на території України, пов'язана з наданням ліцензій, патентів, ноу-хау, торговельних марок та інших нематеріальних об'єктів власності з боку іноземних суб'єктів господарської діяльності; аналогічна діяльність суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності за межами України;

- організація та здійснення діяльності в галузі проведення виставок, аукціонів, торгів, конференцій, симпозіумів, семінарів та інших подібних заходів, що здійснюються на комерційній основі, за участю суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності; організація та здійснення оптової, консигнаційної та роздрібною торгівлі на території України за іноземну валюту у передбачених законами України випадках;

- товарообмінні (бартерні) операції та інша діяльність, побудована на формах зустрічної торгівлі між суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності та іноземними суб'єктами господарської діяльності;

- орендні, в тому числі лізингові, операції між суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності та іноземними суб'єктами господарської діяльності;

- операції по придбанню, продажу та обміну валюти на валютних аукціонах, валютних біржах та на міжбанківському валютному ринку;

- роботи на контрактній основі фізичних осіб України з іноземними суб'єктами господарської діяльності як на території України, так і за її межами; роботи іноземних фізичних осіб на контрактній оплатній основі з суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності як на території України, так і за її межами;

- інші види зовнішньоекономічної діяльності, не заборонені прямо і у виключній формі законами України.

Посередницькі операції, при здійсненні яких право власності на товар не переходить до посередника (на підставі комісійних, агентських договорів, договорів доручення та інших), здійснюються без обмежень.

1.2 Характеристика митних режимів

З метою застосування законодавства з питань державної митної справи в Україні запроваджуються такі митні режими.

Імпорт (випуск для вільного обігу) – це митний режим, відповідно до якого іноземні товари після сплати всіх митних платежів, встановлених законами України на імпорту цих товарів, та виконання усіх необхідних митних формальностей випускаються для вільного обігу на митній території України.

Реімпорту – це митний режим, відповідно до якого товари, що були вивезені або оформлені для вивезення за межі митної території України, випускаються у вільний обіг на митній території України зі звільненням від сплати митних платежів, встановлених законами України на імпорту цих

товарів, та без застосування заходів нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності.

Експорт (остаточне вивезення) – це митний режим, відповідно до якого українські товари випускаються для вільного обігу за межами митної території України без зобов'язань щодо їх зворотного ввезення.

Реекспорт – це митний режим, відповідно до якого товари, що були раніше ввезені на митну територію України або на територію вільної митної зони, вивозяться за межі митної території України без сплати вивізного мита та без застосування заходів нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності.

Транзит – це митний режим, відповідно до якого товари та/або транспортні засоби комерційного призначення переміщуються під митним контролем між двома органами доходів і зборів України або в межах зони діяльності одного органу доходів і зборів без будь-якого використання цих товарів, без сплати митних платежів та без застосування заходів нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності.

Тимчасове ввезення – це митний режим, відповідно до якого іноземні товари, транспортні засоби комерційного призначення ввозяться для конкретних цілей на митну територію України з умовним повним або частковим звільненням від оподаткування митними платежами та без застосування заходів нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності і підлягають реекспорту до завершення встановленого строку без будь-яких змін, за винятком звичайного зносу в результаті їх використання.

Тимчасове вивезення - це митний режим, відповідно до якого українські товари або транспортні засоби комерційного призначення вивозяться за межі митної території України з умовним повним звільненням від оподаткування митними платежами та без застосування заходів нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності і підлягають реімпорту до завершення встановленого строку без будь-яких змін, за винятком звичайного зносу в результаті їх використання.

Митний склад – це митний режим, відповідно до якого іноземні або українські товари зберігаються під митним контролем із умовним повним звільненням від оподаткування митними платежами та без застосування заходів нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності.

Вільна митна зона – це митний режим, відповідно до якого іноземні товари ввозяться на територію вільної митної зони та вивозяться з цієї території за межі митної території України із звільненням від оподаткування митними платежами та без застосування заходів нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності, а українські товари ввозяться на територію вільної митної зони із оподаткуванням митними платежами та застосуванням заходів нетарифного регулювання.

Безмитна торгівля – це митний режим, відповідно до якого товари, не призначені для вільного обігу на митній території України, знаходяться та реалізуються для вивезення за межі митної території України під митним контролем у пунктах пропуску (пунктах контролю) через державний кордон

України, відкритих для міжнародного сполучення, та на повітряних, водних або залізничних транспортних засобах комерційного призначення, що виконують міжнародні рейси, з умовним звільненням від оподаткування митними платежами, установленими на імпорт та експорт таких товарів, та без застосування до них заходів нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності.

Переробка на митній території – це митний режим, відповідно до якого іноземні товари піддаються у встановленому законодавством порядку переробці без застосування до них заходів нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності, за умови подальшого реекспорту продуктів переробки.

Переробка за межами митної території – це митний режим, відповідно до якого українські товари піддаються у встановленому законодавством порядку переробці за межами митної території України без застосування заходів нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності, за умови повернення цих товарів або продуктів їх переробки на митну територію України у митному режимі імпорту.

Знищення або руйнування – це митний режим, відповідно до якого іноземні товари під митним контролем знищуються або приводяться у стан, який виключає можливість їх використання, з умовним повним звільненням від оподаткування митними платежами, установленими на імпорт цих товарів, та без застосування заходів нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності.

Відмова на користь держави – це митний режим, відповідно до якого власник відмовляється від іноземних товарів на користь держави без будь-яких умов на свою користь.

1.3 Причини розвитку зовнішньоекономічної діяльності

Причини розвитку зовнішньоекономічної діяльності є предметом дослідження багатьох економістів. Їхні результати можна згрупувати за напрямками економічних учень.

Згідно з ідеями *меркантилізму* основною метою зовнішньоекономічної діяльності є накопичення в країні істинного (на думку прихильників меркантилізму) багатства – золота, срібла тощо – шляхом обмеження імпорту та збільшення експорту.

Основні *класичні теорії* пояснюють причини зовнішньоекономічної діяльності, акцентуючи увагу на факторах пропозиції. Так, згідно з концепцією абсолютних переваг експортуватимуться ті товари, абсолютні витрати виробництва яких у розрахунку на одиницю продукції нижче, ніж у країні-партнері. Відповідно до концепції порівняльних переваг, експортуватимуться товари з відносно нижчими витратами виробництва. При цьому власник відносної (порівняльної) переваги повинен абсолютно спеціалізуватися на виробництві та збуті «виграшного» товару.

Обидві теорії мають істотний недолік: вони не пояснюють причини виникнення переваг. Зазначений недолік був подоланий у теоремі

Хекшера-Оліна, суть якої полягає в тому, що країна експортуватиме той товар, для виробництва якого інтенсивно використовується найбільш розповсюджений на її території фактор виробництва. Проте дослідження В. Леонт'єва свого часу мали неочікуваний висновок: трудомісткі країни експортують більш капіталомістку продукцію, а капіталомісткі – трудомістку. Ця невідповідність отримала назву Парадоксу Леонт'єва. Неодноразові спроби пояснити цей парадокс дали змогу не тільки підтвердити теорему Хекшера-Оліна, а й розвинули та збагатили її завдяки врахуванню додаткових обставин, які впливають на міжнародну спеціалізацію, зокрема таких:

- неоднорідність факторів виробництва, перш за все робочої сили, яка суттєво відрізняється за рівнем кваліфікації. У зв'язку з цим в експорті промислово розвинутих країн може відобразитися відносна надлишковість висококваліфікованої робочої сили і спеціалістів, у той час як країни, що розвиваються, експортують продукцію, яка потребує значних затрат некваліфікованої праці;

- значна роль природних ресурсів, що, як правило, використовуються у виробничому процесі тільки в поєднанні з великою кількістю капіталу (наприклад, у галузях добувної промисловості). Це певною мірою пояснює те, що експорт із багатьох країн, що розвиваються, і мають великі запаси природних ресурсів, капіталомісткий, хоча капітал у цих країнах і не є відносно надлишковим фактором;

- вплив на міжнародну спеціалізацію зовнішньоторговельної політики уряду. Ця політика може обмежувати імпорт і стимулювати розвиток внутрішнього виробництва та експорт продукції тих галузей, де інтенсивно використовуються відносно дефіцитні фактори виробництва.

На противагу класичним теоріям основні *кейнсіанські теорії* при дослідженні причин розвитку зовнішньоекономічної діяльності роблять наголос на факторах попиту. Зокрема, теорія перехресного попиту полягає в тому, що оптимальний результат експорту може бути досягнутий у тому випадку, коли інша країна матиме структуру попиту подібну до структури попиту країни походження товару. Відповідно до теорії реверсу попиту країна у зв'язку з потужним внутрішнім попитом може імпортувати товари незважаючи на відносно кращу забезпеченість факторами виробництва.

До основних *соціально-інституціональних теорій* зовнішньоекономічної діяльності відносяться теорія технологічного розриву, теорія життєвого циклу товару, теорія ефекту масштабу. Теорія технологічного розриву ґрунтується на тому, що кожна індустріальна країна здатна зробити прорив у будь-якому напрямі науки, техніки, технології, у результаті якого одержані винаходи можуть бути освоєні виробництвом. Такі процеси не збігаються у часі в різних країнах. Як наслідок ті країни, в яких були досягнуті технологічні переваги, отримують переваги конкурентні, що дає можливість отримувати монопольну ренту на світовому ринку. При цьому зазначена ситуація може виникнути за однакової ресурсної забезпеченості країн-учасниць світової торгівлі. Теорія життєвого циклу товару пояснює мотиви і спрямування зовнішньої торгівлі невідповідністю фаз життєвого циклу товарів у різних країнах. Сутність теорії

ефекту масштабу полягає у наступному: незважаючи на той факт, що певні країни володіють приблизно однаковим ресурсним потенціалом, товарообмін між ними буде вигідним за умов спеціалізації у галузях, яким властивий ефект масового виробництва, оскільки виникає можливість розширити виробництво і знизити витрати – реалізувати ефект масштабу.

1.4 Принципи здійснення зовнішньоекономічної діяльності

Суб'єкти господарської діяльності України та іноземні суб'єкти господарської діяльності при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності мають враховувати наступні *принципи*.

Принцип суверенітету народу України у здійсненні зовнішньоекономічної діяльності, що полягає у:

- виключному праві народу України самостійно та незалежно здійснювати зовнішньоекономічну діяльність на території України, керуючись законами, що діють на території України;

- обов'язку України неухильно виконувати всі договори і зобов'язання України в галузі міжнародних економічних відносин;

Принцип свободи зовнішньоекономічного підприємництва, що полягає у:

- праві суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності добровільно вступати у зовнішньоекономічні зв'язки;

- праві суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності здійснювати її в будь-яких формах, які прямо не заборонені чинними законами України;

- обов'язку додержувати при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності порядку, встановленого законами України;

- виключному праві власності суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності на всі одержані ними результати зовнішньоекономічної діяльності;

Принцип юридичної рівності і недискримінації, що полягає у:

- рівності перед законом всіх суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності, незалежно від форм власності, в тому числі держави, при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності;

- забороні будь-яких, крім передбачених цим Законом, дій держави, результатом яких є обмеження прав і дискримінація суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності, а також іноземних суб'єктів господарської діяльності за формами власності, місцем розташування та іншими ознаками;

- неприпустимості обмежувальної діяльності з боку будь-яких її суб'єктів, крім випадків, передбачених Законом України «Про зовнішньоекономічну діяльність»;

Принцип верховенства закону, що полягає у:

- регулюванні зовнішньоекономічної діяльності тільки законами України;

- забороні застосування підзаконних актів та актів управління місцевих органів, що у будь-який спосіб створюють для суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності умови менш сприятливі, ніж ті, які встановлені законами України;

Принцип захисту інтересів суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності, який полягає у тому, що Україна як держава:

- забезпечує рівний захист інтересів всіх суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності та іноземних суб'єктів господарської діяльності на її території згідно з законами України;
- здійснює рівний захист всіх суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності України за межами України згідно з нормами міжнародного права;
- здійснює захист державних інтересів України як на її території, так і за її межами лише відповідно до законів України, умов підписаних нею міжнародних договорів та норм міжнародного права;

Принцип еквівалентності обміну, неприпустимості демпінгу при ввезенні та вивезенні товарів.

1.5 Поняття суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності. Право на здійснення зовнішньоекономічної діяльності

Суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності в Україні є:

- фізичні особи – громадяни України, іноземні громадяни та особи без громадянства, які мають цивільну правоздатність і дієздатність згідно з законами України і постійно проживають на її території України;
- юридичні особи, зареєстровані як такі в Україні і які мають постійне місцезнаходження на території України (підприємства, організації та об'єднання всіх видів, включаючи акціонерні та інші види господарських товариств, асоціації, спілки, концерни, консорціуми, торговельні дома, посередницькі та консультаційні фірми, кооперативи, кредитно-фінансові установи, міжнародні об'єднання, організації та інші), в тому числі юридичні особи, майно та/або капітал яких є повністю у власності іноземних суб'єктів господарської діяльності;
- об'єднання фізичних, юридичних, фізичних і юридичних осіб, які не є юридичними особами згідно з законами України, але які мають постійне місцезнаходження на території України і яким цивільно-правовими законами України не заборонено здійснювати господарську діяльність;
- структурні одиниці іноземних суб'єктів господарської діяльності, які не є юридичними особами згідно з законами України (філії, відділення, тощо), але мають постійне місцезнаходження на території України;
- спільні підприємства за участю суб'єктів господарської діяльності України та іноземних суб'єктів господарської діяльності, зареєстровані як такі в Україні і які мають постійне місцезнаходження на її території;
- інші суб'єкти господарської діяльності, передбачені законами України.

Україна в особі її органів, місцеві органи влади і управління в особі створених ними зовнішньоекономічних організацій, які беруть участь у зовнішньоекономічній діяльності, а також інші держави, які беруть участь у господарській діяльності на території України, діють як юридичні особи.

Всі суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності мають рівне *право* здійснювати будь-які її види, прямо не заборонені законами України, незалежно від форм власності та інших ознак.

Фізичні особи мають право здійснювати зовнішньоекономічну діяльність з моменту набуття ними цивільної дієздатності згідно з законами України. Фізичні особи, які мають постійне місце проживання на території України, мають зазначене право, якщо вони зареєстровані як підприємці згідно з Законом України «Про підприємництво». Фізичні особи, які не мають постійного місця проживання на території України, мають зазначене право, якщо вони є суб'єктами господарської діяльності за законом держави, в якій вони мають постійне місце проживання або громадянами якої вони є.

Юридичні особи мають право здійснювати зовнішньоекономічну діяльність відповідно до їх статутних документів з моменту набуття ними статусу юридичної особи.

Втручання державних органів у зовнішньоекономічну діяльність її суб'єктів у випадках, не передбачених Законом України «Про зовнішньоекономічну діяльність», в тому числі і шляхом видання підзаконних актів, які створюють для її здійснення умови гірші від встановлених в Законі України «Про зовнішньоекономічну діяльність», є обмеженням права здійснення зовнішньоекономічної діяльності і як таке забороняється.

Згідно зі статтею 37 Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність» до суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності може бути застосовано санкцію у вигляді тимчасового зупинення права здійснення такої діяльності у випадках порушення цього Закону або пов'язаних з ним законів України, а також проведення дій, які можуть зашкодити інтересам національної економічної безпеки. Санкції, зазначені у цій статті, застосовуються центральним органом виконавчої влади з питань економічної політики за поданням органів доходів і зборів та контрольно-ревізійної служб, правоохоронних органів, органів Антимонопольного комітету України, національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг, та Національного банку України або за рішенням суду. Санкції, зазначені у цій статті, можуть бути застосовані до суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності або іноземних суб'єктів господарської діяльності протягом трьох років з дня виявлення порушення законодавства. Проте ніякі положення цієї статті не можуть тлумачитись як заборона фізичним, юридичним особам та іншим суб'єктам зовнішньоекономічної діяльності здійснювати між собою будь-які відносини, які не підпадають під визначення зовнішньоекономічної діяльності.

Суб'єкт зовнішньоекономічної діяльності, який одержав від цієї діяльності у власність кошти, майно, майнові і немайнові права та інші результати, має право володіти, користуватися і розпоряджатися ними за своїм розсудом. Вилучення результатів зовнішньоекономічної діяльності у власника у будь-якій оплатній або неоплатній формі без його згоди забороняється, за винятком випадків, передбачених законами України.

Здійснення видів зовнішньоекономічної діяльності за межами України підлягає регулюванню також законами відповідних держав. Всі суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності України мають право відкривати свої представництва на території інших держав згідно з їхніми законами, а також мають право на участь у міжнародних неурядових економічних організаціях.

Іноземні суб'єкти господарської діяльності, що здійснюють зовнішньоекономічну діяльність на території України, мають право на відкриття своїх представництв на території України. Акредитацію філій і представництв іноземних банків здійснює Національний банк України відповідно до Закону України «Про банки і банківську діяльність». Реєстрацію представництв інших іноземних суб'єктів господарської діяльності здійснює центральний орган виконавчої влади з питань економічної політики протягом шістдесяти робочих днів з дня подання іноземним суб'єктом господарської діяльності документів на реєстрацію.

Господарська (в тому числі зовнішньоекономічна) діяльність іноземних суб'єктів господарської діяльності на території України регулюється законами України щодо порядку здійснення іноземними особами господарської діяльності на території України. У разі, якщо зазначена діяльність пов'язана з іноземними інвестиціями, вона регулюється відповідними законами України.

Тема 2 Основні напрями і показники розвитку зовнішньоекономічної діяльності в Україні

- 1 Зовнішньоекономічна політика держави
- 2 Основні етапи розвитку зовнішньоекономічної діяльності в Україні
- 3 Характеристика основних показників розвитку зовнішньоекономічного сектора країни
- 4 Аналіз та оцінка сучасного стану зовнішньоекономічної діяльності України

2.1 Зовнішньоекономічна політика держави

В умовах ринкової економіки держава має виконувати певні функції, які компенсують так звані «відмови ринку», тобто регулювати ті сфери господарського життя, у яких ринок є безсилим. Для виконання таких функцій держава здійснює економічну політику із забезпечення країни суспільними благами, з підтримки досконалої конкуренції та боротьби з монополізмом, регулювання зовнішньоекономічного сектору та ін.

Зовнішньоекономічна політика є частиною економічної політики, яка у свою чергу є складовою політики держави взагалі, її цілі мають бути сумісними з цілями економічної політики та політики взагалі. Так само зовнішньоекономічні заходи мають бути сумісними із загальним політико-економічним та суспільно-політичним ладом у суспільстві. Певні зовнішньоекономічні цілі можуть розглядатися тільки як засіб або проміжна мета для досягнення стратегічної загальноекономічної або загальнополітичної

цілі.

Під зовнішньоекономічною політикою розуміють політичне оформлення міжнародних економічних зв'язків країни. При цьому міжнародні економічні відносини охоплюють всі економічні операції, які здійснюються між господарськими суб'єктами країни та їх іноземними партнерами (зокрема імпортом та експортом товарів, капіталу, послуг, а також транскордонний рух робочої сили та грошей).

Основою зовнішньоекономічної політики є теорія міжнародної економіки, яка займається визначенням основ зовнішньоекономічних операцій та досліджує їх вплив на господарські події в країні і за кордоном. Одержані при цьому знання є основою для формулювання цілей та прийняття рішень для ефективної зовнішньоекономічної політики.

Залежно від зовнішньоекономічної доктрини, цілей і участі держави в регулюванні зовнішньоекономічних відносин, його методів та інструментів розрізняють два основні види зовнішньоекономічної політики:

- фритредерство – політика вільної торгівлі з метою лібералізації зовнішньоекономічної діяльності, забезпечення вільного доступу на національний ринок товарів, капіталів, робочої сили тощо;
- протекціонізм – політика держави, спрямована на захист національної економіки від іноземної конкуренції.

Прагнення до *вільної торгівлі* є теоретично обґрунтованим. Класична теорія зовнішньої торгівлі стверджує, що запровадження вільної торгівлі підвищує добробут тих країн, які беруть у ній участь, і сприяє оптимальній алокації факторів виробництва та до вирівнюванню їх оплати. Оскільки мета вільної торгівлі є не тільки суспільно-політично, але й економічно раціональною, то через її реалізацію проявляються в повному обсязі переваги міжнародного поділу праці. Політика вільної торгівлі реалізується шляхом усунення всіх торговельних бар'єрів і відповідає ліберальній організації суспільства. Організаційно-політично ця мета кореспондується з уявленнями класичного лібералізму та сучасного неолібералізму та означає вільне функціонування ринкового господарства.

Мета вільної торгівлі для багатьох країн має характер ідеального стану, до якого в реальності ще дуже далеко, і проти принципів якого виступають певні політичні сили. Однак мета вільної торгівлі мала значний вплив на формування міжнародного торговельного порядку після Другої світової війни і до сьогодні є орієнтиром, на який рівняються у своїй зовнішньоекономічній політиці більшість країн. На практиці стан вільної торгівлі сьогодні забезпечується в рамках інтеграційних об'єднань. Економічна інтеграція народного господарства з економікою інших країн передбачає об'єднання (злиття) багатьох національних економік в один більш чи менш єдиний спільний економічний простір. При цьому бажаний ступінь єдності визначає ступінь інтеграції та її конкретні форми. Як свідчить світовий досвід, процес інтеграції проходить такі етапи: укладення преференційних торговельних угод, створення зони вільної торгівлі, створення митного союзу, створення спільного ринку, створення економічного союзу, створення політичного союзу.

Хоча економічна інтеграція однозначно підвищує рівень добробуту в країнах-членах за рахунок усунення перешкод для мобільності факторів виробництва, зниження витрат на зовнішньоекономічні операції та прискорення процесу оптимізації загальноекономічної алокації в рамках спільного інтеграційного простору, її не можна обґрунтувати виключно з економічних позицій. Чим вищим є досягнутий ступінь інтеграції, тим вищі інституціональні витрати інтеграції, насамперед політичні, у формі відмови від національного суверенітету.

Політика *протекціонізму*, на відміну від вільної торгівлі, передбачає активне втручання держави у функціонування зовнішньоекономічного сектору. При цьому застосовується сукупність правових, фінансово-економічних і організаційно-управлінських форм, методів та інструментів, за допомогою яких держава стимулює, координує і регламентує діяльність суб'єктів у сфері зовнішньоекономічних зв'язків відповідно до конкретних цілей та завдань.

2.2 Основні етапи розвитку зовнішньоекономічної діяльності в Україні

Виділяють три основні етапи розвитку зовнішньоекономічної діяльності в Україні.

Перший етап (1918–1987 роки). Зовнішньоекономічні зв'язки колишнього Радянського Союзу в цей період розвивалися по-різному: в роки холодної війни менш інтенсивно, а після її подолання – більш інтенсивно. Але в цілому обсяг зовнішньоторговельного обігу постійно збільшувався. Однак до середини 80-х років минулого століття темпи росту зовнішньоторговельного обігу Радянського Союзу почали різко падати. Підприємства не мали права самостійно виходити на зовнішні ринки. Всі питання, що стосувались зовнішньоекономічної діяльності, перебували у віданні держави і її органів, що максимально знижувало зацікавленість виробників у виробництві експортної продукції, поліпшенні її якості та технічних характеристик. Багато з названих негативних факторів були обумовлені переважно екстенсивним характером економічного росту, а також специфікою відповідних механізмів управління економікою, включаючи зовнішньоекономічні зв'язки. В умовах екстенсивного росту головним було досягнення кількісних результатів, а витрати виробництва, якість продукції, її конкурентоспроможність, технічний прогрес, соціальні проблеми відходили на другий план, що негативно позначалося на соціально-економічному розвитку країни.

Другий етап (1987–1991 роки) – роки перебудови економіки – характеризувався ліквідацією державної монополії на зовнішню торгівлю та зміною принципів організації управління ЗЕД. У цей період вирішувались два основні завдання:

- розширення прав міністерств та відомств, об'єднань і підприємств по виходу на зовнішній ринок, встановленню прямих зв'язків, розвитку виробничої й науково-технічної кооперації;
- подальше вдосконалення державного регулювання ЗЕД.

На даному етапі був прийнятий ряд важливих урядових постанов,

спрямованих на вирішення зазначених завдань. Велика увага приділялась перебудові зовнішньоторговельного управлінського апарату на рівні підприємств, регіонів та України в цілому. Склалась нова система державного регулювання ЗЕД. Однак, підприємства, що одержали право виходу на зовнішній ринок, не мали належного досвіду ведення експортно-імпортних операцій, було не достатньо знань в області ділових відносин та етики ведення міжнародного бізнесу.

Третій етап (починаючи з 1991 року і до теперішнього часу) – період реформування, розвитку та управління ЗЕД в Україні як суверенній державі. З одержанням незалежності та проведенням Україною самостійної зовнішньоекономічної політики була розроблена нова концепція її зовнішньоекономічної діяльності, яка полягала у розвитку активного співробітництва із країнами далекого зарубіжжя, входженні в світовий інтеграційний процес, а також у вдосконаленні та подальшому розвитку економічних зв'язків із країнами ближнього зарубіжжя, переході їх на ринкові відносини. На даному етапі ЗЕД розглядається не тільки як складова частина господарської діяльності підприємства, але й як важливий фактор економічного росту, створення передумов більш інтенсивного розвитку інтеграційних процесів на мікрорівні. За цей період значно збільшилося число суб'єктів, що здійснюють ЗЕД, зріс обсяг зовнішньоторговельного обігу, розширилася географія зовнішньоекономічних зв'язків. Уже на початку цього періоду були прийняті важливі законодавчі акти, що стосуються ЗЕД, зокрема: Закони України «Про зовнішньоекономічну діяльність», «Про Єдиний митний тариф», Декрети Кабінету Міністрів України «Про режим іноземного інвестування», «Про систему валютного регулювання й валютного контролю» та інші. 5 лютого 2008 року на засіданні Генеральної Ради Світової організації торгівлі було прийнято рішення про приєднання України до Марракеської угоди про заснування СОТ, того ж дня Президент України та керівники СОТ підписали угоду про вступ України до організації. 10 квітня 2008 року Верховна Рада ратифікувала протокол про вступ України до Світової організації торгівлі. Україна стала 152-им офіційним членом СОТ.

2.3 Характеристика основних показників розвитку зовнішньоекономічного сектора країни

Стан розвитку зовнішньоекономічного сектора країни характеризуються сукупністю економічних показників, які можна поділити на абсолютні, відносні, показники структури, а також показники інтенсивності й ефективності зовнішньоекономічної зв'язків країни.

До *абсолютних показників*, які характеризують обсяг зовнішнього товарообігу можна віднести:

Обсяг експорту товарів – обсяг вивезених товарів, робіт, послуг, результатів інтелектуальної діяльності, в тому рахунку виключних прав на них, з митної території країни за кордон без зобов'язання їх зворотного ввезення.

Обсяг імпорту товарів – обсяг ввезених товарів, робіт, послуг, результатів інтелектуальної діяльності, в тому рахунку виняткових прав на них,

на митну територію країни з-за кордону без зобов'язання про зворотне вивезення.

Реекспорт – вивезення раніше завезеного товарів, який не підлягали переробці.

Реімпорт – ввезення раніше вивезених товарів, які не підлягали переробці.

Зовнішньоторговельний оборот – сукупний обсяг експорту та імпорту за визначений період часу (як правило за рік).

Генеральна торгівля – вартість зовнішньоторговельного обороту та вартість транзитних товарів.

Спеціальна торгівля – чистий зовнішньоторговельний оборот, тобто продукція, завезена в країну або вивезена з неї.

Торговельне сальдо (сальдо торговельного балансу) – різниця між вартістю експорту та імпорту.

Відносні показники зовнішньоекономічних зв'язків

Динаміка експорту та імпорту – визначається через показники темпів росту та темпів приросту експорту, імпорту, зовнішньоторговельного обороту.

Коефіцієнт покриття імпорту експортом – визначається як відношення доходів від експорту до витрат на імпорт (вимірюється у відсотках).

Індекс умов торгівлі – відношення експортних цін країни до її імпортних цін. Якщо індекс розраховується по відношенню до великої сукупності товарів, то він визначається як співвідношення індексів експортних та імпортних цін.

Індекс імпортової залежності країни (імпортна квота) – розраховується як частка імпорту у валовому внутрішньому продукті країни і характеризує рівень залежності країни від імпорту товарів та послуг.

Індекс чистої торгівлі – показує по кожному з товарів (або товарній групі) рівень перевищення експорту над імпортом (при позитивному значенні індексу) або рівень перевищення імпорту над експортом (при від'ємному значенні індексу).

Показники структури зовнішньоекономічного сектора країни

Товарна структура – це показники розподілу експорту й імпорту за основними товарними позиціями. Даний показник дозволяє виявити ступінь розвитку економіки країни. Так, якщо в товарному експорті країни домінують готові вироби, функціонування економічної системи вважається ефективним, або країна на інтенсивному шляху розвитку. Якщо ж переважає сировина чи напівфабрикати – країна йде екстенсивним шляхом розвитку, тобто живе за рахунок майбутніх поколінь, використовуючи природні надра.

Географічна структура – це розподіл зовнішньоекономічних операцій за групами країн та регіонами. Даний показник характеризує ступінь розвитку зовнішньоекономічних відносин держави з іншими країнами світу та показує певну залежність держави від взаємовідносин з тією чи іншою країною.

Інституціональна структура – це розподіл зовнішньоекономічних зв'язків за суб'єктами та методами товарного обміну для визначення ефективності умов функціонування зовнішньоекономічного комплексу країни.

Індекс диверсифікації експорту – це індекс відхилення товарної

структури експорту країни від структури світового експорту. На його підставі не можна засвідчувати, що структура експорту однієї країни краща або гірша за аналогічну структуру іншої країни.

Індекс концентрації експорту (індекс Хіршмана) – показує, наскільки широкий спектр товарів експортує країна.

Показники інтенсивності та ефективності зовнішньоекономічних зв'язків країни

Платіжний баланс – це балансовий рахунок міжнародних операцій, вартісне вираження всього комплексу світогосподарських зв'язків країни у формі співвідношення надходжень та платежів, це агреговане віддзеркалення економічних відносин країни з рештою світу протягом певного періоду часу (рік, квартал, місяць). Платіжний баланс відображає стан зовнішньоекономічних зв'язків країни. У ньому зі знаком плюс відображається експорт товарів та послуг, одержані доходи та трансферти, зменшення фінансових активів, збільшення зобов'язань; зі знаком мінус – імпорт товарів і послуг, сплачені доходи та трансферти, збільшення фінансових активів, зменшення зобов'язань.

За характером операцій платіжний баланс поділяється на баланс поточних операцій (складається з торгового балансу, балансу послуг, балансу іноземного туризму та некомерційних операцій, балансу доходів і платежів по закордонних інвестиціях) та баланс руху капіталів.

У торговому балансі відображається співвідношення між експортом та імпортом товарів. Стан торгового балансу віддзеркалює економічне становище країни, ступінь залежності її від зовнішніх ринків. Сальдо торговельного балансу – це різниця між вартісним обсягом експорту й імпорту товарів окремої країни.

Баланс послуг – це платежі та надходження по фрахту, поштових, телефонних та телеграфних послугах, страхуванню та банківських послугах, передачі ноу-хау, орендній платі, різноманітних комісійних та ін.

Баланс розрахунків по іноземному туризму та некомерційних операціях – включає платежі та надходження по туризму, приватних та офіційних переказах, пенсіях, дарах, контрибуціях та репараціях, державних витратах на утримання іноземних представництв, субсидіях, наданню військової допомоги іншим державам, утриманню військових баз за кордоном тощо.

Баланс доходів та платежів по закордонних інвестиціях – відображає сплату відсотків та дивідендів імпортерами капіталу та їх отримання експортерами.

Баланс руху капіталів відображає платежі та надходження по експорту-імпорту державного та приватного короткострокового (кредити у товарній та грошовій формах терміном до одного року, ввіз та вивіз національної та іноземної валют) та довгострокового (купівля-продаж цінних паперів, надання або отримання довгострокових кредитів) капіталів.

Експорт на душу населення – розраховується як відношення обсягу експорту країни у звітному році до кількості населення у країні.

Імпорт на душу населення – це відношення обсягу експорту країни у

звітному році до кількості населення у країні.

Зовнішньоторговельний оборот на душу населення – відношення обсягу зовнішньоторговельного обороту у звітному році до кількості населення у країні.

2.4 Аналіз та оцінка сучасного стану зовнішньоекономічної діяльності України

Згідно з даними Державної служби статистики України, у 2016 році обсяг експорту України склав 46,23 млрд доларів, із них 36,362 млрд доларів – експорт товарів, 9,868 млрд доларів – експорт послуг. Обсяг імпорту був меншим – 44,577 млрд доларів (39,25 млрд доларів – імпорт товарів, 5,327 млрд доларів – імпорт послуг). Відповідно, зовнішньоторговельне сальдо було позитивним (+1,653 млрд доларів), тобто надходження валюти від зовнішньої торгівлі було більшим, ніж відтік. Зовнішньоторговельний оборот склав 90,806 млрд доларів. У 2017 році ситуація змінилась. Темпи росту імпорту (123,6 %) перевищили темпи росту експорту (116,8 %), що призвело до утворення негативного сальдо зовнішньої торгівлі.

У 2016 році експорт на душу населення становив 1083,36 долара, імпорт на душу населення – 1044,61 долара. Імпортна квота дорівнювала 47,7 %, що, з одного боку, свідчить про відкритість економіки України та використання переваг зовнішньої торгівлі, але з іншого – вказує на доволі сильну залежність від зовнішніх постачальників. Експортна квота становила 46,2 %, що говорить про серйозну залежність економіки країни від зовнішніх ринків збуту.

Основним торговельним партнером у 2016 році були країни Європейського Союзу, на які припадало 35,7 % українського експорту та 43,9 % імпорту. Питома вага країн Митного Союзу була майже вдвічі меншою – 17,6 % експорту та 20,1 імпорту. На решту країн припадає 46,7 % експорту й 36,0 % імпорту.

Найбільшою проблемою українського експорту є його сировинна спрямованість. Майже дві третини експорту товарів (74,8 %) припадає на десять товарних груп, а саме: чорні метали (19,9 % експорту товарів), зернові культури (16,7 %), жири та олії тваринного або рослинного походження (10,9 %), електричні машини (5,7 %), руди, шлак і зола (5,4 %), реактори ядерні, котли, машини (4,3 %), насіння і плоди олійних рослин (4,2 %), деревина і вироби з деревини (3,1 %), залишки і відходи харчової промисловості (2,7 %), вироби з чорних металів (1,9 %). Із них лише дві групи – «реактори ядерні, котли, машини» та «жири та олії тваринного або рослинного походження», які разом забезпечують 15,2 експорту товарів – не відносяться до сировинних. Таким чином, Україна не розвиває власну промисловість, а отримує валютну виручку, використовуючи надра.

Визначальною рисою українського імпорту є залежність від іноземних енергоносіїв – 20,0 % імпорту товарів припадає на групу «палива мінеральні; нафта і продукти її перегонки». Значну частку мають також групи «реактори ядерні, котли, машини» (11,9 %), «електричні машини» (8,2 %) та «засоби наземного транспорту, крім залізничного» (7,2 %).

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2 ФІНАНСОВІ АСПЕКТИ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ФІРМИ

Тема 3 Міжнародні розрахунки і банківське обслуговування зовнішньоекономічної діяльності

- 1 Сутність міжнародних розрахунків та способи платежу
- 2 Форми міжнародних розрахунків
- 3 Платіжні системи: SWIFT, CHIPS, TARGET

3.1 Сутність міжнародних розрахунків та способи платежу

Міжнародні розрахунки – це платежі по грошовим вимогам і зобов'язанням, 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. Таким чином, міжнародні розрахунки охоплюють зовнішню торгівлю товарами й послугами, а також некомерційні операції, кредити і рух капіталу між державами. Більша частина всіх міжнародних розрахунків здійснюється в процесі опосередкування міжнародних торгових угод.

Міжнародні розрахунки, з одного боку – це умови і порядок здійснення платежів, з іншого боку – щоденна практична діяльність банків по їхньому здійсненню. Сьогодні в зовнішньоторговельних операціях діє ціла система способів і форм платежів, що створює цілісний, гнучкий і динамічний механізм розрахунків. Основними суб'єктами міжнародних розрахунків являються експортери, імпортери й банки, що їх обслуговують. Вони вступають в певні відносини між собою з приводу руху товаросупроводжуючих документів і поточного оформлення платежів. При цьому головна роль в міжнародних розрахунках належить банкам. В сучасних умовах банки виступають не тільки в ролі посередників між експортерами й імпортерами. Вони виконують функції кредиторів, що фінансують зовнішньоторгові угоди, функції контролю, виступають також в ролі гарантів (в залежності від умов платежу). Банки можуть висувати свої вимоги до умов розрахунку і форм платежу, які експортери й імпортери зобов'язані приймати до уваги.

Способи платежу визначаються залежно від механізму оплати товару відносно моменту його фактичної поставки. Існують наступні способи платежу:

- Платіж готівкою – здійснюється через банк під час передання продавцем товаророзпорядчих документів або самого товару покупцю, тобто товар повністю оплачується від моменту його готовності до експорту до моменту його переходу в розпорядження покупцю. Платіж готівкою у міжнародному платіжному обороті не означає, що розрахунки ведуться наявними грошовими знаками (банкнотами). Вони практично тут не застосовуються. У цьому разі поняття «готівковий платіж» використовується як протиставлення авансовому і кредитному способам платежу. Платіж готівкою

кращий для фірми - експортера, оскільки забезпечує швидке одержання коштів за проданим товаром. Для фірми - імпортера платежі готівкою менш вигідні.

- Авансові перерахунки як спосіб платежу передбачають виплату покупцем погоджених у контракті сум до передання товаророзпорядчих документів і самого товару в розпорядження покупця. Авансовий платіж відіграє подвійну роль. З одного боку, авансом імпортер кредитує експортера, а з іншого – забезпечує виконання зобов'язань, узятих імпортером за контрактом. Якщо після виконання замовлення покупець відмовляється від приймання цього товару, експортер може використати аванс для відшкодування своїх збитків. Аванс може надаватися в грошовій і товарній формах. Аванс у товарній формі передбачає надання замовником-імпортером сировини і комплектуючих, необхідних для виконання замовлення (при цьому використовуються митні режими переробка на митній території або поза нею). Аванс у грошовій формі визначається у відсотках до контрактної вартості замовлення і передбачає сплату покупцем узгодженої за контрактом суми в рахунок належних за договором платежів до відвантаження товару (надання послуги), а іноді навіть до початку виконання контракту. Розмір авансу залежить від цілей, характеру, новизни і вартості товару. Як правило, аванс складає 15–20% вартості замовлення і виплачується після підписання контракту.

- Платіж у кредит передбачає, що покупець оплачує суму, обумовлену в контракті через якийсь час після поставки товару. Таким чином, продавець надає покупцеві комерційний (товарний) кредит. По тривалості комерційні кредити поділяються на короткострокові (до 1 року), середньострокові (1–5 років) і довгострокові (5–10 років і більше). У контракті обмовляється вартість кредиту, термін його погашення, пільговий період і ін. умови. Важливим питанням є питання про гарантію платежу. Гарантії бувають платіжні і договірні. Платіжні гарантії захищають інтереси продавця, договірні – покупця. Широке поширення комерційного кредиту в зовнішній торгівлі обумовлюється використанням кредитних засобів платежу - чеків і векселів.

3.2 Форми міжнародних розрахунків

Форми платежу (розрахунків) – це врегульовані законодавством країн-учасниць способи виконання грошових зобов'язань за зовнішньоторговельним контрактом. Форма розрахунків є способами оформлення, передачі і оплати товаросупровідних і платіжних документів, що склалися в міжнародній комерційній і банківській практиці. Форми міжнародних розрахунків умовно поділяються на документарні (акредитиви та інкасо) та недокументарні (платіж на відкритий рахунок, авансові платежі, банківський переказ, векселі та чеки). Вибір конкретної форми розрахунків, за допомогою якої здійснюватимуться платежі за зовнішньоторговельним контрактом, визначається угодою сторін - партнерів по зовнішньоторговельній операції.

До *недокументарних форм розрахунків* відносяться: платіж на відкритий рахунок, авансові платежі, банківський переказ, векселі та чеки. Розглянемо більш детально механізм використання кожного.

Платіж на відкритий рахунок є найменш вигідною формою 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 рахунка суму покупки. Імпортер записує суму відвантаження в кредит рахунка постачальника. Протягом терміну, зазначеного в контракті, імпортер повинний оплатити вартість товару банківським переказом, чеком чи векселем. Після оплати сторони роблять у своїх документах зворотні записи.

Авансовий платіж – це грошова сума або майнова цінність, яка передається покупцем-імпортером продавцю-експортеру до відвантаження товару в рахунок виконання зобов'язань за контрактом.

Банківський переказ – це розрахункова банківська операція, що складається 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.

Розрахунковий чек – це документ, який містить нічим не обумовлене письмове розпорядження власника рахунка (чекодавця) банку перевести вказану в чеку грошову суму одержувачу (чекодержателеві).

Вексель – це цінний папір, строго установленої форми, що дає безперечне право її власнику (векселедержателю) вимагати з боржника сплати позначеної грошової суми. При розрахунках по зовнішньоекономічних операціях використовуються прості і переказні векселі (тратти). Другі частіше використовуються. 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 значно рідше і виставляється боржником (векселедавцем), що бере зобов'язання сплатити кредиторю визначену грошову суму у визначений 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 і ризик по цьому документі. Передача векселя здійснюється шляхом простого вручення або за допомогою передатного підпису, який ставиться на зворотній стороні векселя і називається індосаментом. Індосаменти бувають таких видів: бланковий, іменний (повний), передоручний.

Документарні форми розрахунків

Акредитив (лат. *accreditivus* – довірчий) – це документ, який містить грошове зобов'язання, відповідно до якого банк, що відкрив акредитив за дорученням клієнта (платника) і згідно з його вказівками (банк-емітент), зобов'язується провести платіж у разі подання одержувачем коштів або зазначеною ним особою (одержувач коштів, бенефіціар) документів і

виконання інших умов, передбачених акредитивом. Акредитиви відкривають (виставляють) за домовленістю сторін, що беруть участь у торговій угоді, або в банку країни експортера або в банку країни імпортера.

Існують різні види акредитивів. Відзивний акредитив може бути відкликаний чи анульований банком-емітентом, що виставив акредитив у будь-який момент і без попереднього повідомлення бенефіціара, тобто на користь кого відкритий акредитив.

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

Непідтверджений акредитив, по якому авізуючий банк, що бере участь у цій операції, не бере на себе зобов'язання по його виконанню, але він повинен з розумною старанністю перевірити по зовнішніх ознаках дійсність акредитива.

Підтверджений акредитив, по якому відповідальність на прохання банка-емітента бере на себе інший банк, що бере участь в операції.

Перекладний акредитив (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 цілком чи частково. Акредитив може бути переказний тільки в тому випадку, якщо є однозначна вказівка банка-емітента, що він «переказний». Витрати по переказу ладу оплачує перший бенефіціар, якщо немає застережень.

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

Розглянемо послідовність акредитивної операції:

- імпортер у домовлені з експортером терміни дає доручення своєму банку про відкриття (виставляння) акредитива;
- банк імпортера просить банк експортера про відкриття акредитива на користь відповідного експортера і відразу чи в обумовлений термін переводить покриття (суму акредитива);
- 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;
- експортер передає у свій банк товаророзпорядчі й інші документи, зазначені в акредитиві й одержує належну йому суму платежу;
- товаророзпорядчі й інші документи банк експортера переказує банку імпортера;
- банк імпортера передає імпортеру отримані документи, що дають йому право одержати закуплений товар.

Інкасо (італ. – виручка, виторг) є банківською розрахунковою операцією, за допомогою якої банк за дорученням свого клієнта (експортера) отримує на підставі розрахункових документів належні клієнтові кошти від платника (імпортера) за відвантажені на адресу імпортера товари і зараховує ці кошти на

рахунок клієнта-експортера у себе в банку.

Розглянемо схему інкасової операції:

- експортер, відвантаживши товар відповідно до умов контракту, оформляє необхідні товарні й інші документи і передає їх у комерційний банк, обумовлений у контракті;
- банк експортера пересилає комплект документів своєму банку-кореспонденту в країні імпортера;
- 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) у залежності від умов контракту;
- банк імпортера інформує банк експортера про зарахування на його кореспондентський рахунок отриманої від імпортера суми платежу (чи відразу ж переводить йому отриманий виторг);
- банк експортера робить виплату підприємству-експортеру за зроблену експортну операцію.

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 приводить до уповільнення оборотності засобів експортера. Імпортер може відмовитися від оплати проти товарних документів (наприклад, імпортер розорився чи різко упала світова ціна замовленого товару і йому не вигідно викуповувати цей товар по зафіксованій у контракті більш високій ціні). З метою прискорення одержання засобів від імпортера застосовується телеграфне інкасо. За домовленістю між експортером і імпортером зарахування засобів виробляється експортера про одержання їм товарних документів на підставі телеграфного повідомлення банку. Для запобігання невикupu товарних документів імпортером чи неточного виконання їм розрахунків застосовується інкасо товарних документів з банківською гарантією. Банк, що видав гарантію в забезпечення наявних платежів, зобов'язується здійснити платіж експортеру, якщо він не буде зроблений покупцем. Гарантії можуть бути разові (для окремих угод) і револьверні (на регулярні постачання між конкретними контрагентами і продовжувані автоматично та поповнювані по розміру гарантії).

3.3 Платіжні системи: SWIFT, CHIPS, TARGET

Всесвітню міжбанківську фінансову телекомунікаційну систему *СВІФТ* (SWIFT – Society for worldwide interbank financial telecommunication) було започатковано з метою уніфікації та спрощення міжнародних розрахунків, прискорення розрахункових операцій в умовах передачі великих обсягів інформації. Кількість учасників сучасної системи СВІФТ становить 5800 фінансових інститутів із 198 країн. Це банки, брокерські контори, дилерські фірми, страхові компанії. СВІФТ забезпечує доправлення повідомлення у будь-яку точку земної кулі протягом 5–20 хвилин з високим ступенем конфіденційності та надійності, що досягається завдяки використанню штучних супутників Землі для дистанційного зв'язку з банківською мережею у різних

країнах. Нині у мережі СВІФТ щоденно передається 5,3 млн фінансових повідомлень. Система СВІФТ надає користувачам майже необмежені можливості щодо обміну інформацією про їх угоди, підтвердження валютних угод (foreign-exchange confirmation), перекази грошей клієнтам (customer transfers), міжбанківські перекази (bank transfers), рейтинг цінних паперів та ін.

Система міжбанківських клірингових розрахунків і платежів ЧІПС (CHIPS – Clearing House Interbank Payments System) – це приватна міжнародна електронна мережа для здійснення трансфертів у режимі «он-лайн», яка належить Нью-йоркській асоціації клірингових палат. Учасниками ЧІПС є комерційні банки, інвестиційні компанії, корпорації. За допомогою ЧІПС здійснюються міжнародні міжбанківські операції: доларові платежі за угодами в іноземній валюті; платежі з розміщення цінних паперів у євродоларах; виплата доходів по цінних паперів у євродоларах та ін.

У ЄС для обслуговування операцій між Європейським центральним банком і національними центральними банками створено Транс'європейську автоматизовану систему валових розрахунків у режимі реального часу TARGET (Trans-European Automated Real-Time Gross Settlement Express Transfer System), яка почала діяти 4 січня 1999 року. Вона була організована з метою полегшення запровадження єдиної валютної політики, скорочення часу проходження транскордонних платежів, створення надійного та безпечного механізму для здійснення транскордонних платежів, підвищення ефективності платежів між країнами ЄС. Її основою є система SWIFT. Система TARGET – це децентралізована система, тобто транскордонні платежі проходять через національні центральні банки, оминаючи Європейський центральний банк (ЄЦБ). Вона складається з національних систем валових розрахунків у режимі реального часу (ВРРЧ), системи взаємозв'язку між ними та Європейським центральним банком (ЄЦБ). Система TARGET виконує такі завдання: обслуговує потреби грошово-кредитної політики Євросистеми; збільшує ефективність внутрішньоєвропейських трансграничних платежів; забезпечує надійний і безпечний механізм для врегулювання трансграничних платежів.

Тема 4 Ціноутворення у зовнішньоекономічній діяльності підприємства

- 1 Зовнішньоторговельна ціна: сутність та класифікація
- 2 Цінова політика підприємства
- 3 Основні фактори ціноутворення в зовнішньоекономічній діяльності
- 4 Способи фіксації цін. Цінові знижки і надбавки
- 5 Інкотермс. Правила тлумачення торговельних термінів Міжнародної торгової палати

4.1 Зовнішньоторговельна ціна: сутність та класифікація

Зовнішньоторговельна ціна – це визначена зовнішньоторговельним контрактом ціна, за якою здійснюються експортні поставки товарів. В основу її визначення береться базова ціна з поправками на можливості відхилення якості

запропонованих товарів від базових зразків чи зміни кон'юнктури ринку або умов поставок товарів, транспортування, страхування тощо. Таким чином, основні цінові та валютні умови контракту включають: одиницю виміру ціни, базис ціни, спосіб фіксації ціни, рівень ціни, знижки, валюту ціни, валюту платежу, курс перерахунку валюти ціни у валюту платежу, валютні поправки.

Порядок визначення *одиниці виміру ціни* залежить від характеру товару і від практики, що склалася в торгівлі цим товаром на світовому ринку. Ціна в контракті може бути встановлена одним із наступним варіантів:

- за певну кількісну одиницю товару (маси, довжини, площі, обсягу, штук, комплектів тощо);
- за одиницю маси виходячи з базисного вмісту основної речовини в товарі (для руди, концентратів тощо);
- за одиницю маси залежно від коливань натуральної маси, вмісту побічних домішок і вологи.

При поставці товарів різної якості й асортименту ціна встановлюється за одиницю товару кожного виду, сорту, марки окремо. Якщо за одним контрактом постачається велика кількість різних за якісними характеристиками товарів, ціни на них звичайно вказуються в специфікаціях, що є невід'ємною частиною контракту.

Базис ціни визначає розподіл транспортних, страхових, складських й інших витрат на доставку товару між експортером та імпортером. Базис ціни визначається використанням відповідного терміна із зазначенням назви пункту здавання товару.

Спосіб фіксації ціни. Ціна може бути зафіксована в контракті в момент його укладення або визначатися протягом строку його дії або до моменту виконання контракту. Залежно від способу фіксації ціни розрізняють тверду ціну, рухому, з наступною фіксацією та змінну.

Валюта ціни – це валюта, у якій виражена ціна товару у контракті. Українська гривня не є вільно конвертованою валютою, і тому зовнішньоторгові операції України з іншими країнами здійснюються у вільно конвертованій валюті країн з розвиненою ринковою економікою (найчастіше – у USD, EUR, GBP). Але теоретично валютою ціни товару може бути будь-яка ВКВ.

Валюта платежу за товар – це валюта, в якій відбувається оплата товару за контрактом. Валюта платежу зазвичай збігається з валютою ціни і називається валютою контракту або валютою розрахунків.

Якщо валюти ціни та платежу не збігаються, то у контракти включається *курс перерахунку валют*, за яким валюта ціни перераховується у валюту платежу. При цьому необхідно враховувати, що існують різні значення валютних курсів залежно від часу та від валютного ринку тощо. Таким чином, у контракті для визначення курсу перерахунку валюти ціни у валюту платежу слід зазначити час перерахунку курсу, ринок котирування (який беруться за базу перерахунку – як правило, це ринок країни платника), курс продавця чи курс покупця (звичайно береться середній між ними курс), а також курс якого виду платіжних засобів використовується.

Для запобігання валютних втрат експортери та імпортери можуть поставити ціну товару та суму платежу в залежність від зміни курсу більш стабільної валюти або скористатись послугами страхових компаній та банків, які активно займаються страхуванням валютних ризиків. При підписанні контракту експортер або імпортер укладає зі своїм банком форвардну чи опціонну угоду з метою страхування (хеджування) валютних ризиків.

Грошовим вираженням світової вартості товару є світова ціна, яка формується під впливом попиту та пропозиції певного товару на світовому ринку, коливань валютних курсів тощо. У практичному плані світові ціни – це експортні ціни основних постачальників конкретного товару та імпортні ціни у найважливіших центрах імпорту цього товару.

В залежності від обраного критерію світові ціни можна класифікувати наступним чином:

- за станом ринку (продавця, покупця);
- за напрямом товарного потоку (експортні, імпортні);
- за умовами розрахунків (комерційні, бартерні, клірингові, трансфертні);
- за повнотою врахування витрат (нетто, валові, кінцевого споживання);
- характером реалізації товару (оптові, роздрібні);
- за ступенем фіксації (тверді, рухомі, змінні, з наступною фіксацією);
- за рівнем інформаційної відкритості (відкриті, розрахункові).

Особливу увагу слід приділити класифікації світових цін за джерелом отримання інформації. За цим критерієм виділяють наступні види цін:

- довідкові ціни – відображають інтереси продавців, вони публікуються виробниками або їх посередниками та представляють собою цільовий орієнтир для визначення цін фактичних угод, а отже, завжди завищені й істотно відрізняються від реального рівня світових цін;

- ціни преїскурантів, каталогів та проспектів – це спеціально розроблені та надіслані певному колу осіб або опубліковані виробниками ціни можливої реалізації на базисні види товарів масового, або серійного виробництва;

- біржові ціни – ціни продажу товарів, пропозиції або попиту на них на товарних біржах, які переважно відображають реальні цінові параметри угод;

- ціни аукціонів – фіксують умови продажу відповідно до найвищої пропозиції ціни покупцями у певний момент та у конкретному місці; вони застосовується до певних груп товарів і є сигналом для відповідних виробників щодо потенційної оцінки покупцями їх товару;

- ціни пропозицій – встановлюються виробниками без погодження з споживачами, але пов'язуються з істотними умовами угод (наприклад, базисними умовами, термінами поставок, валютою тощо), а отже є дещо більшими від реального рівня світової ціни на товар (ніж довідкові, або ціни преїскурантні, каталогів та проспектів). і не відображають в достатній мірі інтереси покупця й відрізняються від рівня цін фактичних угод;

- ціни торгів – використовуються при спеціалізованій формі міжнародної торгівлі, яка оснований на видачі замовлення на поставку товарів або

спорудження якого-небудь об'єкту по раніше оголошених умовах, що передбачають конкурентну боротьбу з боку фірм-продавців з метою забезпечення найбільш вигідних умов угоди для їх організатора;

- розрахункові ціни – застосовуються у контрактах на нестандартне обладнання, яке виробляється, як правило, за індивідуальними замовленнями; вони розраховуються та обґрунтовуються постачальником для кожного конкретного замовлення з урахуванням технічних і комерційних умов конкретного контракту.

- ціни ринку – це ціни, за якими ведеться торгівля на конкретному національному чи регіональному ринку, їх урахування в маркетинговій стратегії є ключовим для прийняття рішення щодо виходу на конкретний ринок, вибору цінової політики фірми.

За ступенем наближення до дійсного рівня світової ціни розрізняють наступні види цін:

- Базисна ціна – це ціна виробу, яка береться за основу при встановленні зовнішньоторговельної ціни даної продукції. Як правило, вона встановлюється для основного сорту або найбільш відомої марки, може стосуватися яких-небудь показників якості, прийнятих за базисні. При цьому передбачаються можливі відхилення від базисної якості, а отже, розробляється шкала надбавок і знижок, відштовхуючись від якої встановлюється ціна товару вищої і нижчої якості. Базисна ціна розраховується продавцем та узгоджується з покупцем при підписанні контракту. Структура базисної ціни – це відсоткова частка у ній постійних витрат (прибуток, накладні витрати, амортизаційні відрахування тощо) та змінних витрат (сировина, матеріали, оплата праці), які і визначають змінність ціни (зміна цін на сировину, енергоносії, рівня оплати праці) даного контракту.

- Індикативні ціни – ціни на товари, які відповідають цінам, що склалися чи складаються на відповідний товар на ринку експорту або імпорту на момент здійснення експортної (імпортної) операції з урахуванням умов поставки та умов здійснення розрахунків, визначених згідно з законодавством.

4.2 Цінова політика підприємства

Цінова політика – це визначення рівня цін і можливих варіантів їх зміни залежно від цілей та завдань, що стоять перед підприємством в короткостроковому плані та в перспективі. Стратегічною метою діяльності будь-якого підприємства є виживання за рахунок отримання прибутку, максимізація останнього. До поточних цілей відноситься захист своїх позицій, подолання конкурентів, завоювання нових ринків, вихід на ринок з новим товаром, швидке відшкодування витрат, стабілізація доходів тощо.

Завдання цінової політики підприємства полягає в тому, щоб установити на свій товар таку ціну і змінювати її залежно від ситуації на ринку так, щоб опанувати певним його сегментом, досягти бажаного обсягу прибутку, тобто вирішити завдання, пов'язане з реалізацією товару в певній фазі його життєвого циклу.

Цінова політика 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 продаж, 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 нормативних документів;
- аналіз стану і прогнозування розвитку кон'юнктури світових товарних ринків;
- затвердження командировочних завдань співробітникам фірми, які вивчають цінові фактори за кордоном;
- вивчення діяльності конкурентів і потенційних партнерів, державних органів, міжнародних організацій.

Стратегія формування ціни включає два основних етапи.

Перший етап описує порівняння характеристик власного товару з кращими і гіршими показниками конкурентів (якість, час доставки споживачу, функціонування ринкової мережі, темпи відновлення, післяпродажне обслуговування тощо).

Другий етап включає послідовну розробку експортних цін:

- калькуляція витрат, включаючи витрати по стимулюванню попиту адаптації на ринку;
- аналіз ринкових цін і їхніх коливань під тиском факторів попиту та пропозицій;
- установлення нижньої і верхньої межі коливань ціни для визначення ступеня маневрування на ринку, що змінюється;
- оцінка обсягу продаж;
- визначення альтернативних видів цінової політики;
- аналіз цінової структури (структура витрат, розподіл прибутку тощо);
- визначення конкретних продажних цін з урахуванням умов платежу, валютних курсів, методів державного тарифного і нетарифного регулювання.

Розрахунок ціни має спиратись на облік фази життєвого циклу продукції, що визначає обсяг експортованої товарної маси і величину потенційного попиту. Зовнішньоторговельна цінова стратегія повинна поєднувати два ключових підходи: витратний та граничний (маржинальний). Витратний підхід спирається на облік фактичних витрат, маржинальний – базується на оптимальному співвідношенні граничних витрат і доходу.

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

Розмаїття форм установлення початкової експортної ціни можна згрупувати наступним чином:

- «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; така форма ціноутворення застосуємо в короткостроковому періоді;

- «кон'юнктурна ціна» для ринку, вже забезпеченого даним товаром, причому для збереження своєї ринкової ніші можливе сполучення підвищення (сигнал поліпшення якості) або зниження (сигнал зниження витрат) цін;

- «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;

- метод стимулювання комплексного продажу, коли перші екземпляри реалізуються за заниженими цінами в рекламних цілях, а великі масиви продукції збуваються по більш високих величинах;

- так звані «вузькі» методи, коли превалює єдиний ціноутворюючий фактор (зональний, географічний, змагальний, транспортний тощо).

Для визначення чи обґрунтування зазначених методів ціноутворення на світових ринках використовуються специфічні підходи, що пояснюють у першу чергу особливості калькуляції витрат. Наприклад, «скілінг» спирається на ринково-диференційований підхід, коли за вихідну береться величина світової ціни попереднього періоду, до неї додаються витрати по відновленню, адаптації на ринку, страхуванню і т.д. «Кон'юнктурна ціна» базується на фактичних витратах виробництва і обігу. «Ціна проникнення» підкреслює подвійний підхід до внутрішнього і зовнішнього ціноутворення: фактичні витрати застосовуються для обґрунтування національних цін, а нормативні – для експортних.

4.3 Основні фактори ціноутворення в ЗЕД

На контрактну ціну впливають різноманітні фактори, які можна класифікувати наступним чином:

- об'єктивні (споживчі властивості товару, наявність сталих міжнародних товаропотоків, загальні попит та пропозиція);

- суб'єктивні (досвід та комерційні знання контрагентів, наявність у них технічних засобів реалізації угоди та здатності організувати її підтримку під час митного очищення тощо);

- тривалі (такі, що характеризують стабільні вартісно-економічні відносини);

- кон'юнктурні (пов'язані з валютними коливаннями, поточною зміною обсягів виробництва та споживання, що змінюють співвідношення основних ринкових сил);

- економічні (пов'язані із суто ринковими закономірностями та плінними подіями: цінова політика конкурентів; заходи державного

регулювання та контролю за цінами; рівень інфляції; валютні чинники тощо);

- позаекономічні (стихійні лиха, збройні конфлікти, техногенні події).

При встановленні ціни слід пам'ятати, що вона не тільки включає витрати на виробництво товару й забезпечує прибуток продавцю, а й відображає корисність товару для споживача, а отже, має враховувати конкурентну кон'юнктуру ринку. Таким чином, відповідно до економічних факторів (дію яких відчувають учасники угод), особливостей виробництва товару (що є предметом трансакції), характеру самого товару, наявної інформації про використання ціни, а також доцільних методик укладання конкретних контрактів повинні використовуватись різні способи визначення ціни.

При виборі способу визначення ціни необхідно обов'язково враховувати, що експортні операції будуть найефективнішими, якщо ціна товару покриває прямі затрати, компенсує віднесені на товар непрямі витрати, приносить прибуток, є конкурентоспроможною та забезпечує місце на ринку. Однак, такий підхід не сприяє визначенню справжньої зовнішньоторгової ціни, оскільки він враховує індивідуальні, а не суспільно необхідні затрати праці, що визначають реальну вартість товару на зовнішньому ринку. В умовах, коли матеріальні витрати на виробництво товарів в Україні не завжди можуть бути співвіднесені з витратами на виробництво таких товарів за кордоном, ціни, що розраховані на основі витрат та прибутку, можуть бути демпінговими, тобто значно нижчими, ніж світові.

4.4 Способи фіксації цін. Цінові знижки і надбавки

Спосіб фіксації ціни визначає, коли фіксується ціна в контракті, а саме: у момент його укладання, протягом терміну його дії чи у момент його виконання. За способом фіксації виділяють такі види цін: тверді ціни, рухомі ціни, ціни з наступною фіксацією та ціни, що ковзають (змінні).

- Тверді ціни встановлюються у момент підписання контракту, вони не змінюються протягом терміну виконання контракту. Така модель ціноутворення є найбільш прийнятною при здійсненні негайних поставок. Тверда ціна, яка встановлюється у момент підписання контракту і протягом строку його дії не підлягає зміні. Тверда ціна встановлюється у вигляді конкретної цифри.

- Рухомі ціни встановлюються тоді, коли об'єктом контракту є товари з довгим терміном створення і орієнтовно визначаються у момент підписання контракту, але можуть коригуватися залежно від динаміки ринкових цін на відповідні товари.

- Ціни з наступною фіксацією також устанавлюються тоді, коли об'єктом контракту є товари з тривалим терміном створення та залежать не тільки від динаміки ринкових цін, а й від якості кінцевих виробів (наприклад, металів чи хімікатів з урахуванням корисних та небажаних домішок), а також реальних витрат виробника, які не завжди легко передбачити заздалегідь.

- Ціна з наступною фіксацією у контракті не вказується, а лише описується спосіб устанавлення ціни в майбутньому, тобто на момент

виконання угоди, або у зазначені договором строки на основі узгоджених джерел. Ці ціни застосовуються при поставках товарів з тривалим строком виготовлення, товарів, вартість яких ставиться у залежність від їх якості (в основному при продажу металів або хімікатів з певною часткою домішок або корисних речовин), а також товарів, ціна яких значно залежить від кон'юнктурних коливань, при продажу продукції з тривалим строком поставки або надання кредиту.

- Ціни, що ковзають (змінні ціни), використовуються тоді, коли у контрактах ідеться не просто про товари з тривалим терміном створення, а з композитним визначенням ціни. Наприклад, спочатку в контракті зазначається початкова ціна та її структура - вміст у ній різного роду витрат та компонентів (витрати на сировину та енергоносії, амортизацію, оплату праці, накладні витрати, прибуток). При цьому саме динаміка компонентів (зміна цін на сировину, енергоносії чи оплату праці) визначає й зміну остаточної суми ціни.

Цінова політика фірми повинна бути привабливою для потенційних партнерів. Для цього, зокрема, широко використовується практика застосування цінових знижок. Існують такі види знижок: бонусна знижка (знижка за оборот) не за окрему операцію, а за обговорений 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 постачань; закрита знижка для внутрішньофірмової торгівлі чи торгівлі усередині замкнутих економічних угруповань; спеціальна знижка для традиційних торгових партнерів; знижка для реалізації старої продукції; різні індивідуальні знижки.

Крім знижок, використовують *технічні і 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 тощо);

- виправлення на комплектацію, коли товар по-різному забезпечений необхідними елементами чи вузлами, що доповнюють;

- експлуатаційні виправлення, коли в ціні враховується стійкість до різних форм впливу зовнішнього середовища (температура, вологість і тощо).

Комерційні виправлення характеризують такі складові:

- приведення до єдиних умов постачання, коли, наприклад, долається різниця між цінами FOB (експортної) і CIF (імпортної), що доходять до 12–15%;

- виправлення за підсумками додаткових погоджень;

- виправлення на період постачання товару, які можливі протягом часу доставки продукції споживачу;

- виправлення на умови платежу, якщо оплата здійснюється повністю, в розстрочку, чеком чи векселем тощо.

4.5 Інкотермс. Правила тлумачення торговельних термінів Міжнародної торгової палати

Із зростанням обсягів і складності міжнародних торгових відносин, зростає й можливість виникнення непорозумінь та витратних спорів, коли договори купівлі-продажу складаються неналежним чином. Часто сторони, що укладають контракт, незнайомі з різною практикою ведення торгівлі в країнах одна одної. Це може стати причиною непорозумінь, спорів і судових проваджень з усіма пов'язаними з цим марними витратами часу й коштів. З метою вирішення вищезгаданих проблем Міжнародна Торгова Палата в 1936 році вперше опублікувала збір міжнародних правил тлумачення торговельних термінів. Ці правила відомі як «Інкотермс-1936». Пізніше були внесені зміни та доповнення 1953, 1967, 1976, 1980, 1990, 2000 і, на сьогодні, 2010 року для узгодження цих правил із сучасною практикою міжнародної торгівлі.

В Інкотермс-2010 терміни для полегшення розуміння згруповані в чотири категорії (E, F, C, D), починаючи з терміну, згідно якого продавець тільки забезпечує покупцю доступ до товару на власних площах продавця («E»-термін), і завершуючи «D»-термінами, за яких продавець має нести всі витрати та ризики, необхідні для доставки товару до місця призначення.

«E»-термін покладає на продавця мінімальні зобов'язання: продавець повинен лише надати товар у розпорядження покупця в узгодженому місці – звичайно на власних площах продавця.

EXW (EX Works) – «франко-завод (франко-склад) продавця». Ця умова поставок передбачає, що продавець виконав свої зобов'язання з доставки товару в момент його передання покупцеві або уповноваженій ним особі зі свого підприємства або складу. Продавець (якщо інше не обумовлено сторонами в контракті) не несе відповідальності за навантаження товару на транспортний засіб, наданий покупцем і за його митне очищення (оплата необхідних митних зборів). Покупець за власний рахунок забезпечує відвантаження і транспортування товару до пункту призначення і бере на себе всі пов'язані з цим витрати і ризики. Ця умова не може застосовуватись, якщо покупець з причин, які від нього не залежать, не може виконати або забезпечити виконання митних формальностей, пов'язаних з експортом товару. У цих випадках поставки необхідно здійснювати на умовах «франко-перевізник» (FCA).

«F»-терміни вимагають від продавця доставки товару для перевезення відповідно до вказівок покупця.

FCA (Free Carrier) – «франко-перевізник». Ця умова означає, що продавець виконав свої зобов'язання щодо поставки товару в момент передавання очищеного для експорту товару перевізнику, якого вказав покупець, у названому місці або пункті. Якщо цей пункт у контракті точно не вказаний, продавець може на власний розсуд вибрати пункт передавання товару перевізникові в межах обумовленого в контракті району. У ряді випадків (при транспортуванні залізницею або повітряним транспортом) договір з перевізником укладається продавцем, але робить він це за рахунок покупця і на його ризик. Ця умова поставки може застосовуватись за будь-яким способом

поставок, включаючи змішані перевезення. Під перевізником розуміють особу, яка відповідно до договору перевезення, зобов'язується зробити або забезпечити транспортування товару залізницею, автотранспортом, повітряним транспортом, морем або внутрішніми водними шляхами, або змішані перевезення. Якщо відповідно до інструкцій покупця продавець повинен передати товар особі, яка не є перевізником, то вважається, що продавець виконав свої зобов'язання на момент, коли товар перейшов на відповідне зберігання до цієї особи.

FAS (Free Alongside Ship) – «вільно вздовж борту судна». За цих умов поставки продавець виконує свої зобов'язання щодо доставки товару в момент, коли товари розміщені «вздовж судна», тобто на причалі або на баржах-ліхтерах у вказаному порту відвантаження. З цього моменту всі витрати і ризики пошкодження товару бере на себе покупець. Покупець також повинен забезпечити митне очищення товару в країні експортера. Відповідно ця умова поставок не повинна застосовуватись, коли покупець з об'єктивних причин не може забезпечити виконання формальностей, пов'язаних з експортом товару.

FOB (Free On Board) – «вільно на борту судна». Умова поставки FOB означає, що продавець виконав свої зобов'язання щодо поставки товару в момент, коли останній перетнув борт судна в узгодженому сторонами порту відвантаження. Таким чином, ризик втрати або пошкодження товару переходить від продавця до покупця саме в цей момент. При відвантаженні на умовах FOB продавець повинен забезпечити очищення товару для експорту. У випадках, коли перетинання товаром борту судна не має великого значення (наприклад, у разі перевезень на суднах-ролкерах або при контейнерних перевезеннях), застосовується умова поставки FCA.

«С»-терміни вимагають від продавця укласти договір перевезення на звичайних умовах за свій власний рахунок. Тому пункт, до якого він повинен оплачувати транспортні витрати, обов'язково має бути зазначений після відповідного «С»-терміна.

CFR (Cost and Freight) – «вартість і фрахт». У цьому разі продавець оплачує всі витрати, пов'язані з транспортуванням вантажу в зазначений пункт призначення. Водночас ризик втрати або пошкодження товару переходить з продавця на покупця в момент перетинання вантажу борту судна. Покупець бере на себе також інші додаткові витрати, які можуть виникнути вже після навантаження товару на судно. Продавець, однак, повинен забезпечити вільний вивіз вантажу зі своєї країни (сплатити всі митні збори).

CIF (Cost, Insurance and Freight) – «вартість, страхування і фрахт». За всіма ознаками CIF аналогічне CFR. Відмінність полягає лише в тому, що продавець повинен застрахувати вантаж від ризику пошкодження або втрати в процесі транспортування. Продавець укладає договір зі страхувальником і сплачує йому страхову премію. Однак при укладенні договору за умовами CIF покупець повинен виходити з того, що продавець забезпечить мінімально можливе страхування товару. Продавець також повинен забезпечити митне очищення товару для експорту.

CPT (Carriage and Insurance Paid To) – «перевезення оплачене до». На

умовах СРТ продавець оплачує вартість перевезення вантажу в зазначений пункт призначення. Ризик втрати або пошкодження товару так само, як і всі додаткові витрати, що виникають після передання товару перевізникові, переходять до покупця в момент прийняття вантажу перевізником. При цьому під перевізником розуміють особу, яка згідно з договором перевезення бере зобов'язання здійснити або забезпечити транспортування товару залізницею, автотранспортом, морем, повітряним транспортом або внутрішніми водними шляхами або ж шляхом змішаного перевезення. Якщо для транспортування вантажу використовувались кілька перевізників, ризики переходять з продавця на покупця при передаванні товару першому перевізникові. Продавець, однак, повинен забезпечити очищення товару для експорту.

«D»-терміни відмінні за своєю природою від «C»-термінів, тому що відповідно до «D»-термінів продавець відповідає за прибуття товару в узгоджене місце чи пункт призначення на кордоні чи то всередині країни імпорту. Продавець зобов'язаний нести всі ризики й витрати щодо доставки товару до цього місця (пункту). Таким чином, «D»-терміни позначають договори прибуття, в той час як «C»-терміни вказують на договори відвантаження (відправлення).

DAT (Delivered At Terminal) – «постачання на терміналі» означає, що продавець виконав свої зобов'язання тоді, коли товар, випущений в митному режимі експорту, доставлений ним в погоджений термінал вказаного місця призначення. Під терміном «термінал» розуміється будь-яке місце, в тому числі авіа/авто/залізничний карго термінал, причал, склад тощо. Умова DAT покладає на продавця обов'язок нести усі витрати і ризики щодо транспортування товару і його розвантаження на терміналі, включаючи (де це знадобиться) будь-які експортні збори з країни призначення. Під словом «збори» тут мається на увазі відповідальність і ризики з проведення митного очищення, а також за сплату митних формальностей, митних зборів, податків та інших зборів.

DAP (Delivered At Point) – «постачання в пункті» означає, що продавець виконав своє зобов'язання щодо поставки, коли він надав покупцеві товар, готовий до розвантаження з транспортного засобу, що прибув в погоджене місце призначення. DAP покладає на продавця обов'язок по експортному митному очищенню товару.

DDP (Delivered Duty Paid) – «постачання з оплатою мита» означає, що продавець зобов'язаний нести усі витрати і ризики, пов'язані з транспортуванням товару, включаючи (де це знадобиться) будь-які імпортні збори в країні призначення. DDP не може застосовуватися, якщо продавець прямо або побічно не може забезпечити отримання імпортної ліцензії. Якщо сторони погодилися про виключення із зобов'язань продавця деяких з витрат, що підлягають оплаті при імпорті (таких, як ПДВ), це повинно бути чітко визначено в контракті купівлі-продажу. Тоді як термін EXW покладає на продавця мінімальні обов'язки, термін DDP припускає максимальні обов'язки продавця.

Серед усіх розглянутих базисних умов сторони зовнішньоторговельних операцій віддають перевагу умовам FOB і CIF. У міжнародній торгівлі під

«ціною FOB» розуміється експортна ціна товару, а під «ціною CIF» – імпортна ціна. Для продавця вигідне постачання товару на цих умовах, оскільки ризик випадкової загибелі або ушкодження товару з моменту навантаження товару на судно й одержання коносаменту переходить на покупця. Крім того, уклавши контракт на умовах CIF, продавець має право зафрахтувати судно за своїм розсудом. Це дає йому можливість дістати додатковий прибуток за рахунок різниці між вартістю фрахту, закладеної в ціні, і фактично виплаченої судновласнику, а також за рахунок використання зафрахтованого тоннажу для перевезення зворотним рейсом своїх імпортних вантажів.

Тема 5 Ризики у зовнішньоекономічній діяльності та їх страхування

5.1 Сутність та класифікація ризиків зовнішньоекономічної діяльності

5.2 Методи страхування ризиків у зовнішньоекономічній діяльності

5.1 Сутність та класифікація ризиків зовнішньоекономічної діяльності

На сьогодні переважна більшість суб'єктів господарської діяльності здійснює зовнішньоекономічні операції. Ця діяльність пов'язана з великою кількістю ризиків, основними з яких є ризики, пов'язані з вибором країни для здійснення зовнішньоекономічних операцій; ризики, пов'язані з вибором іноземного партнера; маркетингові ризики; транспортні ризики; ризики, пов'язані з укладанням міжнародного контракту; комерційні ризики в зовнішньоекономічній діяльності; ризики, пов'язані з митним регулюванням.

Ризики, пов'язані з вибором країни для здійснення зовнішньоекономічних операцій поділяються на політичні та макроекономічні.

Політичні ризики – це можливість виникнення збитків або скорочення розмірів прибутку внаслідок державної політики. Складовими політичних ризиків є політична нестабільність (імовірність зміни режиму), економічна стабільність (економічне зростання або криза), валютна стабільність (вільна конвертованість валюти, стійкість національної валюти), переведення капіталу та прибутку за кордон, захист технологій (патенти, ліцензії), відношення до іноземних інвестицій (пільги, привабливість, обмеження), культурна взаємодія (позитивне та негативне відношення до експорту/імпорту).

Макроекономічні ризики – характеризують загальний економічний рівень розвитку країни. До них відносяться стан внутрішньої економіки країни-суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності, оцінка економіки країни партнера (конкурентоздатність, частка експорту в ВВП), заборгованість країни.

Ризики, пов'язані з вибором країни оцінюються за наступними індексами: політичного ризику, поточної економічної ситуації, можливостей переведення капіталу та векселів закордон, можливостей отримання прибутку.

Ризики пов'язані з вибором іноземного партнера. На сьогодні інформацію про діяльність будь-якої іноземної фірми можна знайти в спеціальних довідниках. Така інформація надійна, але недостатньо повна. Тому для

зменшення ризиків, пов'язаних з надійністю інформації про партнера, необхідно знати характер партнера (його репутацію в діловому світі, відповідальність), фінансові можливості партнера (його здатність здійснювати розрахунки), оцінку майна партнера (розмір та структуру капіталу), забезпеченість партнера (матеріальні цінності, які можна здати під заставу), конкурентоздатність партнера, а також створити систему збору та аналізу інформації про можливих партнерів.

Маркетингові ризики пов'язані з просуванням та реалізацією товарів на світових ринках. Вони поділяються на такі види:

- інформаційний маркетинговий ризик містить близько 250 показників, основними з яких є розмір світового ринку, динаміка торгівлі товарами, ринкова перспектива, сезонність, світові ціни, потреба в товарі, участь посередників, упаковка, конкуренти, ринкові дослідження, політична ситуація, обмеження на торгівлю, ефективність реклами;

- інноваційний ризик враховує можливі втрати при вкладенні капіталу у виробництво нових товарів та послуг;

- галузевий маркетинговий ризик передбачає можливих втрат від змін, які відбуваються в конкретній галузі економіки, а отже враховує місце фірми-партнера в даній галузі, аналіз діяльності аналогічних фірм в даній галузі, аналіз діяльності аналогічних фірм в споріднених галузях.

Транспортні ризики розподілені згідно з Інкотермс-2010 між продавцем та покупцем.

Ризики, пов'язані з укладанням міжнародного контракту, виникають при неточності в змісті статей контракту, а також при невігідності положень, які включаються до статей контракту, для одного з партнерів.

Комерційні ризики в зовнішньоекономічній діяльності виникають в процесі реалізації товарів та послуг суб'єктами зовнішньоекономічній діяльності. До комерційних ризиків відносяться можливість ризику відмови реєстрації товару в Україні, ризик пов'язаний з несвоєчасністю вигідної купівлі/продажу товару (ризик упущеної вигоди), ризик зниження доходності, ризик фінансових втрат. Причинами комерційних ризиків може бути зменшення обсягу реалізації, зростання закупочної ціни товару, зниження обсягу закупок товару, втрата товару, втрата якості товару, зростання витрат обігу.

Ризики, пов'язані з митним регулюванням, пов'язані з несвоєчасною сертифікацією товарів; неправильним розрахунок митних зборів, акцизу або ПДВ; недотриманням вимог по заповненню митних документів; недотриманням митного законодавства; неправильним вибором транспортних засобів, які не відповідають митним вимогам.

5.2 Методи страхування ризиків у зовнішньоекономічній діяльності

Політика учасника зовнішньоекономічної діяльності щодо потенційних ризиків має такі різновиди:

- виключення ризиків – це відмова від здійснення будь-яких дій, пов'язаних з можливістю появи ризиків у зовнішньоекономічній діяльності;
- прийняття ризиків – прийняття відповідальності за проведення зовнішньоекономічної операції та ризику, пов'язані з нею;
- зменшення ризиків – це прийняття рішень, які дають змогу знизити рівень витрат від прийнятих ризиків;
- передача ризиків – передача відповідальності за ризики партнеру або третій особі.

Головна ж проблема управління ризиками в зовнішньоекономічній діяльності підприємства полягає в управлінні тими ризиками, настання яких не залежить від зусиль підприємств. Виділяють такі групи методів, спрямованих на зменшення можливих збитків:

- страхування – використання різних видів полісів, договорів страхування;
- хеджування – використання біржових ф'ючерсних контрактів і опціонів;
- застосування різних форм і методів розрахунково-кредитних відносин, що зводять до мінімуму ризик неплатежу за поставлені товари, або неотримання товарів проти їх сплати;
- аналіз і прогнозування кон'юнктури (попиту, пропозиції, ціни) на зовнішньому ринку, планування і своєчасна розробка заходів з метою уникнути можливих збитків, викликаних несприятливими кон'юнктурними змінами;
- інші методи.

Серед методів управління ризиками у зовнішньоекономічній діяльності значна увага приділяється *страхуванню*, яке являє собою міжнародні економічні відносини з захисту майнових інтересів суб'єктів господарювання протягом періоду, в якому відбуваються певні події (страхові випадки), за рахунок майнових коштів, що формуються зі сплачених ними внесків (страхових премій). У процесі страхування зовнішньоекономічних відносин беруть участь два суб'єкти: страхувальник та страховик. Страховик — юридична особа будь-якої організаційно-правової форми, яка має державний дозвіл (ліцензію) на проведення операцій страхування. Страхувальник — юридична чи фізична особа, яка має страховий інтерес і вступає у взаємини зі страховиком на підставі чинного законодавства або двосторонньої угоди про страхування. Страховик має право створювати і витрачати кошти страхового фонду. Страховиками можуть виступати державні страхові організації, акціонерні страхові товариства, товариства взаємного страхування і перестраховання.

Для засвідчення укладеної угоди страховик надає страхувальнику страхове свідоцтво (поліс), в якому вказуються правила страхування, перелік страхових ризиків, розмір страхової суми і страхової премії (внеску), порядок зміни і припинення дії договору, інші умови, що регулюють відносини сторін. Страхування зовнішньоекономічній діяльності означає страхування ризиків, які виникли в ході її здійснення, і є комплексом різновидів страхування, що

забезпечують захист інтересів вітчизняних і зарубіжних суб'єктів господарювання в міжнародному співробітництві.

Страховання зовнішньоекономічної діяльності, як і будь-якої діяльності, включає майнове, особисте та страхування відповідальності. Об'єктом майнового страхування є товарно-матеріальні цінності та майнові інтереси страхувальників.

Серед майнових видів страхування найчастіше застосовується страхування вантажів; страхування морських суден (морське каско); страхування повітряних суден; страхування автомобілів; страхування експортно-імпорتنих кредитів; страхування збитків від зупинки виробництва або комерційної діяльності; страхування майна, що знаходиться за кордоном, від вогню й інших небезпек; страхування майна нерезидентів від вогню й інших небезпек; інші види майнового страхування.

Об'єктом страхування відповідальності є відповідальність перед третіми особами (фізичними або юридичними) внаслідок будь-якої діяльності або бездіяльності страхувальника. Така відповідальність може виникати (і досить часто) у силу дії законів щодо відшкодування збитку винуватцем, яким може виявитися (у тому числі випадково) підприємство — учасник зовнішньоекономічної діяльності. До цієї галузі в зовнішньоекономічній діяльності відносять міжнародний поліс страхування цивільної відповідальності власників автотранспорту; страхування цивільної відповідальності власників повітряних суден, що є обов'язковим при польотах за кордон; страхування цивільної відповідальності перевізників; страхування відповідальності виробників товарів; страхування професійної відповідальності, зокрема митних брокерів, юридичних консультантів і юридичних фірм, приватних нотаріусів, аудиторів та інших видів підприємницької діяльності; інші види страхування відповідальності.

Об'єктом особистого страхування є життя і здоров'я громадян. В зовнішньоекономічній сфері до такого виду відносять страхування життя туристів, медичне страхування, страхування пасажирів і працівників транспорту при міжнародних перевезеннях тощо.

Комплексні види страхування, що передбачають поєднання в одному полісі декількох видів страхування, також застосовуються в зовнішньоекономічній сфері. Наприклад, популярні в усьому світі поліси страхування будівельного підприємця від усіх ризиків і страхування всіх монтажних ризиків. Ці поліси покривають ризики ушкодження і знищення майна в процесі будівництва об'єктів і монтажу різного устаткування, а також відповідальність перед третіми особами при роботах, що ведуться, і післяпускові гарантійні зобов'язання підрядника. Страхове покриття забезпечується від усіх ризиків будівництва і монтажу на повну вартість контрактів, що виконуються.

Використання посередників дає можливість розширити пропозицію страхових послуг, взяти на відповідальність виробничі та комерційні ризики, які не може вирішити страхова компанія. У зв'язку з цим доцільно застосувати перестраховання. Перестраховання — це система економічних відносин між

страховиками, що дає можливість страховій компанії, яка уклала договір страхування, передати отримані ризики іншим страховим компаніям (перестраховикам). Зміст відносин між страховиком та перестраховиком полягає в зобов'язанні перестраховика покрити частину страхових виплат страхової компанії за страховими випадками, які настали у її клієнтів, сподіваючись на частину страхової премії, отриманої від клієнтів. Отже, економічна сутність перестраховування – це перерозподіл між страховими організаціями первинного страхового фонду. Прийняті в перестраховуванні ризики можуть передаватися повторно, продовжуючи ланцюг перестраховування. Таким чином, у перестраховуванні відбувається постійний обмін ризиками і преміями, головною метою якого є прагнення створити збалансований, стійкий власний страховий портфель.

Перестраховування є тим видом страхової діяльності, який, з одного боку, забезпечує надійність страхового захисту учасників зовнішньоекономічної діяльності, а з іншого — перестраховування є різновидом зовнішньоекономічних зв'язків у страхуванні, мета якого полягає в забезпеченні захисту національних і міжнародних інтересів страхувальників у різних країнах.

У міжнародній практиці існує кілька варіантів участі держави у страхуванні експорту. У деяких країнах страхування експортних ризиків здійснюється державними агентствами, страхові премії сплачуються безпосередньо до бюджету і безпосередньо з бюджету сплачуються страхові відшкодування. Інший варіант – створення окремих установ, які працюють на самоокупній основі, тобто покривають адміністративні витрати та страхові відшкодування надходженням від премій. Саме так здійснює державне страхування експорту переважна більшість країн. Є також країни, в яких страхування експорту забезпечується приватними або змішаними організаціями.

Участь держави в забезпеченні страхування експортних ризиків базується, головним чином, на недосконалості ринку. Оскільки приватні страховики не бажають надавати страхового покриття для найбільш ризикових експортних регіонів, ринок страхування експорту був би неповним без урядового втручання.

Таким чином, сучасне страхування пропонує широкий набір послуг, пов'язаних із зовнішньоекономічною діяльністю. Однак практика показує, що учасники зовнішньоекономічної діяльності використовують частіше за все ті види страхування, які є обов'язковими для здійснення зовнішньоекономічної діяльності (наприклад, страхування туристів, що виїжджають за кордон, або страхування відповідальності власників транспортних засобів для більшості закордонних країн тощо), без котрих не можливе здійснення іншої діяльності. Досить часто застосовуються види страхування, що є частиною міжнародних торговельних порядків, наприклад страхування вантажів. Порівняно рідше застосовуються види страхування, що були б ефективні в тій о іншій конкретній ситуації і які не застосовують через недостатню культуру страхування, у тому числі і через незнання можливостей, які надає сучасне страхування.

Поряд зі страхуванням застосовують також інші методи управління ризиками. Для управління ризиками, пов'язаними з падінням цін на біржові товари, фондові цінності, а також несприятливим падінням курсу валют, широко застосовуються різні методи *хеджування*. Перевага цього методу полягає в можливості оперативного прийняття рішень, порівняно невисокій вартості, налагодженості й доступності ринків ф'ючерсів і опціонів. До недоліків відносяться порівняно вузький спектр дії (тільки цінові параметри угод на товари, фондові цінності і валюту), складність використання, що вимагає високого рівня кваліфікації фахівців. Тому повною мірою цей метод використовується, як правило, великими підприємствами і при великих обсягах зовнішньоторговельних операцій.

Окрема галузь *управління ризиками у зовнішньоекономічній діяльності пов'язана з розрахунково-кредитними відносинами* і передбачає використання досить значного розмаїття форм і методів. До основних із них відносять застосування безвідкличного підтвердженого документарного акредитива при розрахунках за постачання товару, а також використання банківських гарантій (наприклад, валютування перевідних векселів – тратт тощо).

Перевагою цього механізму зниження ризиків є простота і доступність використання для учасників ЗЕД, недоліком – порівняна дорожнеча такого типу банківських послуг.

Таким чином, сучасний рівень розвитку страхової, банківської і біржової справи у світі надає учасникам зовнішньоекономічної діяльності широкий вибір різних інструментів захисту від ризиків при здійсненні зовнішньоекономічних операцій. Однак вони не в змозі забезпечити абсолютний захист від можливих ризиків, хоча і можуть істотно їх зменшити. Значною мірою ризики можна відвернути шляхом ефективного управління (наприклад, диверсифікацією діяльності тощо). Найбільший ефект може бути досягнутий за рахунок поєднання, комбінації різних методів управління ризиками: страхування, хеджування, застосування сучасних методів управління, форм і методів розрахунків у зовнішньоекономічних операціях.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 3 ОСОБЛИВОСТІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ФІРМИ

Тема 6 Форми виходу підприємств на зовнішні ринки

- 1 Мотиви та етапи виходу підприємств на зовнішні ринки
- 2 Прямий і непрямий експорт
- 3 Спільне підприємництво та пряме іноземне інвестування як форми виходу підприємства на зовнішні ринки

6.1 Мотиви та етапи виходу підприємств на зовнішні ринки

Зовнішньоторговельна операція (операція) – комплекс дій учасників торгового процесу, що представляють різні країни, з метою здійснення торгового обміну. Отже, учасників зовнішньоторговельного процесу повинно бути, як мінімум, двоє: продавець (експортер) і покупець (імпортер). У комплекс дій фірм при здійсненні торгових операцій входить вивчення кон'юнктури ринку товару, його реклама, діяльність збутової мережі, взаємодія зі збутовими посередниками, розробка комерційних пропозицій і запитів, ведення переговорів, підписання і виконання контрактів.

Мотиви виходу підприємств на зовнішні ринки:

- максимізація прибутку за рахунок використання ефекту масштабу;
- обмеженість та відносно низькі можливості розширення внутрішнього ринку;
- рівень розвитку внутрішнього ринку, за якого вигідно розміщувати капітали за кордоном: насичення ринку товарами; посилення тиску конкурентів; зростання залежності від посередницької торгівлі; зростання зборів, що пов'язані із захистом довкілля; труднощі у дотриманні соціального законодавства;
- подолання залежності від внутрішнього ринку, сезонних коливань попиту та розсіювання ризиків шляхом завоювання закордонних ринків;
- скорочення витрат виробництва за рахунок кращого використання виробничих потужностей, зменшення податкових платежів, у тому числі шляхом виробництва продукції за кордоном;
- продовження життєвого циклу товару;
- використання державних програм сприяння, які діють у своїй країні чи за кордоном;
- підвищення ефективності збутової діяльності шляхом посилення ринкових позицій на основі створення відділень, філій, дочірніх підприємств, розширення мережі сервісних пунктів тощо;
- компенсація коливань валютного курсу шляхом організації паралельного виробництва і збуту у відповідних країнах;
- подолання тарифних та нетарифних бар'єрів шляхом організації закордонного виробництва;

- підвищення престижу підприємства на національному ринку як суб'єкта міжнародних економічних відносин.

Водночас не слід залишати поза увагою й інші *фактори, які стримують підприємства від виходу на зовнішній ринок*:

- рівень прибутку від ЗЕД може виявитись насправді значно нижчим, ніж планувалось, через нестабільність економічної або політичної ситуації за кордоном;

- модифікація товару для відповідності його вимогам закордонного ринку може виявитись надто витратною;

- проникнення і закріплення на закордонному ринку буде вимагати значних коштів;

- застосування урядом країни-імпортера нетарифних бар'єрів на шляху експортованого товару поставить під загрозу бізнес на цьому ринку.

Вихід підприємства на зовнішні ринки зазвичай є тривалим еволюційним процесом. Досвід показує, що систематичне, поступове набуття досвіду в зовнішньоекономічній діяльності – найкращий, а в багатьох випадках і єдиний шлях до стабільного успіху. Для отримання доступу на закордонні ринки підприємство повинне пройти *декілька етапів*, кожен з яких має свої особливості.

- Етап пробного експорту характеризується односторонніми спробами підприємства продати закордонному покупцю стандартну вітчизняну продукцію. Успішні продажі на окремому зарубіжному ринку підприємство намагається повторити і на інших ринках. Як наслідок – багатообіцяючі окремі продажі без повторних замовлень, невеликі доходи при досить значних витратах.

- Етап екстенсивного експорту. На цьому етапі відбувається охоплення незначної кількості ринків без їх сегментації. Експортний асортимент представлений традиційним для даного підприємства набором товарів.

- Етап інтенсивного експорту – відбувається обмеження асортименту найбільш вигідною продукцією по кожному ринку з використанням всіх методів активного маркетингу. Закордонна торговельна мережа експортера отримує значний розвиток, зовнішньоекономічні зв'язки стають більш глибокими й ефективними, але все ще залишаються додатком внутрішньоекономічних відносин.

- Етап експортного маркетингу – продукція все більш пристосовується до вимог зовнішнього ринку. Підприємство розвиває двосторонні відносини із зовнішніми ринками, збираючи й обробляючи відповідну інформацію. Маркетингові комунікації набувають міжнародних ознак.

- Етап міжнародного маркетингу – закордонні ринки починають грати домінуючу роль у формуванні маркетингової концепції даного підприємства.

- Етап глобального маркетингу – підприємство більш не орієнтується на внутрішній ринок, а переймається задоволенням потреб, характерних для споживачів усього світу.

Форми виходу підприємств на зовнішні ринки можна класифікувати наступним чином: експорт (прямий та непрямий експорт), спільна підприємницька діяльність (ліцензування, виробництво за контрактом, управління за контрактом, підприємства спільного володіння), пряме інвестування.

6.2 Прямий і непрямий експорт

Експорт є найпростішим способом виходу на зовнішній ринок. За інтенсивністю і обсягами розрізняють нерегулярний і регулярний експорт. Нерегулярний експорт — це пасивний рівень зовнішньо-економічних відносин, коли підприємство час від часу експортує свої надлишки і продає товари місцевим оптовикам, що представляють закордонних покупців. Про регулярний експорт можна говорити тоді, коли підприємство має за мету розширити свої зовнішньоторговельні операції на конкретному ринку.

Експорт буває двох різновидів: непрямий і прямий. За непрямого експорту підприємство користується послугами посередників, а за прямого проводить експортні операції самостійно. Підприємства, що тільки починають свою експортну діяльність, частіше використовують непрямий експорт. Вони віддають перевагу цьому варіанту з двох причин. По-перше, такий експорт потребує меншого обсягу капіталовкладень, оскільки підприємству не доводиться створювати за кордоном власний торговий апарат або налагоджувати мережу контактів. По-друге, за непрямого експорту підприємство менше ризикує. Оптовою реалізацією товару займаються посередники, які застосовують у цій діяльності свої специфічні професійні знання, уміння і послуги, і тому продавець, як правило, робить менше помилок.

Особливої уваги заслуговує експорт послуг. Торгівля послугами класифікується по-різному. За класифікацією Міжнародного валютного фонду можна виділити наступні групи послуг:

- транспортні перевезення (пасажирські, багажні, вантажні);
- поїздки: ділові (відрядження) та особисті (туризм);
- зв'язок;
- будівництво (підготовка будівельних майданчиків, основні будівельні роботи, будівельні роботи завершального циклу, будівництво «під ключ»);
- страхування нерезидентів страховими компаніями-резидентами;
- фінансові послуги між резидентами і нерезидентами;
- комп'ютерні й інформаційні послуги (консультації в області комп'ютерних програм, інформаційні послуги, обслуговування комп'ютерів);
- користування правами власності і використання оригіналів чи прототипів на підставі ліцензій з виплатою ліцензійних платежів у вигляді роялті (періодичних платежів за користування ліцензією) або паушальних платежів (одноразових виплат за результатами експертних оцінок);
- інші бізнес-послуги (посередницькі послуги, оренда, а також інші ділові, професійні і технічні послуги: правові, бухгалтерські, управлінські, рекламні, інжиніринг, послуги з нагляду, геологорозвідки тощо);

- особисті, культурні, спортивні і рекреаційні послуги;
- урядові послуги.

6.3 Спільне підприємництво та пряме іноземне інвестування як форми виходу підприємства на зовнішні ринки

Спільна підприємницька діяльність – це стратегія виходу підприємства на зовнішній ринок, яка ґрунтується на поєднанні його зусиль із ресурсами комерційних підприємств країни-партнера з метою створення виробничих і маркетингових потужностей. На відміну від експорту при спільній підприємницькій діяльності формується партнерство, у результаті якого за рубежем створюються певні потужності.

Міжнародний маркетинг виділяє чотири види спільної підприємницької діяльності:

- ліцензування;
- виробництво за контрактом;
- управління за контрактом;
- підприємства спільного володіння.

Ліцензування є одним із найпростіших шляхів виходу на зовнішній ринок. Ліцензіар укладає на закордонному ринку угоду з ліцензіатом, передаючи права на використання виробничого процесу, товарного знаку, патенту, торгового секрету в обмін на гонорар або ліцензійний платіж. Ліцензіар одержує вихід на ринок з мінімальним ризиком, а ліцензіату не доводиться починати з нуля, тому що він відразу набуває виробничого досвіду, добре відомий товар або ім'я.

Іншим різновидом стратегії спільної підприємницької діяльності є *виробництво за контрактом*, тобто укладання контракту з місцевими виробниками на випуск товару. Причини, що зумовлюють використання такого способу: дефіцит власних потужностей; наявність перешкод для експорту у відповідну країну; високі транспортні витрати; економія на факторах виробництва. Загальна схема виробництва за контрактом на практиці має різні модифікації. Значного поширення набуло виробництво комплектуючих. До різновидів виробництва за контрактом відносять переробку давальницької сировини – толінгові операції. Технологічна схема їх виконання полягає у постачанні вітчизняних матеріалів, напівфабрикатів і компонентів за кордон, де вони обробляються, монтуються, а потім імпортуються як готова продукція.

Управління за контрактом. За такого способу підприємство надає закордонному партнеру "ноу-хау" у сфері управління, а той забезпечує необхідний капітал. Інакше кажучи, підприємство експортує не товар, а скоріше управлінські послуги. Частіше за все це відбувається у формі консультацій для іноземних компаній.

Підприємство спільного володіння є результатом об'єднання зусиль закордонних і місцевих інвесторів з метою створення місцевого комерційного підприємства, яким вони володіють і управляють спільно. Існують різні шляхи заснування такого підприємства, наприклад закордонний інвестор може купити частку в місцевому підприємстві, або місцеве підприємство може купити собі

частку у вже існуючому місцевому підприємстві закордонної компанії, або обидві сторони можуть спільними зусиллями створити нове підприємство. Основні риси цього способу:

- він є обов'язковим при виході на окремі ринки;
- потребує інвестиційних витрат;
- супроводжується політичними ризиками;
- має високу ймовірність конфліктів з партнерами;
- передбачає складну процедуру виходу з ринку.

Стратегія **прямого інвестування**. Велика кількість підприємств, що ведуть зовнішню торгівлю, з часом засновують за кордоном власні виробничі філії для виготовлення товарів, споживаних на іноземному ринку. Цей спосіб виходу на зовнішній ринок передбачає інвестування капіталу в створення за кордоном власних складальних або виробничих підрозділів, забезпечуючи найбільш повне залучення підприємства до зовнішньоекономічної діяльності. У міру накопичення компанією досвіду експортної роботи і за досить великого обсягу такого зовнішнього ринку виробничі підприємства за кордоном дозволяють очікувати на значні вигоди. Основні риси цього способу:

- максимальні інвестиційні витрати та поточні грошові зобов'язання;
- максимальна відповідальність за результати діяльності;
- максимальний контроль за діяльністю;
- складна процедура виходу з ринку.

Одна з переваг такої стратегії полягає в тому, що підприємство може заощадити кошти за рахунок більш дешевої робочої сили або сировини, за рахунок пільг, наданих іноземними урядами закордонним інвесторам, за рахунок скорочення транспортних витрат тощо. Створюючи робочі місця в країні-партнері, підприємство забезпечує собі тим самим сприятливіший клімат у цій країні. Застосовуючи стратегію прямого інвестування, підприємство налагоджує глибші відносини з державними органами, клієнтами, постачальниками і дистриб'юторами країни, на ринок якої воно виходить. Це дає можливість краще пристосовувати свої товари до місцевого маркетингового середовища. І, нарешті, важлива характеристика прямого інвестування полягає в тому, що здійснюючи його, підприємство зберігає повний контроль над своїми капіталовкладеннями і, отже, може розробляти такі установки у сфері виробництва і маркетингу, які будуть відповідати її довгостроковим завданням у міжнародному масштабі.

Тема 7 Основні види зовнішньоторговельних операцій

- 1 Торговельно-посередницька діяльність на зовнішньому ринку
- 2 Зустрічна торгівля у сфері зовнішньоекономічної діяльності
- 3 Орендні операції
- 4 Сутність міжнародних перевезень та фактори, що впливають на вибір виду транспорту

7.1 Торговельно-посередницька діяльність на зовнішньому ринку

Торгово-посередницькі операції – це операції, які пов'язані з купівлею-продажем товарів, що виконуються за дорученням виробників або споживачів товарів незалежним від них торговим посередником.

Посередники працюють з метою одержання прибутків від різниці в цінах або комісійної винагороди. Торгово-посередницькі фірми, як правило, здійснюють лише комерційну діяльність, проте інколи можуть також додатково обробляти придбані товари. Саме тому торгове посередництво в економічному змісті – досить широке поняття і містить у собі значний перелік послуг, зокрема, пошук закордонного контрагента, підготовка і здійснення угоди, кредитування сторін і надання гарантій оплати товару покупцем, здійснення транспортно-експедиторських операцій і страхування товарів при транспортуванні, виконання митних формальностей, проведення рекламних й інших заходів щодо просування товарів на закордонні ринки, здійснення технічного обслуговування і проведення інших операцій. Метою діяльності торговельних посередників є отримання прибутку.

Переваги використання торговельних посередників включають економію коштів на збуті в іншій країні, а також використання чужого досвіду, зв'язків і капіталу. Отже, залучення торгового посередника дозволяє збільшити прибуток за рахунок:

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

Основні відмінності між різними типами торговельних посередників полягають у тому, чи має посередник право підписувати угоди з третіми особами, а також – за чий рахунок і від чийого імені він може діяти. За цим критерієм посередників можна розділити на чотири основні групи.

Агенти-представники, брокери, маклери

Торговельні агенти-представники представляють інтереси експортера на ринку. Вони здійснюють маркетингові дослідження, збирають та аналізують інформацію щодо різного роду законодавчих і технічних вимог, організують рекламні та PR-кампанії, допомагають у переговорах та укладанні контрактів

тощо. Ці посередники одержують комісійну винагороду у розмірі, як правило, 2-5% від обсягів продаж або заздалегідь обумовлену суму.

Брокери (німецькою – маклери) є посередниками, що встановлюють контакти між продавцем і покупцем товару чи послуги. Вони не виступають як одна зі сторін в угоді купівлі-продажу та діють на підставі доручення. За надання посередницьких послуг, брокери одержують винагороду (брокеридж) у розмірі, як правило, 2-3% від обсягів реалізації. Брокери не представляють інтереси іншої сторони і не одержують від неї винагороду, крім випадків, коли це оговорено заздалегідь.

Угоди комісії та угоди консигнації

Комісіонери за дорученням експортера здійснюють торговельні операції за його рахунок, але від свого імені. Тобто угода купівлі-продажу укладається між імпортером та комісіонером. Оскільки посередник-комісіонер сам не купує товар у експортера, а тільки реалізує його імпортеріві – існує ризик несплати. Посередник може гарантувати експортеру оплату проданого товару, і така гарантія має назву делькредере (нім. Delkredere – поручительство, італ. del credere – на віру). Винагорода за делькредере не входить в комісійну винагороду і може бути встановлена договором комісії як окрема винагорода комісіонера. Зворотна комісійна операція, коли імпортер доручає комісіонеру придбати певні товари на зарубіжному ринку, має назву індент (indent).

Різновидом комісійних операцій являються операції *консигнації*. Їх сутність полягає в тому, що експортер (консигнант) доручає посереднику (консигнатору) реалізацію товару зі складу останнього протягом встановленого періоду. Консигнатор не купує цей товар, а продає його від свого імені і здійснює платежі консигнанту по мірі реалізації товару. На умовах консигнації реалізуються в основному товари масового серійного виробництва, автомобілі, трактори, запасні частини, інструменти і т.п. Безповоротна консигнація означає, що нереалізована частина продукції має бути викуплена консигнатором. Частково поворотна консигнація передбачає, що консигнатор зобов'язується реалізувати товари на визначену суму, а решту товарів, якщо їх не вдасться реалізувати – повернути консигнантові. Поворотна консигнація означає, що всі нереалізовані товари підлягають поверненню консигнантові.

Агенти повірені

Суть агентської повіреної операції полягає в наступному: одна сторона, іменована принципалом, доручає іншій стороні, іменованій агентом, виконати дії, пов'язані з продажем (найчастіше) чи покупкою товарів, а також з пошуком замовників або виконавців певних послуг на визначеній території в узгоджений період за рахунок і від імені принципала. Відносини між принципалом і агентом регулюються агентською угодою, що по своїй суті є договором доручення. Агентська угода, як правило, визначає наступні обов'язки агента-повірника: вивчати кон'юнктуру ринку й інформувати принципала про умови торгівлі і вимоги, яким повинен відповідати 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; сприяти в збуті, придбанні товарів або

реалізовувати товари від імені принципала; утримувати або 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 по укладеній їм угоді. Крім того, в агентській угоді може бути записана умова, що принципал окремо відшкодує деяку частину витрат повірника (наприклад, за рекламні заходи, презентації).

Дистриб'ютори

Дистриб'юторами називають торговельних посередників, що здійснюють діяльність від свого імені і за власний рахунок. Посередник виступає однією зі сторін у договорах як з експортером, так і з імпортером. При цьому дистриб'ютор може як здійснювати звичайний перепродаж товару, так і укласти договір реалізації цього товару на території певної країни в обумовлений термін. Таких посередників залежно від країн їх походження та діяльності, а також особливостей діяльності можуть називати дилерами.

Дистриб'юторські агентські угоди для принципала вигідні тому, що дають можливість виходу на нові ринки і забезпечують рекламу його товару на цих ринках протягом декількох років, оскільки укладаються з фірмами, що мають власну збутову мережу чи кошти на її створення; супроводжуються договорами закупівлі-продажу на постачання товарів, а отже, 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 втрати чи ушкодження товарів на території чужої країни, тому що, отримуючи 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, а також, як правило, здобувають монопольне право на продаж товарів принципала на своїй території (звичайно фірми прагнуть стати дистриб'юторами продукції компаній з гарною ринковою репутацією й ім'ям).

У залежності від місця, яке посередник займає на ринку, виділяють три групи угод.

Угода про ***просте агентство*** надає право посереднику збувати на обумовленій території певну номенклатуру товарів принципала і одержувати від нього винагороду. Така угода не обмежує прав принципала, який може самостійно або через інших агентів виходити з цими ж товарами на той же ринок без виплати простому агенту якої-небудь винагороди або компенсації. В агентській угоді фіксується також зобов'язання принципала не продавати самостійно або через інших посередників товари на цьому ринку на більш сприятливих комерційних умовах, ніж ті, що були запропоновані простому агенту. У зв'язку з цим прості агентські угоди укладають звичайно на короткий термін (до одного року) при виході експортерів на нові ринки й іноді навіть із декількома агентами для того, щоб оцінити їх 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 лише після його відмови може продавати товар на цьому ринку самостійно або через інших посередників без виплати винагороди агенту. Мотивом для відмови можуть бути технічні характеристики, терміни поставки, ціна та інші умови, які, на думку агента, не будуть сприяти руху товару на ринку. Всі ці мотиви перераховуються в агентській угоді. Відмова повинна бути представлена принципалу письмово.

Угода про надання агенту *монопольного (ексклюзивного) права* означає, що тільки він може продавати товари принципала певної номенклатури на обумовленій території протягом встановленого часу і одержувати за це винагороду; принципал позбавляється права і можливості виходити на цей ринок із товарами визначеної в угоді номенклатури самостійно або через інших агентів. Якщо принципал продає на обумовленій території сам або через інших агентів, він усе одно зобов'язаний виплатити монопольному агенту встановлену в угоді винагороду. Тому, підписуючи подібну угоду, принципал повинен чітко обумовлювати, в яких випадках він може самостійно збувати товар на ринку монопольного агента (наприклад, у випадках продажу товарів безпосередньо урядовим органам або поставок запчастин до вже проданого раніше устаткування).

7.2 Зустрічна торгівля у сфері зовнішньоекономічної діяльності

Зустрічна торгівля – це зовнішньоторговельна операція, при здійсненні якої в єдиному зовнішньоекономічному договорі (контракті) фіксуються обов'язки партнерів зробити повний або частково збалансований обмін товарами. В останньому випадку різниця у вартості покривається грошовими платежами. Ініціюють такий обмін звичайно імпортери, що дає їм змогу здійснювати закупівлі необхідних товарів з повною або частковою оплатою їх своїми товарами. Експортери погоджуються на такий обмін, щоб збільшити обсяг збуту свого товару, а отриманий товар знову реалізують на внутрішньому або зовнішньому ринках.

Виникнення операцій зустрічної торгівлі виникли в 70-тих роках ХХ ст. було обумовлене наступними *причинами*: зростанням цін на енергоносії; прагненням країн, що розвиваються, до прискорення індустріалізації свого розвитку; прагненням розвивати зовнішню торгівлю навіть за умов нестачі чи відсутності конвертованої валюти, дефіциту платіжного балансу, наявності інфляційних процесів. Зустрічна торгівля виступає засобом фінансування імпорту і на відміну від закупок в кредит, застерігає покупця від виплати постійно зростаючих відсоткових платежів.

З метою збільшення надходжень в Україну валютних коштів, стабілізації грошової національної одиниці та оздоровлення фінансово-банківської системи держави в цілому може бути заборонено проведення товарообмінних (бартерних) операцій у галузі зовнішньоекономічної діяльності з товарами

(роботами, послугами), перелік яких визначається Кабінетом Міністрів України.

Товарообмінні й компенсаційні угоди на безвалютній основі

Товарообмінні й компенсаційні угоди на безвалютній основі визначають оплату поставок в товарній формі, коли продаж одного чи кількох товарів одночасно зв'язується з купівлею іншого товару і розрахунки в іноземній валюті не проводяться.

Бартерні угоди – це операції з обміну узгодженої кількості одного товару на інший без використання грошових форм розрахунків. У такій угоді встановлюється кількість товарів, що взаємно постачатимуться, чи сума, на яку сторони зобов'язуються доставити товари. При визначенні вартості товарів взаємного постачання оцінювання робиться на основі світових цін з урахуванням витрат на товарообіг. Таким чином, бартерна операція не припускає ніяких грошових розрахунків між контрагентами. Перевага даної операції перед операцією купівлі-продажу полягає в тому, що для її здійснення не потрібна валюта, і сторони не прибігають до посередництва банків.

Прямі компенсаційні угоди так само, як і бартерні, передбачають взаємну поставку товарів на однакову вартість без розрахунків у грошовій формі. Проте, на відміну від бартерної угоди, вони передбачають узгодження цін на взаємно доставлену продукцію. У даній угоді беруть участь не два товари, а значно більше. Угоди даного типу, як правило, підписуються універсальними торговими фірмами, експортно-імпортними фірмами та іншими, які мають широку номенклатуру товарів.

Товарообмінні угоди з тривалим терміном виконання – укладаються на безвалютній основі шляхом підписання глобальних угод, на підставі яких укладаються окремі угоди. Глобальні угоди дозволяють експортерам мати постійний збут своєї продукції, визначати товарні групи продукції зустрічних поставок та узгоджувати фізичні або вартісні показники товарообміну. Глобальні угоди є базовими. Вони передбачають укладення однієї угоди з одним контрагентом у країні імпорту з обов'язковим банківським механізмом проведення вартісного взаємозаліку поставлених товарів.

Компенсаційні угоди на комерційній основі

Компенсаційні угоди на комерційній основі – це угоди, в яких поставка й відповідна зустрічна поставка товарів здійснюється протягом встановленого періоду на основі одного контракту купівлі-продажу або контракту купівлі-продажу і доданих до нього угод про зустрічні закупки. Такі угоди мають узгоджений механізм грошових розрахунків, здійснених як шляхом переказу іноземної валюти, так і застосуванням клірингу.

Короткочасні компенсаційні угоди, як і бартерні угоди, містять зобов'язання експортера закупити товари в імпортера. Проте при компенсації, на відміну від бартеру, поставки оплачуються незалежно одна від одної. Зустрічні закупки можуть бути з повною чи частковою компенсацією. З компенсаційними угодами зв'язане поняття «неконвертоване сальдо», яке виникає внаслідок нееквівалентності товарів, що обмінюються, і яке може бути витрачене лише в країні імпортера.

Зустрічні закупки. За умовами даної угоди продавець постачає покупцю товар за звичайними комерційними умовами й одночасно зобов'язується закупити в нього зустрічний товар. Угода може бути оформлена двома або трьома самостійними контрактами.

Авансові закупки являють собою паралельну зустрічну угоду, виконану в зворотному порядку: експортер одержує товари у фірми в обмін на її зобов'язання закупити в майбутньому еквівалентний об'єм товарів експортера.

Викуп застарілої продукції – це експорт готової продукції із одночасним зобов'язанням експортера викупити застарілу продукцію у імпортера. Стосується, насамперед, машинно-технічних виробів: автотранспортної техніки, дорожньо-будівельної техніки, сільськогосподарських машин, літаково-вертолітної техніки. Ініціатором таких операцій виступає, як правило, імпортер. Якщо експортер пропонує імпортеру придбати в нього нові машини, то імпортер ставить обов'язковою умовою викупити в нього застарілу техніку.

Компенсаційні угоди на основі виробничого співробітництва

Компенсаційні угоди на основі виробничого співробітництва передбачають, що поставки промислового обладнання будуть оплачуватися зустрічними поставками товарів, які будуть виготовлені з допомогою закупленого обладнання.

Найбільше розповсюдження одержали *великомасштабні довгострокові компенсаційні угоди зі зворотною закупкою товарів* на компенсаційній основі товарів (*бай-бек*). Такі угоди передбачають поставку на умовах кредиту комплектного обладнання, будівництво промислових об'єктів, надання інжинірингових послуг з оплатою надалі зустрічними поставками продукції, виготовленої на цих підприємствах.

Постачання на комплектацію – це один із різновидів товарообмінних операцій, який полягає в тому, що замовник ставить неодмінною умовою контракту покупку виробником у замовника частини устаткування і приладів для комплектації готової продукції і передає йому заздалегідь складений список таких деталей.

Суть *угоди з давальницькою сировиною (толінг)* полягає в тому, що одна країна, що володіє ресурсами, але не володіє достатніми виробничими потужностями для їх переробки, відправляє частину даної сировини для переробки в іншу країну і розраховується за це частиною виробленої продукції. До операцій з давальницькою сировиною у зовнішньоекономічних відносинах належать операції, в яких сировина замовника на конкретному етапі переробки, а також на заключному, є основним матеріалом та її вартість становить не менш як 20 відсотків загальної вартості готової продукції. При цьому обов'язковим є попереднє здійснення поставки виконавцю давальницької сировини відносно повернення виготовленої з неї готової продукції замовнику.

7.3 Орендні операції

Орендні операції – це операції, за якими одна сторона (орендодавець) передає за плату майно іншій стороні (орендареві) у користування на певний строк для здійснення господарської діяльності. Характерною рисою орендної

операції в зовнішньоекономічній сфері є участь у ній іноземних контрагентів (орендодавця чи орендаря), які знаходяться в різних країнах. Переваги орендних операцій полягають у тому, що вони дозволяють одержати додаткові обсяги збуту продукції в умовах жорстокої конкурентної боротьби на світових ринках; дають можливість орендару застерегти себе від швидкого морального старіння обладнання; дозволяють орендарам одержати сучасне обладнання без попередніх великих затрат.

У міжнародній практиці залежно від тривалості розрізняють три види оренди:

- короткострокова оренда – рейтинг (від декількох годин, днів, місяців до одного року);
- середньострокова оренда – хайринг (від 1 до 3 років);
- довгострокова оренда – лізинг (понад три роки).

Рейтинг (renting) – це короткострокова оренда машин і устаткування без права їх подальшого придбання орендарем. Власником машин і устаткування зазвичай є рентингова компанія, яка зберігає право власності на орендовані цінності протягом дії договору про оренду, здійснює витрати на ремонт машин та устаткування. Відрізняється від інших видів оренди вищим рівнем орендної плати у зв'язку з більшими витратами і ризиками рентингових компаній.

Хайринг (hiring) – це середньострокова форма оперативної оренди машин або обладнання без права їх продажу у власність орендаря.

Рейтинг та хайринг називають оперативною орендою, оскільки фактичний термін оренди в цьому випадку нижче нормативного терміну служби і об'єкт оренди оперативно здається кілька разів, щоб орендними платежами від декількох орендарів погасити повністю початкову вартість майна. В оперативній оренді тільки дві сторони – орендар та орендодавець, які взаємодіють на основі договору.

Лізинг – це підприємницька діяльність, яка спрямована на інвестування власних або залучених фінансових коштів і полягає в наданні лізингодавцем у виключне користування на визначений строк лізингоодержувачу майна, що є власністю лізингодавця або набувається ним у власність за дорученням і погодженням з лізингоодержувачем у відповідного продавця майна, за умови сплати лізингоодержувачем періодичних лізингових платежів. Таким чином, суб'єктами лізингу можуть бути: лізингодавець (юридична особа, яка передає право володіння та користування предметом лізингу лізингоодержувачу), лізингоодержувач (фізична або юридична особа, яка отримує право володіння та користування предметом лізингу від лізингодавця) та продавець / постачальник (фізична або юридична особа, в якій лізингодавець набуває річ, що в наступному буде передана як предмет лізингу лізингоодержувачу). Міжнародною лізинговою операцією є операція, яка передбачає укладання лізингового контракту між підприємствами різних країн про купівлю устаткування та обладнання і здачі його в оренду національному або іноземному орендарю. Лізинг передбачає виплату протягом періоду оренди сум, які достатні для повної амортизації капітальних вкладень лізингодавцям та здатні забезпечити їм визначений прибуток, саме тому лізинг відносять до

фінансової оренди. У такому випадку орендар несе всі ризики та вигоди, пов'язані з правом користування та володіння активом.

7.4 Сутність міжнародних перевезень та фактори, що впливають на вибір виду транспорту

Міжнародні перевезення – це переміщення вантажів або пасажирів за допомогою будь-якого виду транспорту з пункту відправлення до пункту призначення, які знаходяться на територіях різних країн або на території іноземної країни. Міжнародні перевезення вантажів забезпечуються морським, річковим, залізничним, повітряним, автомобільним, трубопровідним транспортом. Особливістю міжнародних перевезень є те, що при відправленні вантажу, як правило, регулюються законодавством країни відправлення, а при його видачі в кінцевому пункті – законом країни призначення.

При виборі оптимального виду транспорту для здійснення конкретного перевезення суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності керуються такими факторами, як час доставки, частота відправлень вантажу, надійність дотримання графіка доставки, здатність перевозити різні вантажі, здатність доставки вантаж у будь-яку точку території, вартість перевезення. Оцінюючи кожен вид транспорту, можна зробити наступні висновки.

Залізничний транспорт приваблює низькою собівартістю перевезень, високою провізною і пропускною здатністю та регулярністю. У той же час йому притаманні певні недоліки: обмежена кількість перевізників, невелика швидкість, великі капітальні вкладення у виробничо-технічну базу, висока матеріалоемність і енергоємність перевезень, низька доступність до кінцевих споживачів, недостатньо високе збереження вантажу. У більшості випадків до послуг цього виду транспорту вдаються при перевезенні сільськогосподарських продуктів, корисних копалин, піску, автомобілів, хімікатів.

Морський і річковий транспорт характеризується такими перевагами, як низька собівартість перевезень на далекі відстані, можливість міжконтинентальних перевезень, висока провізна і пропускна здатність, відсутність капітальних вкладень у будівництво провізних шляхів. Його основними недоліками є обмеженість, низька швидкість доставки, залежність від географічних, навігаційних і погодних умов, необхідність створення складної портової інфраструктури, жорсткі вимоги до упакування, низька частота відправлень, недостатня надійність перевезень і збереження вантажу. Нафта, пісок, зерно, гравій, металургійні руди, вугілля – це основні товари, які перевозяться водним транспортом.

Автомобільний транспорт переважає інші види транспорту високою доступністю, великою маневреністю і гнучкістю, високою швидкістю доставки вантажу, можливістю використання різних маршрутів і схем доставки, високим збереженням вантажу, можливістю його відправлення маленькими партіями, широким вибором перевізників. Недоліками автотранспорту є низька продуктивність, залежність від погодних та дорожніх умов, відносно висока собівартість перевезень на великі відстані, низький рівень експлуатаційних показників. Як наслідок, цей вид транспорту найчастіше застосовується при перевезенні на короткі відстані таких

товарів, як одяг, книги, комп'ютери, паперові товари.

Повітряний транспорт характеризується найвищою швидкістю доставки вантажу, високою надійністю, найкращим збереження вантажу, найкоротшими маршрутами перевезень. Він також має і недоліки: мала провізна спроможність, висока собівартість, капіталомісткість, матеріало- і енергоємність перевезень, залежність від погодних умов, недостатня географічна доступність. Найбільш поширеними товарами, які перевозяться цим видом транспорту, є харчові продукти, що швидко псуються, та прилади.

Трубопровідний транспорт є найдешевшим, йому притаманна висока пропускна здатність, високе збереження вантажу та низька капіталомісткість. Найбільший недолік цього виду транспорту – обмеженість видів вантажу та доступність малих обсягів транспортованих вантажів – призводить до того, що за його допомогою транспортуються лише нафта, природний газ, хімікати.

Тема 8 Економічний аналіз зовнішньоекономічної діяльності підприємства

1 Економічний аналіз у сфері зовнішньоекономічної діяльності підприємства

2 Аналіз виконання зобов'язань у зовнішньоторгових контрактах

3 Комплексний аналіз та оцінка виконання зовнішньоекономічної діяльності підприємства

4 Аналіз раціональності використання коштів у зовнішньоекономічній діяльності підприємства

8.1 Економічний аналіз у сфері зовнішньоекономічної діяльності підприємства

Для оцінювання ефективності виконання зовнішньоекономічної діяльності підприємств необхідно знати та володіти інструментарієм виконання економічного аналізу, метою якого оцінка стану та визначення резервів підвищення ефективності цієї діяльності на підприємстві.

Основні завданнями економічного аналізу у зовнішньоекономічній діяльності підприємств:

- аналіз динаміки виконання зовнішньоекономічної діяльності підприємства;

- оцінка фінансових результатів виконання зовнішньоекономічної діяльності;

- оцінка ефективності використання коштів, що були залучені для виконання ЗЕД;

- оцінка рівня та якості виконання підприємствами зобов'язань по зовнішньоторгових контрактах;

- аналіз фінансового стану підприємств, що виконують зовнішньоекономічну діяльність;

- визначення резервів для розробки заходів по підвищенню ефективності виконання зовнішньоекономічної діяльності підприємства зокрема та фінансово-господарської діяльності в цілому.

Основні задачі економічного налізу зовнішньоекономічної діяльності підприємства:

- оцінка ефективності та структури зовнішньоекономічних зв'язків підприємства з партнерами з інших країн;

- оцінка ступеня та якості виконання зобов'язань зовнішньоторгових контрактів;

- виявлення резервів та розробка заходів щодо покращення ЗЕД підприємства.

Економічне обґрунтування зовнішньоекономічної діяльності підприємств виконується на підставі аналізу показників ефективності, які поділяються на абсолютні (різниця між результатами зовнішньоекономічної діяльності та витратами на її здійснення (вартісна оцінка)) та відносні (співвідношення прибутку від зовнішньоекономічної діяльності підприємства до витрат на її здійснення (відсотки, частки одиниці)).

Розрахунок показників ефективності зовнішньоекономічної діяльності базується на таких методичних положеннях:

- всебічний облік всіх складових елементів витрат та результатів зовнішньоекономічної діяльності у документах оперативного, статистичного і бухгалтерського обліку;

- зведення витрат і результатів для зіставлення до однакових кількісних одиниць виміру та виключення дублювання даних;

- дисконтування різних за терміном витрат, доходів та результатів зовнішньоекономічної діяльності;

- зіставлення даних поточного періоду з даними базового періоду для оцінювання поточного стану зовнішньоекономічної діяльності суб'єкта господарювання та опрацювання пропозицій щодо поліпшення ситуації, яка склалася в періоді, що аналізується.

Організація роботи по виконанню економічного аналізу зовнішньоекономічної діяльності підприємства передбачає вибір мети та визначення задач економічного аналізу; визначення терміну, періоду та методики його проведення; визначення джерел інформації; визначення служб та конкретних осіб, що будуть виконувати аналіз; підведення підсумків проведеного аналізу та розробка пропозицій по удосконаленню зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

У залежності від часу проведення розрізняють попередній, поточний та підсумковий аналіз. Попередній аналіз здійснюється на етапі становлення зовнішньоекономічної діяльності на підприємстві з метою підготовки даних для визначення перспектив розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства, розробки прогнозів кон'юнктури товарних ринків, нормативів, лімітів. Поточний (оперативний) аналіз застосовується в процесі виконання зовнішньоекономічної діяльності підприємства з метою підготовки даних для

прийняття оперативних управлінських рішень у сфері зовнішньоекономічної діяльності. Нарешті, підсумковий аналіз спрямований на підведення підсумків по виконанню зовнішньоекономічної діяльності за певний період. Його мета – оцінка результатів виконання зовнішньоекономічної діяльності підприємства за період, виявлення причин допущення помилок та неефективних витрат, пошук резервів покращення зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

У залежності від ступеня охоплення виділяють комплексний та тематичний аналіз. При комплексному аналізі досліджуються в комплексі всі показники, що характеризують зовнішньоекономічної діяльності підприємства за всіма напрямками. При тематичному (локальному) аналізі – окремі показники або напрямки зовнішньоекономічної діяльності. Він застосовується, наприклад, для аналізу окремих ринків збуту товарів або процесів реалізації конкретного товару на різних ринках тощо.

Усі види аналізу зовнішньоекономічної діяльності взаємопов'язані й спрямовані на підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності суб'єктів господарювання та налагодження інтеграційних зв'язків із закордонними партнерами, що в кінцевому рахунку позитивно вплине на результативність діяльності їх в цілому.

8.2 Аналіз виконання зобов'язань у зовнішньоторгових контрактах

Зобов'язання зовнішньоторгових контрактів при виконанні експортно-імпортних операцій мають бути виконані за терміном поставки товарів, якістю та кількістю та іншими умовами, що передбачають ці контракти.

Аналіз виконання експортних та імпортних операцій включає:

- аналіз виконання контрактних умов, що стосуються вартості, фізичного обсягу та ціни експортованих (імпортованих) товарів;
- аналіз виконання зобов'язань за термінами їх поставок та якістю;
- визначення факторів та величин їх впливу на економічні показники;
- визначення причин невиконання зобов'язань за умовами контрактів.

Послідовність виконання аналізу виконання зобов'язань може бути такою:

- аналіз виконання зобов'язань за товарами та товарними групами;
- аналіз виконання зобов'язань за географічною структурою (країнами) експорту-імпорту;
- узагальнення результатів аналізу.

За результатами аналізу готується аналітична інформація за такими напрямками:

- оцінка зовнішньоекономічної діяльності підприємства в цілому;
- оцінка зовнішньоекономічної діяльності підприємства за географічною структурою (за країнами виконання експортно-імпортних операцій);
- оцінка зовнішньоекономічної діяльності підприємства за товарною структурою.

В процесі виконання економічного аналізу виконання зобов'язань за зовнішньоторговими угодами визначається кількість та загальна сума

укладених угод; кількість та сума виконаних угод; кількість, види та сума прострочених угод; причини невиконання умов контрактів.

Для більш повної характеристики роботи підприємства на зовнішньому ринку розраховується питома вага сум контрактів прострочених у звітному періоді та порівнюється цей показник з аналогічним показником минулого періоду.

8.3 Комплексний аналіз та оцінка виконання зовнішньоекономічної діяльності підприємства

Для комплексного аналізу зовнішньоекономічної діяльності підприємства по виконанню експортно-імпортних операцій використовують систему аналітичних показників, які можна об'єднати у такі групи:

- абсолютні показники (обсяг експорту; обсяг імпорту; обсяг накладних витрат на виконання зовнішньоторгівельного контракту; кількість та сума отриманих рекламацій у виконанні зовнішньоторгівельного контракту; кількість задоволених рекламацій);

- відносні показники (індекси динаміки експорту та імпорту за вартістю, за фізичним обсягом, за ціною, за кількістю та за структурою; коефіцієнти виконання зобов'язань з експорту та імпорту за вартістю, за фізичним обсягом, за ціною; середня тривалість обороту експортно-імпортних операцій; коефіцієнт віддачі коштів експортно-імпортних операцій);

- показники структури зовнішньоекономічної діяльності (товарна структура зовнішньоекономічної діяльності; географічна структура зовнішньоекономічної діяльності; структура накладних витрат зовнішньоекономічної діяльності);

- показники ефективності зовнішньоекономічної діяльності (валютна ефективність експорту/імпорту; абсолютна ефективність експорту/імпорту; економічний ефект від експорту/імпорту; ефективність реалізації експортної продукції на внутрішньому ринку; ефективність придбання та використання імпортного обладнання; ефективність придбання та продажу ліцензій).

8.4 Аналіз раціональності використання коштів у зовнішньоекономічній діяльності підприємства

Кошти, які підприємство спрямовує на виконання зовнішньоекономічної діяльності мають раціонально та ефективно використовуватись. Для цього на підприємстві необхідно вивчити оборот коштів у зовнішньоекономічній діяльності; проаналізувати структур, доцільність витрачання та здійснити пошук резервів зниження накладних витрат; визначити рівень ефективності зовнішньоекономічних операцій.

Вивчення оборотності коштів у зовнішньоекономічній діяльності – це одна з основних задач економічного аналізу. Оборот коштів можна поділити на дві основні складові: оборот коштів, що вкладені у товари, та оборот коштів у розрахунках.

Оборот коштів у товарах починається з моменту переходу

товаросупровідних документів від постачальника до підприємства та закінчується випискою рахунку за товар іноземному покупцеві, після чого оборот коштів продовжується у сфері розрахунків.

Оплата покупцем рахунку підприємства та поступлення грошей за товар у банк підприємства означає завершення обороту коштів з експорту.

Здійснюється аналіз обороту коштів у експортних операціях з метою встановлення факторів, які викликають зміни величини вкладів коштів у експортні операції підприємства, а також виявлення можливостей вивільнення коштів із зовнішньоторгового обороту.

Для вивчення обороту розраховують коефіцієнт швидкості обороту, який вказує на середню тривалість одного обороту коштів з експорту (середня тривалість експортної операції) в днях. Для того, щоб розрахувати цей показник, необхідно середній залишок коштів з експорту (суму коштів, яку в середньому вкладає підприємство в експортні операції протягом одного обороту у звітному періоді) помножити на кількість днів у звітному періоді та поділити на собівартість реалізованих товарів на зовнішньому ринку за звітний період.

Тривалість обороту коштів у товарах залежить від дії умов поставки та місця реалізації товарів; способу та організації перевезень товарів; організації документообороту при виконанні контракту.

Аналіз обороту коштів у розрахунках дозволяє виявити доцільність та можливість застосування різних форм розрахунків із врахуванням конкретних країн та фірм; з'ясувати причини зміни тривалості розрахунків з іноземними покупцями за окремими країнами та фірмами; вивчити стан розрахунків з іноземними покупцями на останню звітну дату; вивчити причини виникнення заборгованості іноземних покупців.

До найважливіших складових аналізу раціональності використання коштів у виконанні зовнішньоекономічної діяльності на підприємстві відносять аналіз накладних витрат. До накладних витрат, понесених в процесі виконання експортно-імпоротної діяльності, відносять витрати: на перевезення товарів; на виконання навантажувально-розвантажувальних робіт; на зберігання товарів; сплату митних зборів та митного оформлення товарів; оплату страхових послуг; оплату експортної/імпоротної ліцензії; тощо. Накладні витрати збільшують собівартість експортних/імпорتنних товарів і, як наслідок, зменшують ефективність виконання зовнішньоекономічної діяльності.

Мета аналізу накладних витрат – визначення структури накладних витрат в поточному періоді, порівняння з минулими періодами, пошук резервів зниження величини накладних витрат та підвищення ефективності виконання зовнішньоекономічних операцій. В процесі аналізу необхідно визначити питому вагу накладних витрат у загальній собівартості експортних (імпорتنних) товарів, встановити конкретні причини збільшення загальної суми накладних витрат, проаналізувати зміни за окремими видами накладних витрат.

Після проведеного аналізу оборотності коштів та накладних витрат необхідно оцінити раціональність використання коштів підприємства, що були залучені для виконання зовнішньоторгових операцій.

Коефіцієнт віддачі коштів, вкладених в експортні операції, визначається як відношення вартості реалізованих товарів в експортних цінах до середнього залишку коштів з експорту.

Аналогічно визначається коефіцієнт віддачі коштів, що вкладені в імпортні операції.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ

1. Багрова І. В. Міжнародна економічна діяльність України : навч. посібник / І. В. Багрова. – Київ : Центр навчальної літератури, 2004. – 384 с
2. Господарський кодекс України // [Електронний ресурс. Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/436-15>]. – (дата звернення: 11.06.2018).
3. Гребельник О. П. Основи зовнішньоекономічної діяльності: Підручник / О. П. Гребельник. – Київ : ЦУЛ, 2008. – 432 с.
4. Дідківський М. І. Зовнішньо-економічна діяльність підприємства : Навчальний посібник / М. І. Дідківський. – Київ : Знання, 2006. – 463 с.
5. Дроздова Г. М. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності підприємства / Г. М. Дроздова. – Київ : ЦУЛ. – 2002. – 172 с.
6. Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» // [Електронний ресурс. Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/959-12>]. – (дата звернення: 11.06.2018).
7. Закон України «Про порядок здійснення розрахунків в іноземній валюті» // [Електронний ресурс. Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/185/94-%D0%B2%D1%80>]. – (дата звернення: 11.06.2018)
8. Закон України «Про регулювання товарообмінних (бартерних) операцій у галузі зовнішньоекономічної діяльності» // [Електронний ресурс. Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/351-14>]. – (дата звернення: 11.06.2018).
9. Митний кодекс України // [Електронний ресурс. Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/4495-17/page>]. – (дата звернення: 11.06.2018).
10. Постанова Кабінету міністрів України «Про деякі питання регулювання товарообмінних (бартерних) операцій у галузі зовнішньоекономічної діяльності» // [Електронний ресурс. Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/756-99-%D0%BF>]. – (дата звернення: 11.06.2018).
11. Торгова Л. В. Основи зовнішньоекономічної діяльності : навчально-методичний посібник / Л. В. Торгова; О. В. Хитра. – Львів : Новий Світ-2000, 2012. – 512 с.
12. Управління зовнішньоекономічною діяльністю / Кредісов А. І. – Київ : ВІРА-Р, 1998. – 448 с.

Навчальне видання

НАУМОВ Максим Сергійович

**СУТНІСТЬ ТА ОСНОВНІ ФОРМИ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ
ДІЯЛЬНОСТІ ФІРМИ**

ТЕКСТИ ЛЕКЦІЙ

*(для студентів спеціальностей 051 – Економіка, 071 – Облік і оподаткування,
076 – Підприємництво, торгівля та біржова діяльність)*

Відповідальний за випуск *Н. В. Можайкіна*

За авторською редакцією

Комп'ютерне верстання *М. С. Наумов*

План 2017, поз. 185Л

Підп. до друку 08.06.2018. Формат 60 × 84/16

Друк на ризографі. Ум. друк. арк. 3,7.

Тираж 50 пр. Зам. №

Видавець і виготовлювач:

Харківський національний університет
міського господарства імені О. М. Бекетова,
вул. Маршала Бажанова, 17, Харків, 61002.

Електронна адреса: rectorat@kname.edu.ua

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи:

ДК № 5328 від 11.04.2017.