

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ХАРКІВСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ МІСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА

**М.П. Пан, В.І. Торкатюк, А.Л. Шутенко, О.С. Вороніна**

# **ОСНОВИ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

## **КОНСПЕКТ ЛЕКЦІЙ**

(для студентів 5 курсу заочної форми навчання  
за напрямом підготовки 0501 - “Економіка і підприємництво”,  
спец. 6.050100 – «Економіка підприємства»)

УДК 333.13

ББК 65.290-2

Пан М.П., Торкатюк В.І., Шутенко А.Л., Вороніна О.С. **Основи зовнішньоекономічної діяльності**: Конспект лекцій для студентів 5 курсу заочної форми навчання за напрямом підготовки 0501 - “Економіка і підприємництво”, спец. 6.050100 – «Економіка підприємства». - Харків: ХНАМГ, 2008. – 158 с.

Автори: М.П.Пан,  
В.І.Торкатюк,  
А.Л. Шутенко,  
О.С.Вороніна.

Конспект лекцій побудований за вимогами кредитно-модульної системи організації навчального процесу (КМСОНП).

Рекомендовано для студентів економічних спеціальностей.

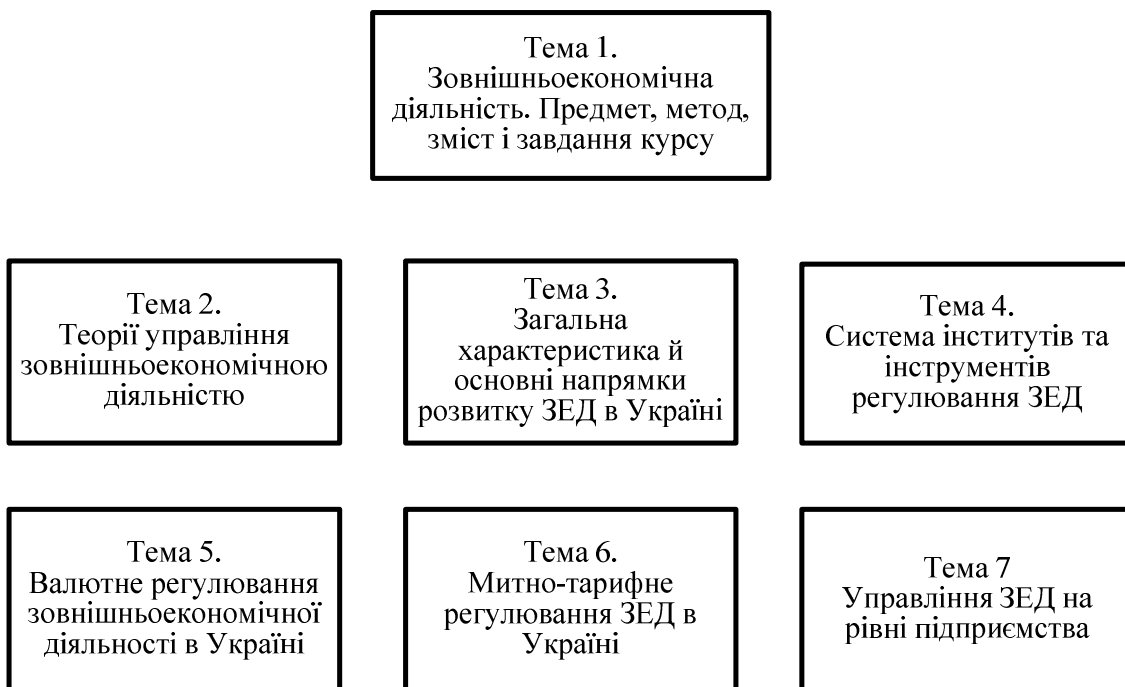
Рецензент: зав. кафедри управління будівництвом і міським господарством Харківської національної академії міського господарства, доктор технічних наук А.Є.Ачкасов.

Затверджено на засіданні кафедри економіки будівництва,  
протокол №11 від 27.06.2007 р.

©Пан М.П., Торкатюк В.І., Шутенко А.Л., Вороніна О.С., ХНАМГ, 2008

# ЗАГАЛЬНА СТРУКТУРА КРЕДИТНО-МОДУЛЬНОЇ ПРОГРАМИ КУРСУ „ОСНОВИ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ”

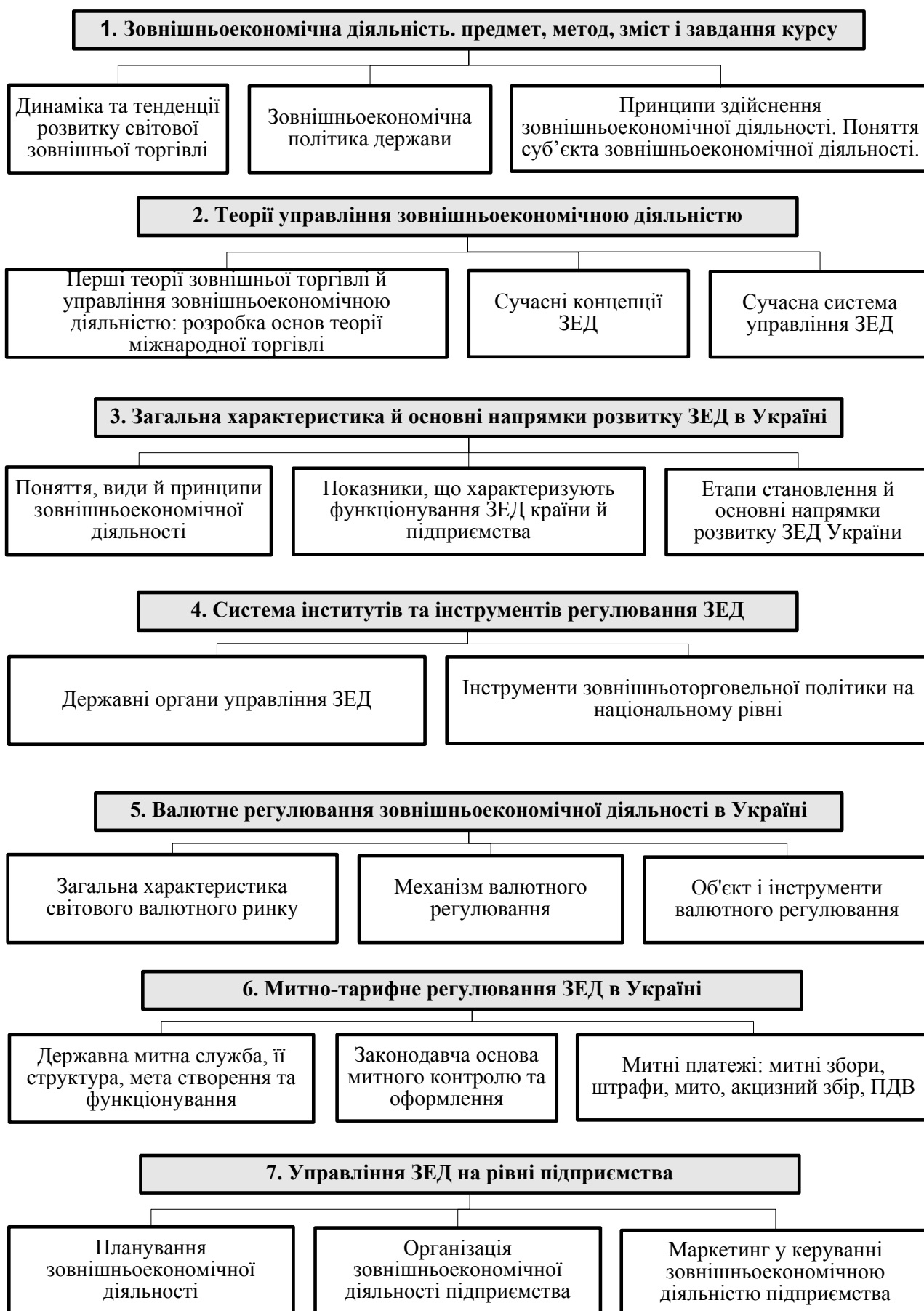
## Змістовий модуль 1. Основи організації та управління зовнішньоекономічною діяльністю



## Змістовий модуль 2. Організація проведення зовнішньоекономічної діяльності та аналіз її ефективності



# СТРУКТУРНО-ЛОГІЧНА СХЕМА КУРСУ



## 8. Зовнішньоторговельні операції: суть, зміст і види

Зміст поняття "зовнішньоторговельна операція", її види.

Етапи оформлення типової зовнішньоторговельної операції купівлі-продажу

## 9. Міжнародні фінансові організації

Загальна характеристика міжнародних фінансових організацій

Міжнародний валютний фонд і група восьми

Всесвітній банк

Європейський банк реконструкції та розвитку

## 10. Організація діяльності міжнародних товарних ринків

Міжнародні товарні біржі

Міжнародні аукціони

Міжнародні торги

Міжнародні ярмарки й виставки

## 11. Структура і зміст міжнародного контракту

Суть і особливості оформлення зовнішньоторгового контракту

Типові контракти в ЗЕД

Структура та зміст зовнішньоторговельного контракту

## 12. Організація та технологія транспортних перевезень

Роль транспорту в зовнішньоекономічній діяльності підприємства. Транспортні операції

Організація міжнародних перевезень основними видами транспорту

## 13. Економічна ефективність зовнішньоекономічної діяльності

Ефективність зовнішньоекономічної діяльності: її сутність, теоретичні аспекти визначення

Показники ефективності зовнішньоекономічної діяльності

Оцінка економічної ефективності ЗЕД підприємства

## 14. Практика ведення комерційних переговорів, пошуку і перевірки ділових партнерів

Класифікація фірм, що діють на світовому ринку

Вибір партнерів на світовому ринку

Джерела і організація роботи зі збору інформації й вивченню фірм-партнерів

Проведення переговорів з іноземними партнерами

## **ТЕМА 1. ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ. ПРЕДМЕТ, МЕТОД, ЗМІСТ І ЗАВДАННЯ КУРСУ**

План: 1.1. Динаміка та тенденції розвитку світової зовнішньої торгівлі.

1.2. Зовнішньоекономічна політика держави.

1.3. Принципи здійснення зовнішньоекономічної діяльності.

Поняття суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності.

### **1.1. Динаміка та тенденції розвитку світової зовнішньої торгівлі**

Зовнішня торгівля на сучасному етапі є надзвичайно динамічною. Це зумовлено в значній мірі розвитком спеціалізації та кооперації виробництва в міжнародному масштабі, скасування ряду обмежень у міжнародній торгівлі, високими темпами розвитку нових індустріальних країн. Панівні позиції в світовій торгівлі посідають розвинуті країни, найбільшими експортерами світу є: США, ФРН, Японія, Франція, Великобританія, Італія, Канада, Нідерланди, Бельгія.

Зовнішня торгівля на сучасному етапі перетворилась у важливу сферу економіки будь-якої країни, зростає її вплив на світовий економічний розвиток. Незважаючи на загальну тенденцію до зростання, міжнародна торгівля зазнає значних коливань, що зумовлено економічними, енергетичними кризами, нестачею сировини та іншими проблемами.

Підвищення ролі зовнішньої торгівлі в економіці кожної країни проходить при нестійких міжнародних торговельних зв'язках. Унаслідок цього в структурі товарообігу та в напрямках зовнішньоторговельних потоків постійно відбуваються зміни.

Сьогодні в міжнародному товаристві суттєво скорочується питома вага сировини і різко підвищується частка готових виробів. В таких країнах як ФРН і Японія частка готової продукції в експорті становить близько 90%. Але в багатьох країнах, що розвиваються, та в країнах Східної Європи значну частину в експорті становлять продовольчі та сільськогосподарські продукти, сировина,

паливо.

Високими темпами зростає міжнародна торгівля машинами й обладнанням, продукцією електротехнічної промисловості. В сучасному експорті дедалі більшого значення набуває наукоємна продукція. Це спричинило розширення торгівлі послугами, і стимулює міжнародну торгівлю товарами.

Характерною рисою сучасного етапу є збільшення частки торгівлі індустріальних країн між собою, на неї припадає понад 70% усієї світової торгівлі.

Економічно менш розвинуті країни намагаються посилити свої позиції в світовій торгівлі шляхом її диверсифікації – тобто одночасним розвитком багатьох її напрямків і розширенням асортименту товарів.

Особливості розвитку міжнародної торгівлі на сучасному етапі:

- Підвищенні темпи зростання міжнародної торгівлі порівняно з темпами росту виробництва.
- Зміни в товарній структурі міжнародної торгівлі на користь готової продукції(особливо наукоємної) і послуг.
- Зростання ролі країн, що розвиваються в міжнародній торгівлі.
- Посилення ролі зовнішньоекономічної політики країн.
- Транснаціоналізація міжнародної торгівлі.
- Посилення ролі науково-технічного прогресу в розвитку міжнародної торгівлі.

Структуру міжнародної торгівлі розглядають у двох ракурсах: як торгівлю окремими групами товарів і як систему методів організації реалізації товарів на світовому ринку.

Товарна структура міжнародної торгівлі – це частка тих чи інших товарів у світовому товарообігу. Сюди відносять основні групи товарів:

1. Продовольство (включаючи напої та тютюн), сировина, мінеральне пальне, продукція переробної промисловості(машини,устаткування, хімічні товари, метали, текстиль).

2. Товари на світовому ринку мають штрихові коди – це належність товару до певної товарної групи, кодування його властивостей та якості за допомогою штрихових позначок. Код України 482. Україна вступила до Міжнародної асоціації товарної нумерації в Європі (EAN) в 1995. У 1996 році вийшла Постанова КМУ “Про введення штрихового кодування товарів”, а з 1997 року введено обов’язкове кодування національних товарів.

Структура міжнародної торгівлі за формами міжнародної торгівлі:

1. Традиційна торгівля – це торгівля між суб’єктами за традиційними правилами: гроші – товар.

2. Торгівля продукцією в рамках кооперації – це спосіб реалізації продукції між суб’єктами міжнародної виробничої кооперації, яка здійснюється, як правило, за трансфертними цінами в пільговому режимі.

3. Зустрічна торгівля – це сукупність міжнародних торговельних угод, при укладанні яких закупівля продукції супроводжується зворотнім постачанням товарів, з метою досягнення балансу експортно-імпортних операцій:

а) бартер – це оцінені й збалансовані товарообмінні операції за єдиним договором-контрактом без грошового еквівалента;

б) зустрічна закупівля;

в) компенсаційні угоди – це довгострокові угоди (10-20 років), при яких покупець сплачує вартість товарів постачанням інших товарів або наданням послуг, а при необхідності різницю доплачує грошима;

г) кліринг – це система безготівкових розрахунків за товари, цінні папери і послуги, що базується на зарахуванні взаємних вимог і зобов’язань;

д) угода “світч” – передача зобов’язань, угоди з багаторазовим перепродажем товарів;

е) угода “оффсет” – це поєднання обміну товарів і послуг з вкладанням капіталу, який використовують головним чином для підтримки реалізації товарів на світовому ринку: для реклами, для покращення упаковки.

4. Біржова торгівля – це оптова торгівля масовими товарами, що мають



стійкі та чіткі якісні параметри, при посередництві бірж. Кон'юнктура біржової торгівлі та ситуація на фондовій біржі є одним з найважливіших і достатньо достовірних показників динаміки світових товарних і валютних ринків.

Товарні біржі бувають:

- Спеціалізовані: Лондон, Нью-Йорк – кольорові метали. Чикаго, Лондон, Вінніпег, Мілан – зерно. Нью-Йорк, Чикаго, Ліверпуль, Бомбей – бавовна. Нью-Йорк, Лондон, Гамбург, Париж – кофе, какао.

- Універсальні: Чикаго – зерно, соя, бройлери, срібло, золото. Лондон – кофе, какао, цукор, каучук.

5. Міжнародний аукціон – це спосіб міжнародного продажу окремих партій товару або окремих предметів, що по черзі виставляються для огляду, і які переходять у власність покупця, що запропонував найвищу ціну.

Види аукціонної торгівлі:

а) публічний “гласний” аукціон;

б) негласний аукціон;

в) голландський аукціон.

Аукціони бувають: спеціалізовані, універсальні, примусові(реалізується майно різного роду боржників, або конфіскованого майна).

Найвідоміші в світі міжнародні аукціони знаходяться в Лондоні, Нью-Йорку, Калькутті, Монреалі, Амстердамі, Коломбо, Санкт-Петербурзі(хутро), Москві(коні).

6. Міжнародні торги(тендери) – це змагальна форма закупівлі, при якій покупець оголошує конкурс для продавців з різних країн на товар чи послугу, які би відповідали певним техніко-економічним даним. Існують відкриті, закриті й одиничні тендери. Найбільше тендери розповсюджені на світовому ринку машин і устаткування.

7. Міжнародний ярмарок – це великий, періодично діючий і відкритий ринок, що проводиться у визначеному місці, порі року(час) і в установленій термін. Метою ярмарку є: укладання угод, демонстрація зразків товарів, обмін науково-технічною інформацією, ділові переговори.

8. Міжнародна виставка – це демонстрація досягнень в області науки та техніки однієї або декількох країн на території іншої країни з метою зацікавити суб'єктів МЄВ для підписання протоколів про наміри торгувати, обміном науково-технічною інформацією, проведенням ділових зустрічей.

9. Консигнаційна торгівля – це продаж товарів за кордон, коли власник товару передає їх продавцю для продажу з його складу.

Види міжнародної торгівлі:

а) торгівля сировиною;

б) торгівля напівфабрикатами;

в) торгівля готовою продукцією: широкого вжитку (машини, обладнання); виробничого призначення (у розібраному вигляді, комплектуючими, в закінченому вигляді).

## **1.2. Зовнішньоекономічна політика держави**

Початкові теоретичні засади зовнішньоекономічної діяльності держави були визначені в контексті розгляду основних форм міжнародних економічних відносин. Щодо цілей, методів і регулювання зовнішньоекономічних зв'язків, то вони потребують спеціального висвітлення як напрям політики держави.

Під зовнішньоекономічною політикою розуміють політичне оформлення міжнародних економічних зв'язків країни. При цьому міжнародні економічні відносини охоплюють усі економічні операції, що здійснюються між господарськими суб'єктами певної країни та їхніми іноземними партнерами (імпорт і експорт товарів, капіталу, послуг, а також транскордонний рух робочої сили і грошей). До зовнішньоекономічної діяльності також належать:

- торгово-політичні заходи, такі як введення, зміна і відміна мита та інших (нетарифних) торгових перешкод або укладення договорів про торгівлю, кооперацію і запобігання подвійному оподаткуванню;

- валютно-політичні заходи (ревальвація і девальвація власної валюти, введення, зміна і відміна обмежень на шляху руху капіталу);

- участь у міжнародних економічних організаціях, включаючи заснування нових організацій.

Зовнішньоекономічна політика ґрунтується на теорії світової економіки, що досліджує засади зовнішньоекономічних операцій та їхній вплив на господарські події в країні і за кордоном. Отримані при цьому знання є основою для формулювання цілей і прийняття рішень для ефективної зовнішньоекономічної політики.

Зовнішньоекономічна політика є частиною економічної політики що в свою чергу, виступає складовою політики держави взагалі. Її цілі мають бути сумісними з цілями економічної політики і політики в цілому. Зовнішньоекономічні заходи повинні відповідати політико-економічному та суспільно-політичному устрою суспільства. Певні зовнішньоекономічні цілі можуть розглядатися тільки як засіб або проміжна мета для досягнення стратегічної загальноекономічної або загальнополітичної мети.

Вищою метою зовнішньоекономічної політики є дотримання або досягнення зовнішньоекономічної рівноваги. В широкому значенні зовнішньоекономічна рівновага має забезпечити процес національного макроекономічного відтворення при пропорційному розвитку економіки. Це відповідає загальній стратегічній меті стабілізації та подальшому зростанню економіки України.

У вузькому значенні зовнішньоекономічну рівновагу визначають як платіжний баланс країни, в якому знаходять відображення всі платіжні потоки між країною і зарубіжними партнерами. При цьому є різні концептуальні підходи до визначення її. Відповідно до них народне господарство перебуває в стані зовнішньоекономічної рівноваги тоді, коли урівноважені платіжний баланс, баланс зобов'язань або так званий основний баланс як сума балансу зобов'язань і балансу довгострокового руху капіталу.

Згідно з першою концепцією для народного господарства характерний стан зовнішньоекономічної рівноваги, коли сума всіх платіжних надходжень із за кордону дорівнює сумі всіх платежів за кордон, тобто коли золотий і

валютний запаси країни не змінюються. Цю концепцію критикують за те, що сальдо платіжного балансу може відображати також політико-економічні заходи уряду цієї країни чи результати операцій центрального банку її з метою досягнення рівноваги платіжного балансу, а отже перекручувати дійсне зовнішньоекономічне становище країни.

Автори другої концепції відстоюють думку, що зовнішньоекономічна рівновага досягається тоді, коли поточний рух товарів між країною та її закордонними партнерами урівноважений. Оскільки в цьому випадку країна спроможна оплатити весь імпорту товарів за рахунок експорту товарів власного поточного виробництва, вона не повинна ні одержувати кредити за кордоном, ні надавати кредити за кордон. Недоліком цієї концепції є те, що вона недостатньо враховує різноманітність міждержавних потоків капіталу.

Прихильники третьої концепції визначають зовнішньоекономічну рівновагу як баланс так званих автономних операцій, тобто баланс міжнародного руху платежів, який заснований на нормальній економічній активності приватних чи державних підприємств. Однак при цьому не враховується те, що при проведенні спеціальних операцій, орієнтованих на досягнення рівноваги платіжного балансу, йдеться переважно про короткостроковий рух капіталу.

Зовнішньоекономічна рівновага у вузькому значенні може досягатися або шляхом вільної торгівлі чи протекціонізму, або поєднувати обидва в певних галузях економіки та напрямках зовнішньоекономічних зв'язків. Коригування цих форм зовнішньоекономічної політики має здійснюватися за показниками зовнішньоекономічної рівноваги в широкому значенні.

Економічна інтеграція народного господарства з економікою інших країн також може бути засобом досягнення економічної рівноваги в широкому значенні. При цьому ступінь єдності визначає ступінь інтеграції та її конкретні форми.

Метою зовнішньоекономічної політики може бути також прагнення незалежності від такого імпорту, який підриває національну безпеку і

політичну незалежність країни. Таке прагнення обмежується окремими секторами економіки (наприклад, сільське господарство, виробництво сталі) або окремими товарами, що мають особливе значення для вітчизняного процесу виробництва (вугілля, нафта тощо). Метою в цьому випадку є досягнення вищого ступеня самозабезпечення, підвищення безпеки постачання. Певну роль тут відіграють також стратегічні міркування.

Ці абстрактні цілі зовнішньоекономічної політики кожна країна реалізує не ізольовано, а в певних пропорціях, з певними акцентами на певних історичних етапах. Так, для України сьогодні актуальні такі цілі зовнішньоекономічної політики:

1. Інтеграція України в світове господарство і динамізація її зовнішньоекономічних зв'язків.

2. Органічне поєднання заходів щодо послідовної лібералізації сфери зовнішньоекономічних зв'язків з регулюючою роллю держави в цій сфері при переважному використанні ринкових, а не адміністративних засобів регулювання.

3. Орієнтація на цілеспрямоване формування й ефективну реалізацію експортного потенціалу країни.

4. Багатовекторність зовнішніх економічних зв'язків України. Для реалізації зазначених цілей в Україні розробляється концепція довгострокової зовнішньоекономічної політики і державна програма розвитку експортного потенціалу.

Розглянемо інструменти реалізації зовнішньоекономічної політики. Потоки товарів, послуг і капіталу між країною та її закордонними партнерами регулюються сукупністю інструментів. Через те що експорт - імпорт товарів і послуг і міжнародні платіжні операції є складовою частиною нормальної економічної діяльності країни, всі макроекономічні заходи, які впливають на економічну активність країни, впливають і на них.

Інструментами зовнішньоекономічної політики називають тільки ті політико-економічні інструменти, які призначені для цілеспрямованого

безпосереднього впливу на зовнішньоекономічні операції. Їх можна поділити на торгово-політичні й валютно-політичні інструменти. До перших належать ті, які впливають на реальні характеристики міжнародного обміну товарами. Найважливішими торгово-політичними інструментами є мито, контингенти та інші нетарифні торгові обмеження.

Мито є найдавнішим інструментом торгової політики. В цілому його розглядають як податок, що держава накладає на товар, якщо він перетинає державний кордон або кордон митної зони. Відповідно до напрямку товарних потоків розрізняють ввізне, вивізне і транзитне мито. Найбільше економічне значення має сьогодні ввізне мито. Вивізне мито накладають лише деякі країни, насамперед на аграрні продукти і сировину.

Раніше мито слугувало насамперед фіскальним цілям - формуванню державних доходів. Історично воно належить до найстаріших джерел доходів держави. Однак мито є не тільки джерелом доходів держави, а й так званою тарифною перешкодою торгівлі. Нарахування мита штучно підвищує ціну товарів при переміщенні їх через кордон, що впливає на попит і пропозицію. Мотиви нарахування мита сьогодні такі:

- для формування доходів держави (так званий фіскальний мотив);
- для коригування рівноваги платіжного балансу;
- для захисту вітчизняних товаровиробників (класичний аргумент захисного мита);
- для захисту вітчизняних робочих місць.

Незалежно від того, з яких мотивів країна хоче встановити мито, вона має при цьому враховувати те, що торгові партнери, які через введення цього мита понесуть збитки, з свого боку, відреагують застосуванням так званого відповідного мита.

Якщо мито діє на зовнішню торгівлю опосередковано, через ціни на товари, що продаються, держава може здійснювати також безпосередній вплив за допомогою контингентування імпорту або експорту товарів. Контингенти - це кількісні і(або) вартісні обмеження ввезення або вивезення певного товару,

що вводяться на певний період. Реалізується контингентування через імпорнтні й експортні квоти, що можуть бути генеральними, груповими та індивідуальними і поширюватись відповідно на всі країни, групу країн чи якусь окрему країну. Якщо торговий партнер певної країни йде через переговори "добровільно" на обмеження свого експорту в цю країну, то говорять про так званий договір добровільного самообмеження.

На практиці імпорнтні квоти мають більше значення, ніж експортне контингентування. І навпаки, імпорнтне мито має багато переваг над імпорнтними контингентами, тому що кількісні обмеження призводять до підвищення ціни імпорнтних товарів, а користується цим експортер, одержуючи більший прибуток. Водночас імпорнтне мито поповнює бюджет держави-імпортера.

Усі торгові перешкоди, за винятком мита, охоплюються поняттям нетарифні торгові перешкоди. Контингенти є тільки формою нетарифних торгових перешкод, які виділяються разом з митом через їх гласність як інструмент державного впливу на торгівлю. Крім контингентів є ще багато інших нетарифних торгових перешкод, які також уже давно використовують як інструмент зовнішньоекономічної політики. На відміну від мита і контингентів вони перешкоджають торгівлі в більш чи менш прихованій формі, вплив їх важко оцінити кількісно. Часто вони є побічним наслідком заходів, що провадяться з іншою метою, наприклад підвищення стандартів охорони здоров'я, безпеки чи охорони навколишнього середовища.

Найважливішими нетарифними торговими перешкодами поряд з кількісними обмеженнями виступають:

- надання всіх видів субвенцій вітчизняним підприємствам і галузям економіки, що беруть участь у міжнародній конкуренції;
- введення певного податкового регулювання на користь вітчизняних галузей економіки, які підпадають під вплив міжнародної конкуренції;
- так звані технічні торгові перешкоди, які встановлюються через національні норми та інші технічні нормативи;

- забезпечення переваг вітчизняним продавцям при розподілі державних замовлень;

- встановлення правових нормативів, що перешкоджають торгівлі.

Певні методи визначення митної вартості та митного оформлення, що відступають від міжнародних норм, наприклад адміністративні акти щодо ввізних документів, упаковки чи маркування.

Правові й управлінські розпорядження, що перешкоджають торгівлі, називають також адміністративними торговими перешкодами. Приховані нетарифні торгові перешкоди дійсні сьогодні для більшої частини світової торгівлі як найсуттєвіша перешкода для вільного товарообміну. Оскільки за численними міжнародними договорами, зокрема ГАТТ-СОР, мито і контингенти як інструмент торгової політики значною мірою втратили своє значення, то приховані нетарифні торгові перешкоди залишаються єдиним інструментом впливу на торгівлю. Це явище дістало назву "неопротекціонізм".

Держава може впливати на зовнішньоекономічні операції не тільки з економічного боку, а й через монетарну сторону, через валютно-політичні заходи. Міжнародний рух платежів може відбуватись тільки тоді, коли можливий обмін національних платіжних засобів. Це відбувається на валютному ринку, на якому складаються певні пропорції обміну між окремими валютами, валютні курси. Через ці валютні курси господарства окремих країн пов'язані одне з одним на монетарній основі. Державний вплив на міжнародну торгівлю і рух капіталу через монетарну сторону реалізується шляхом грошової політики, політики валютного курсу, а також прямих обмежень, контролю міжнародних платежів.

Перше рішення у валютній політиці - це рішення про систему фіксованого валютного курсу чи курсу, що коливається. Перевага фіксованого валютного курсу полягає в тому, що він підвищує безпеку в міжнародній торгівлі та русі платежів, а недолік - у тому, що він може відступати від ціни рівноваги, через що призводить до невірноваження платіжного балансу. Валютний курс, що коливається, має ту перевагу, що (за відсутності



інтервенцій держави на валютний ринок) забезпечує урівноваження платіжного балансу. Недолік його полягає в тому, що він може суттєво коливатись, що негативно впливає на міжнародну торгівлю.

За фіксованого валютного курсу держава має можливість або встановлювати для всіх операцій єдиний валютний курс, або для різних операцій різні валютні курси, що називають розщепленням валютного курсу. В першому випадку для захисту фіксованого курсу достатньо державних інтервенцій на валютний ринок, у другому - неминучі валютні обмеження і прямий контроль руху платежів.

За фіксованого валютного курсу держава може цілеспрямовано змінювати валютний курс, девальвувати чи ревальвувати свою валюту. Ревальвація національної валюти призводить до подорожчання національного продукту за кордоном і до здешевлення імпорту. Тому експорт кількісно зменшується, а імпорт зростає і баланс зобов'язань погіршується. Наслідком ревальвації є одночасно поліпшення реальних відносин обміну і підвищення добробуту в цій країні, адже після ревальвації за одиницю експорту можна одержати більшу кількість імпорту.

Девальвація національної валюти призводить до здешевлення вітчизняних товарів за кордоном і до подорожчання імпорту. В зв'язку з цим зростає експорт і зменшується обсяг імпорту. Девальвація сприяє також поліпшенню міжнародної конкурентоспроможності вітчизняних товарів. З іншого боку, девальвація через погіршення реальних відносин обміну зумовлює падіння добробуту. Країна девальвує свою валюту тільки для того, щоб через зростання експорту та заміщення імпорту вітчизняними товарами підвищити зайнятість в національній економіці. Таку політику називають "політикою бідного сусіда", тому що проблема зайнятості експортується за кордон.

Можливість стимулювання економіки через отримання зовнішньоторгового сальдо (надлишку) відома вже давно і мала важливе значення вже в меркантилізмі XVII ст. Країни, які провадять сьогодні таку

політику, наприклад Японія, часто звинувачують у недобросовісній "неомеркантилістичній" зовнішньоекономічній політиці.

За гнучкого валютного курсу держава може впливати на валютний курс через інтервенції на валютному ринку. Це може мати сенс у разі необхідності амортизувати звичайні коливання валютного курсу й уникнути можливих різких коливань його. В цьому випадку говорять про контрольовану плавучість валютного курсу. Держава може також штучно занижувати валютний курс через інтервенції на валютний ринок для досягнення свого довгострокового курсу на рівновагу і створення переваг у міжнародній конкуренції. Таку ситуацію характеризують як "брудну плавучість".

Політика валютного курсу регулюється суворими міжнародними правилами, тому що заходи політики валютного курсу основних країн - учасниць міжнародної торгівлі мають також суттєві міжнародні наслідки. Так, країни-члени Європейської валютної системи (ЄВС), яка передбачає фіксацію валютного курсу, можуть змінювати його лише за взаємною згодою. Більш як 150 країн-членів МВФ, статут яких передбачає валютний курс, що коливається, зобов'язані не вживати таких заходів, як маніпулювання валютним курсом або міжнародною валютною системою, що можуть порушити існуючий стан платіжного балансу або надати недобросовісні переваги в конкуренції проти інших країн-членів.

У той час, як інструменти грошової політики і політики валютного курсу тільки опосередковано, через відсоток і валютний курс впливають на зовнішню торгівлю і міжнародний рух капіталу, обмеження руху міжнародних платежів слід розглядати як безпосереднє, пряме втручання держави в зовнішньоекономічні операції через монетарну сторону. Під обмеженнями міжнародного руху платежів слід розуміти всі адміністративні постанови і заходи країни, які заважають вільній купівлі-продажу іноземної валюти, що означає обмеження вільної конвертації однієї валюти в іншу.

Контроль міжнародного руху платежів може здійснюватися двома шляхами.

1. Міжнародні операції можливі, але купівля-продаж валюти, необхідної для їх оплати, підлягає державному контролю і обмеженням.

2. Купівля-продаж валюти не обмежена, але потрібні для цього юридичні угоди перебувають під контролем держави і лімітуються за певних обставин.

Який шлях із цих двох обере держава, залежить насамперед від методів обліку, тому що вони діють однаково як прямий контроль усіх міжнародних платежів, дозволених законодавством. Найчастіше обмеження руху платежів поширюються лише на певні частини зовнішньоекономічної діяльності, наприклад на міжнародний рух капіталу чи на валютні операції при міжнародному туризмі. Будь-які обмеження міжнародного руху платежів можуть застосовуватись також до резидентів і нерезидентів.

Організаційні засади зовнішньоекономічної політики визначаються національними законодавчими актами, міжнародними правилами і звичаями, а також спеціальними міжнародними угодами та різноманітними актами міжнародного права. Оформлення цього правового порядку на національному рівні та його формування на міжнародному рівні через укладання відповідних міжнародних угод і вступ до відповідних міжнародних організацій і договорів є також завданням зовнішньоекономічної політики.

Для України національні організаційні рамки в цій сфері окреслені Законом України "Про зовнішньоекономічну діяльність" від 16 квітня 1991 р. з наступними доповненнями, Декретом Кабінету Міністрів України "Про систему валютного регулювання і валютного контролю" від 19 лютого 1993 р. та іншими законодавчими актами. Зазначений закон регулює рух товарів, послуг, капіталу, платежів та інші зовнішньоекономічні відносини. Він визначає зміст, розмір і обсяг обмежень, які дійсні для зовнішньоекономічних зв'язків України та можуть вводитись окремими нормативними актами.

Міжнародні організаційні засади для української зовнішньоекономічної політики витікають з міждержавних угод і правил, які Україна визнає через своє членство в міжнародних організаціях і як договірний партнер дво- та багатосторонніх договорів. Найважливішими серед них є договори з країнами

близького зарубіжжя як основними торговими партнерами України, країнами Східної Європи, Німеччиною, США та ін. З міждержавних угод слід зазначити передусім договори в межах СНД і документ про членство України в МВФ.

### **1.3. Принципи здійснення зовнішньоекономічної діяльності. Поняття суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності**

Суб'єкти господарської діяльності України й іноземні суб'єкти господарської діяльності при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності керуються такими принципами:

Принципом суверенітету народу України в здійсненні зовнішньоекономічної діяльності, що полягає в:

- виключному праві народу України самостійно і 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;

Принципом свободи зовнішньоекономічного підприємництва, що полягає в:

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

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

- обов'язку додержуватися 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 й недискримінації, полягає в:

- рівності перед законом усіх 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, окрім випадків, передбачених цим Законом;

Принципом верховенства закону, що полягає в:

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

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

- забезпечує рівний захист інтересів усіх суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності та іноземних суб'єктів господарської діяльності на її території згідно з законами України;

- здійснює рівний захист усіх 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 і норм міжнародного права;

Принципом еквівалентності обміну, неприпустимості демпінгу при ввезенні й вивезенні товарів.

Суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності в Україні є:

- фізичні особи - громадяни України, іноземні громадяни й особи без громадянства, які мають цивільну правоздатність і дієздатність згідно з законами України і постійно проживають на 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 й консультаційні фірми, кооперативи, кредитно-фінансові установи, міжнародні об'єднання, організації та інші), у 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 суб'єктів господарської діяльності республік Союзу РСР, 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 й які мають постійне місцезнаходження на території України;

- інші суб'єкти господарської діяльності, передбачені законами України.

Україна в особі її органів, місцеві органи влади й 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 згідно з законами України.

### ***Контрольні запитання***

1. Які форми і види міжнародної торгівлі Ви знаєте?
2. Розкрийте сутність зовнішньоекономічної політики.
3. Як Ви вважаєте, що є метою зовнішньоекономічної політики?
4. Які цілі й інструменти реалізації зовнішньоекономічної політики Ви знаєте?

5. У чому полягає сутність принципів зовнішньоекономічної діяльності?
6. Як можна класифікувати принципи зовнішньоекономічної діяльності?
7. Хто є суб'єктом зовнішньоекономічної діяльності в Україні.
8. Що є предметом вивчення курсу?
9. У чому полягає завдання курсу?

### ***Термінологічний словник ключових понять***

*Зовнішньоекономічна діяльність, зовнішня торгівля, бартер, кліринг, біржова торгівля, аукціон, тендер, ярмарок, виставка, консигнаційна торгівля, зовнішньоекономічна політика, валютний курс, суб'єкт зовнішньоекономічної діяльності, зовнішньоекономічне підприємство.*

## **ТЕМА 2. ТЕОРІЇ УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ**

- План: 2.1. Перші теорії зовнішньої торгівлі й управління зовнішньоекономічною діяльністю: розробка основ теорії міжнародної торгівлі.
- 2.2. Сучасні концепції ЗЕД.
  - 2.3. Сучасна система управління ЗЕД.

### **Еволюція поглядів на управління зовнішньоекономічною діяльністю**

Теоретичні концепції управління зовнішньоекономічною діяльністю є поєднанням управлінських ідей і теорій міжнародної торгівлі (бізнесу). Практична спрямованість усіх поглядів на управління зовнішньоекономічною діяльністю полягає в тому, щоб раціоналізувати дії менеджерів у сфері міжнародного бізнесу, підняти ефективність інвестицій в сфері зовнішньоекономічної діяльності. Таке загальне сучасне розуміння теорії управління міжнародним бізнесом.

Проте за багато років існування міжнародної торгівлі й бізнесу в цілому погляди на цю діяльність зазнавали змін, виникало чимало ідей щодо

міжнародного бізнесу, які зберегли свою значимість і до наших днів.

Перед дилемою вибору характеру зовнішньоторговельної національної політики рано чи пізно постають усі держави. Вибір політики фритредерства (вільної торгівлі) або протекціонізму в зовнішній торгівлі в їхньому безкомпромісному варіанті був характерним для минулих століть. У наш час ці два напрямки взаємозалежні й взаємообумовлені. Але дедалі більше й більше в цій суперечливій єдності проявляється провідна роль принципу вільної торгівлі.

Узагальнення теоретичного матеріалу, що розглядає міжнародний бізнес в історичному аспекті, дозволяє виділити три основні етапи еволюції поглядів на зовнішньоекономічну діяльність.

1. Класичні описові концепції міжнародної торгівлі (до XIX ст. включно).

2. Регулятивні теорії розвитку зовнішньоекономічної діяльності (середина 70-х років XX ст.).

3. Сучасні концепції системного підходу до управління міжнародним бізнесом (кінець XX ст.).

Крім часових меж, характерною особливістю етапів є різноманітне співвідношення між концепціями власне міжнародної торгівлі й міжнародного менеджменту. На першому етапі менеджмент не відігравав помітної ролі, оскільки сам предмет почав формуватися наприкінці минулого століття. Як відомо, розвиток економічної теорії (А. Сміт, Д. Рікардо та ін.) більше ніж на два століття випередив теорію менеджменту (Ф. Тейлор, А. Файоль та ін.). Хоча особливої необхідності використовувати менеджмент для міжнародних торгових операцій на першому етапі не було. Практичний досвід, здоровий глузд, стійкі традиції і торговельні звичаї - ось основні інструменти, що забезпечували невеликий обсяг міжнародної торгівлі.

Відмінною рисою другого етапу є активне втручання держав у міжнародні ділові операції. Значною мірою на це вплинули дві світові війни і розкол світу на дві протилежні соціально-економічні системи. Природно, що кожна з них вдавалася до активного використання держави як важливого інструмента реалізації своїх інтересів у сфері міжнародного бізнесу. На цьому



етапі різко зросла роль менеджменту на рівні держав. Міжнародні ділові операції стали об'єктом ретельного планування. Для забезпечення успіху цих операцій обидві системи створюють різноманітні державні й міжнародні інститути. Обидві системи в цей період реалізували ряд значних міжнародних планів і програм. Східні країни втілювали плани соціалістичної економічної інтеграції (створення Ради економічної взаємодопомоги та ін.). Західні країни реалізували в Європі план Маршалла, в Японії план Макартура, створили Європейський Союз, ряд інших міжнародних об'єднань.

Особливістю третього, сучасного, етапу розвитку управління зовнішньоекономічною діяльністю є усунення соціально-політичного протистояння двох систем у сфері міжнародного бізнесу. Нині різко зростає роль корпоративного менеджменту в зовнішньоекономічній діяльності. Багато західних компаній активно проводять ділові операції в постсоціалістичних країнах, у тому числі й в Україні. З іншого боку, багато українських підприємств активно діють на зовнішніх ринках. Саме корпоративний менеджмент міжнародних компаній стає вирішальним чинником розвитку міжнародного бізнесу і розширення зовнішньоекономічної діяльності.

Розглянемо деякі з найбільш популярних теорій управління зовнішньоекономічною діяльністю на кожному з етапів еволюції економічних поглядів.

## **2.1. Перші теорії зовнішньої торгівлі й управління зовнішньоекономічною діяльністю: розробка основ теорії міжнародної торгівлі (класичні концепції міжнародної торгівлі)**

*Меркантилізм.* Очевидно, першою систематизованою теорією міжнародної торгівлі можна вважати меркантилізм, хоча вона не має конкретного автора. Однак у цієї теорії є багато підтверджень, що свідчать про її панування в період з XVI до XVIII ст. включно. Вона базувалася на двох положеннях:

- багатство країни визначається володінням певними цінностями, як правило, золотом;

- для зростання добробуту свого населення держава повинна більше експортувати, ніж імпортувати, і в цьому випадку вона одержить вартість активного сальдо торгового балансу у вигляді золота, що надходить з країн, які мають дефіцит торгового балансу. Для цього необхідна державна монополія на торгівлю, введення обмежень на велику частину імпорту і надання субсидій більшій частині експортних виробництв.

Термінологія часів меркантилістської епохи збереглася і донині: термін "активний торговий баланс" (favourable balance of trade) наприклад, все ще використовують для позначення того, що країна експортує більше, ніж імпортує; "пасивний торговий баланс" (unfavourable balance of trade) вказує на дефіцит останнього. Багато хто ці терміни вживає по суті неправильно: наприклад, слово "активний" (сприятливий) означає вигоду, а "пасивний" (несприятливий) вказує на збитки. В дійсності не обов'язково мати активне сальдо торгового балансу, як не обов'язково збитковим є його дефіцит. Якщо країна має активне сальдо або активний торговий баланс протягом певного періоду, вона одержує товари і послуги за меншу вартість, ніж вивозить за свої межі. В період меркантилізму різниця відшкодовувалася за рахунок переказу золота, а сьогодні вона компенсується наданням кредиту країні з дефіцитним платіжним балансом. Якщо кредит не погашається повністю, то так званий активний торговий баланс може фактично бути не вигідним для країни з активним сальдо.

Останнім часом термін "неомеркантилізм" (neomercantilism) вживається щодо країн, які намагаються мати активний торговий баланс для досягнення певної соціальної або політичної мети. Наприклад, країна може докладати зусиль для досягнення повної зайнятості, виробляючи продукцію понад норму, яку диктує попит всередині країни і вивозячи надлишок за її межі. Або ж країна, можливо, намагається зберегти політичний вплив у якомусь регіоні, постачаючи туди більше товарів, ніж одержує звідти.

*Теорія абсолютної переваги А. Сміта.* Вперше політика фритредерства була визначена А. Смітом при обґрунтуванні ним "теорії порівняльних переваг". А. Сміт доводив, що "обмін сприятливий для кожної країни; кожна країна знаходить у ньому абсолютну перевагу". Аналіз, здійснений Адамом Смітом, став вихідною точкою класичної теорії, що служить основою для усіх видів політики вільної торгівлі.

Викладена в роботі "Дослідження про природу і причини багатства народів" (1776 р.) економічна система А. Сміта будувалася на тому, що більш низькі витрати виробництва товару однієї нації, порівняно з витратами виробництва цього ж товару іншої нації, означають її абсолютну перевагу. Отже, якщо одна нація має абсолютну перевагу у виробництві одного певного товару, а інша - другого, то кожна може спеціалізуватися у виробництві й торгівлі таким товаром, витрати виробництва якого найменші.

Проте, продовжуючи ці міркування до кінця, можна дійти висновку: якщо країна може знайти за кордоном усе, що потрібно, за меншу ціну і без обмежень, то в її інтересах одержувати за кордоном все. А чи робитиме щось вона сама для продажу? Ніщо цього не гарантує. Але яким чином вона розраховуватиметься за те, що купуватиме? Отже, теорія абсолютної переваги заводить у безвихідь.

*Теорія відносної переваги Д. Рікардо - Р. Торренса.* Р. Торренс у "Нарисах про зовнішню торгівлю зерном" (1815 р.), а також Д. Рікардо в дослідженні "Початок політичної економії й оподаткування" (1817 р.) виводять класичну теорію з безвиході. Вони показують, в яких межах можливий і бажаний обмін між двома країнами, виділяючи критерії міжнародної спеціалізації. В інтересах кожної країни - спеціалізуватися на виробництві, в якому вона має найбільшу перевагу або найменшу слабкість і для якого відносна вигода є найбільшою, їхні міркування знайшли своє відображення в так званому принципі, або теорії, порівняльних переваг.

Д. Рікардо показав, що міжнародний обмін можливий і бажаний в інтересах усіх країн. Він визначив ту цінову зону, всередині якої обмін

вигідний для кожного. За допомогою хрестоматійного прикладу торгівлі сукном і вином між Англією і Португалією Д. Рікардо запропонував три варіанти міжнародної торгівлі:

а) рівне співвідношення витрат на виробництво двох видів товарів між двома країнами - в торгівлі немає стимулу;

б) співвідношення витрат, при якому одна з країн має абсолютну перевагу у виробництві одного з видів товарів - тут торгівля можлива з урахуванням абсолютних переваг;

в) співвідношення витрат, при якому кожна з країн має відносну перевагу у виробництві одного з видів товарів - у цьому випадку обидві сторони зацікавлені торгувати внаслідок порівняльних переваг.

*Теорія міжнародної вартості Дж. Ст. Мілля.* Джон Стюарт Мілля у своїй роботі "Основи політичної економії" (1844 р.) показав, за якою ціною здійснюється обмін. За Міллем, ціна обміну встановлюється за законом попиту і пропозиції на такому рівні, що сукупність експорту кожної країни дає змогу оплачувати сукупність її імпорту. Цей закон міжнародної вартості, або "теорія міжнародної вартості", - важлива заслуга Дж. Ст. Мілля. Теорія міжнародної вартості доводить, що існує ціна, яка оптимізує обмін товарів між країнами. Ця ринкова ціна залежить від попиту і пропозиції. На думку сучасного американського економіста Д. Чіпмена, цей закон - "одне з найбільших досягнень людського інтелекту". Той факт, що робота одержала визнання лише через 100 років, Д. Чіпмен пояснював тим, що "цей закон був занадто великим відкриттям для свого часу".

Запропоновані Дж. Ст. Міллем закони міжнародної конкуренції зводяться в основному до двох найважливіших положень. Перше: природне прагнення до міжнародної виробничої спеціалізації веде до встановлення рівноваги у вигодах, одержуваних від цієї спеціалізації. Друге: умови повної або часткової спеціалізації визначаються нерівністю в прибутках, одержуваних від виробництва. Можливості ж повної виробничої спеціалізації залежать від еластичності заміни в споживанні, що існує між виробленими товарами і

тенденцією до відносного вирівнювання абсолютних вигод держав, що беруть участь у міжнародному обміні.

## 2.2. Сучасні концепції ЗЕД

*Теорія Хекшера - Оліна.* Основи сучасних уявлень про те, чим визначаються напрямки і структура міжнародних торгових потоків, заклали шведські вчені-економісти Елі Хекшер і Бертіль Олін. Вони висунули теорію "вирівнювання цін на чинники виробництва", суть якої полягає в тому, що національні виробничі розходження визначаються різною кількістю чинників виробництва - працею, землею, капіталом, а також різною внутрішньою потребою в тих або інших товарах.

У 1948 р. американські економісти П. Самуельсон і В. Столпер удосконалили теорію Хекшера - Оліна, запропонувавши свою: у випадку однорідності чинників виробництва, ідентичності техніки, досконалої конкуренції і повної мобільності товарів міжнародний обмін вирівнює ціну чинників виробництва між країнами.

У концепціях, заснованих на моделі Д. Рікардо з доповненнями Е. Хекшера, Б. Оліна і П. Самуельсона, торгівля розглядається не просто як взаємовигідний обмін, але і як засіб, за допомогою якого можна скоротити розрив на рівні розвитку між країнами.

*Парадокс Леонт'єва.* Подальший розвиток теорія зовнішньої торгівлі одержала в роботі американського економіста В. Леонт'єва під назвою "Парадокс Леонт'єва". Суть парадокса полягає в тому, що використовуючи теорію Хекшера - Оліна, В. Леонт'єв показав: американська економіка повоєнного періоду спеціалізувалася на тих видах виробництва, що потребували відносно більше роботи, ніж капіталу. Іншими словами, американський експорт, порівняно з імпортом, більш трудомісткий і менш капіталомісткий. Цей висновок суперечив усім уявленням про економіку США, що існували раніше. На загальну думку, вона завжди характеризувалася

надлишком капіталу і відповідно до теорії Хекшера - Оліна можна було очікувати, що США експортують, а не імпортують висококапіталомісткі товари.

В наступні роки економісти з різних країн багато дискутували з приводу "парадокса Леонт'єва". Завдяки цьому теорія "порівняльних переваг" одержала подальший розвиток. Вона стала включати поняття технічного прогресу і нерівномірності його розподілу, позафірмової економії засобів, різниці між країнами в заробітній платі та ін.

*Кейнсіанство.* На початку 30-х років ХХ ст. Дж. М. Кейнс створив свою теорію управління національною економікою, включаючи і зовнішню торгівлю. Підсумкова праця Дж. М. Кейнса "Загальна теорія зайнятості, відсотка і грошей" (1936 р.) стала фундаментом сучасної економічної думки і практики. В подальших роботах було доведено, що інтернаціоналізація господарського життя і взаємозалежність стали всеосяжним процесом і роль зовнішньоекономічних зв'язків як чинника зростання і розвитку значно зросла. Саме в цей період узгодження національної зовнішньоекономічної політики і її координація на багатосторонній основі набули особливого значення для справи стабільності й економічного зростання.

Участь країни в міжнародному розподілі праці, з одного боку, і забезпечення її міжнародної економічної безпеки, - з іншого, є стратегічними напрямками управління зовнішньоекономічною сферою країни.

Монетаризм був реалізований в практиці державного регулювання на початку 80-х років ХХ ст. Інтелектуальним лідером монетаристів став професор Чиказького університету Мілтон Фрідман.

Головні відмінності між кейнсіанством і монетаризмом полягають: а) у підході до визначення чинників, що впливають на зміну сукупності попиту (кейнсіанці вважають, що сукупний попит формується під впливом різноманітних чинників, а монетаристи головним чинником вважають пропозицію грошей); б) у трактуванні ролі держави (кейнсіанці виступають за

більш широке втручання останньої в економіку, монетаристи дотримуються протилежної думки, відстоюючи дерегулювання).

На початку 80-х років XX ст. монетаристські концепції були використані для подолання структурної кризи в світовій економіці і вже сформованої взаємозалежності між країнами. Структурні реформи і макро-економічна адаптація, проведені спочатку в США, а потім і в Західній Європі, мали на меті дерегулювання в макро- і зовнішньоекономічній сфері на національному рівні, зсув у бік міжнародних механізмів конкуренції і регулювання і в зв'язку з цим перехід до більш ліберальних і "демократичних" форм управління фінансовими і монетарними важелями, здійснюючи при цьому координацію внутрішньої макроекономічної політики і попиту.

Такий підхід, застосований на практиці американською адміністрацією президента Р. Рейгана на початку 80-х років XX ст., а потім і в Західній Європі, дав змогу перебороти стагфляційний процес, що затягнувся, створити нову систему, яка сприяє зростанню регулювання світогосподарських зв'язків монетарними засобами, враховує реалії національних суверенітетів, дозволяє уникнути надмірної національної директивності.

Структурні реформи і макроекономічна адаптація стали стрижнем Стратегії на чотири десятиліття розвитку ООН, обговореної і прийнятої в 1990 р. 18-ю Спеціальною сесією Генеральної Асамблеї ООН. Делегація України зробила значний внесок у розробку, узгодження і прийняття підсумкового документа "Декларації про Стратегію на IV десятиліття розвитку ООН".

Результатом реалізації цілей Стратегії в промислово розвинених і нових індустріально розвинених країнах став десятилітній період без-кризового розвитку і високих темпів економічного зростання та становлення нової системи багатостороннього регулювання й національного управління зовнішньоекономічною діяльністю.

Теорія зовнішньоторговельного мультиплікатора одержала поширення в західних дослідженнях з проблем міжнародної торгівлі. Відповідно до цієї теорії, ефект впливу зовнішньої торгівлі (зокрема експорту) на динаміку

зростання національного доходу, розмір зайнятості, споживання й інвестиційну активність характеризується для кожної країни цілком визначеними кількісними залежностями і може бути розрахований і виражений у вигляді визначеного коефіцієнта-мультиплікатора (множника). Спочатку експортні замовлення безпосередньо збільшують випуск продукції отже і заробітну плату в галузях, що виконують ці замовлення. А потім починають зростати вторинні споживчі витрати.

### **2.3. Сучасна система управління ЗЕД**

З другої половини ХХ століття, коли міжнародний обмін набуває "вибухового характеру", світова торгівля починає розвиватися високими темпами. В період 1950-1994 рр. світовий торговий обіг зріс у 14 разів. За оцінками західних спеціалістів, період між 1950 і 1970 рр. можна охарактеризувати як "золоті часи" в розвитку міжнародної торгівлі. Саме тоді було досягнуто щорічного 7 %-го зростання світового експорту. Проте вже в 70-ті роки ХХ ст. він знизився до 5 %, ще більше скоротився в 80-ті роки. Наприкінці 80-х років світовий експорт продемонстрував помітне поживлення (до 8,5 % у 1988 р.). Після явного спаду на початку 90-х, у середині 90-х років він знову набирає високих темпів.

Природно, що зазначені зміни сприяли появі сучасних поглядів на управління міжнародним бізнесом. Вони належать не окремим групам дослідників, а представникам вищого менеджменту головних транснаціональних корпорацій. Як основний виділяється ресурсний підхід. Оскільки компанії мають у своєму розпорядженні обмежені ресурси, вони повинні вирішити, використовувати їх усередині країни чи на міжнародному рівні. Переконавшись, що можливості на міжнародному ринку можуть виявитися більшими, ніж на вітчизняному, компанії спрямовують свої ресурси в закордонний сектор. Тому, щоб зрозуміти, чому все ж проводяться торгові операції, необхідно визначити, які вигоди одержують окремі підприємства.



*Концепція експортних можливостей* включає чотири підходи.

1. Використання надлишкових потужностей. Часто компанії мають у своєму розпорядженні виробничі потужності в поточному або довгостроковому періодах, що не користуються адекватним внутрішнім попитом. Це можуть бути розвідані запаси природних ресурсів чи конкретні потужності для виробництва визначеної продукції, які важко переключити на виробництво інших товарів, що мають можливо відповідний внутрішній попит.

Разом з тим, малі країни прагнуть торгувати набагато ширше, ніж великі. Одна з причин полягає в тому, що технологія виробничого процесу може дозволити фірмі рентабельно випускати продукцію тільки при багатосерійному виробництві, в більших обсягах, ніж це потрібно для задоволення попиту в своїй країні. Для прикладу візьмемо автомобільну промисловість: у "Вольво" потреба експорту з невеличкого шведського ринку значно більша, ніж у "Дженерал моторс" - зі значного американського.

2. Зменшення витрат виробництва. Дослідження показали: компанії можуть зменшувати свої витрати на 20-30 % тоді, коли подвоюється випуск продукції, це явище відоме як "крива акумулювання досвіду" (experience curve). Наприклад, якщо ми візьмемо 20 %-ве зменшення витрат виробництва і початкову вартість в 100 дол. на одиницю продукції, то собівартість другої одиниці продукції буде дорівнювати 80 дол., четвертої - 64 дол. і т.д. Зменшення може бути пов'язане з декількома чинниками: покриттям умовно-постійних витрат за рахунок випуску більшого обсягу продукції; підвищенням ефективності за рахунок досвіду, набутого при виробництві великих партій продукції; масовими закупівлями матеріалів і перевезенням їх значними партіями. Тому очевидно, що лідер ринку може одержати переваги стосовно зменшення витрат виробництва перед своїми конкурентами. Одним із засобів збільшення випуску продукції компанією є визначення ринку з глобальної, а не внутрішньодержавної точки зору.

3. Підвищення прибутковості. Виробник може за певних умов продавати ту саму продукцію з більшою вигодою за кордоном, ніж у себе вдома. Це може

бути пов'язано з відмінністю конкурентного середовища на закордонному ринку від вітчизняного, тому що там товар знаходиться на іншому етапі життєвого циклу. Таким чином, етап зрілості всередині країни може призвести до зниження внутрішніх цін, у той час як етап зростання за кордоном може звести нанівець актуальність зниження цін. Підвищення прибутковості може також відбуватися в зв'язку з розходженнями всередині країни і за кордоном державних заходів, які впливають на прибутковість (наприклад, розходженнями в оподатковуванні прибутків або регулюванні цін).

4. Розподіл ризику. Виводячи збут за межі ринку тільки однієї країни, виробник має можливість зводити до мінімуму коливання попиту, оскільки цикли ділової активності країн перебувають у різних фазах, а ті самі товари знаходяться на різноманітних етапах життєвого циклу. Ще один чинник розподілу ризику за допомогою експорту полягає в тому, що виробник зможе придбати більше клієнтів, зменшуючи свою вразливість при втраті якогось одного чи декількох клієнтів.

*Концепція імпортерських можливостей.* Імпульс до участі в торгівлі може надійти або від експортера, або від імпортера. У будь-якому випадку мають бути як продавець, так і покупець. Імпульс від імпортера полягає в тому, що фірма шукає дешевші і високоякісні сировинні та інші комплектуючі матеріали, готові вироби, щоб використовувати їх на своїх виробничих підприємствах. Або ж вона може активно шукати нові товари, розроблені за кордоном, щоб доповнити наявні асортиментні групи. Це дозволить компанії більше продукції запропонувати на продаж, а імпортеру - використовувати надлишкові потужності своєї торгово-розподільчої мережі.

Якщо міжнародні постачання сировини, матеріалів і комплектуючих зменшують витрати виробництва чи підвищують якість готових виробів, то компанія, що їх закуповує, має більшу стійкість проти конкуренції з боку імпортованих готових виробів або ж сама може більш ефективно конкурувати на експортних ринках. Автомобільна промисловість подає приклад глобальної

конкуренції, що залежить від субпідрядників, у тому числі іноземних, у напрямку зменшення витрат виробництва.

Імпортёр, як і експортёр, має можливість розподілити свої операційні ризики. Розширюючи коло постачальників, фірма буде менше залежати від диктату або долі єдиного постачальника. В США наприклад багато значних споживачів, зокрема автомобільна промисловість, диверсифікували свої закупівлі сталі із залученням європейських і японських постачальників. Ця стратегія знизила ризик недостатнього постачання американської автомобільної промисловості у випадку виникнення страйку серед сталеливарників США, але одночасно посилила проблеми в сталеливарній промисловості країни.

### ***Контрольні запитання***

1. У чому полягає сутність управління зовнішньоекономічною діяльністю?
2. Яку роль відіграє менеджмент у розвитку зовнішньоекономічної діяльності України?
3. Які основні етапи еволюції поглядів на зовнішньоекономічну діяльність?
4. Яку теорію міжнародної торгівлі можна вважати першою систематизованою теорією?
5. Чим теорія А. Сміта відрізняється від теорії Д. Рікардо.
6. Які Ви знаєте сучасні концепції зовнішньоекономічної діяльності?
7. Яке значення для практики мають концепції зовнішньоекономічної діяльності?
8. Яке значення для практики мають концепції зовнішньоекономічної діяльності?

### ***Термінологічний словник ключових понять***

*Зовнішньоекономічна діяльність, меркантилізм, неомеркантилізм, теорія абсолютної переваги, теорія відносної переваги, кейнсіанство, монетаризм, теорія Хекшера-Оліна, сучасна теорія міжнародного руху капіталу.*

## **ТЕМА 3. ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА Й ОСНОВНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ЗЕД В УКРАЇНІ**

План: 3.1. Поняття, види й принципи зовнішньоекономічної діяльності.

3.2. Показники, що характеризують функціонування ЗЕД країни й підприємства.

3.3. Етапи становлення й основні напрямки розвитку ЗЕД України.

### **3.1. Поняття, види й принципи зовнішньоекономічної діяльності**

Серед процесів, які визначають особливості розвитку сучасного суспільства, основними є глобалізація й інтернаціоналізація. Сьогодні національні економічні системи можуть ефективно розвиватися тільки за умови їхньої міжнародної взаємодії. Тільки використовуючи переваги міжнародного поділу праці, сукупного міжнародного науково - технічного потенціалу країн можна досягти економічного росту й підвищення добробуту населення.

ЗЕД - це форми й методи відносин між суб'єктами світового господарства з приводу виробництва, розподілу, обміну, споживання матеріальних благ і надання послуг.

Серед основних причин, які стимулюють розвиток зовнішньоекономічних зв'язків, варто виділити наступні:

- нерівномірність економічного розвитку різних країн;
- відмінності в сировинних, людських і фінансових ресурсах;
- характер політичних відносин між країнами;
- різний рівень науково - технічного розвитку;
- специфіка географічного положення, природних і кліматичних умов [2].

Основним нормативним документом, що регулює порядок здійснення зовнішньоекономічної діяльності, є Закон України "Про зовнішньоекономічну діяльність".

Відповідно до ст. 4 Закону в Україні передбачені практично всі відомі в світовій практиці види зовнішньоекономічної діяльності, які можна класифікувати за наступними ознаками:

**1. За напрямком товарного потоку:**

- експорт;
- імпорт;
- транзит.

**2. За структурною ознакою:**

**2.1. Зовнішньоторговельні:**

- товари (торгівля, зустрічна торгівля);
- послуги (туризм, інжиніринг, реінжиніринг, інформаційний обмін, послуги зв'язку, транспортне обслуговування;
- інтелектуальна власність (франчайзинг, ноу - хау, консалтинг).

**2.2. Фінансові:** кредитування, страхування, обслуговування платежів, депозити та ін. банківські операції.

**2.3. Виробничі:** лізинг, кооперація, спільне підприємництво.

**2.4. Інвестиційні:** вкладення капіталу в цінні папери, нерухомість, підприємництво.

**Основні принципи ЗЕД**, на яких базується система ЗЕД в Україні, визначені в ст. 2 Законів:

1. Принцип суверенітету народу України в здійсненні ЗЕД.
2. Принцип волі зовнішньоекономічного підприємництва.
3. Принцип юридичної рівності й недискримінації.
4. Принцип верховенства закону України.
5. Принцип захисту інтересів суб'єктів ЗЕД.
6. Принцип еквівалентності обміну, неприпустимості демпінгу при ввозі й вивозі товарів.

Зовнішньоекономічна діяльність - це діяльність суб'єктів господарювання України й іноземних суб'єктів господарювання, побудована на взаєминах між

ними, що здійснюється як на території України, так і за її межами. Основні суб'єкти ЗЕД визначені в ст. 3 Закону «Про зовнішньоекономічну діяльність».

### **3.2. Показники, що характеризують функціонування ЗЕД країни й підприємства**

Функціонування будь-якої економічної системи, в т.ч. у сфері зовнішньоекономічних відносин, можна охарактеризувати сукупністю економічних показників. Їх можна класифікувати за наступними ознаками:

#### **1. Показники обсягу зовнішньоекономічних зв'язків (ЗЕЗ):**

- обсяг експорту ( $E$ );
- обсяг імпорту ( $I$ );
- зовнішньоторговельний обіг ( $BTO = E + I$ );
- сальдо експорту - імпорту ( $Z = E - I$ );
- реекспорт;
- реімпорт.

#### **2. Показники інтеграції країни (підприємства) в світову систему господарювання:**

- експортна квота ( $EK$ ) - це показник, що характеризує значимість експорту для економіки. Визначається на рівні всього народного господарства, у промисловості, в галузях, підприємствах, за видами продукції:

$$EK = \frac{E}{ВВП(Q_p)} * 100 ,$$

де ВВП - вартість валового внутрішнього продукту;

$Q_p$  - обсяг реалізованої продукції.

- імпортна квота ( $IK$ ) - характеризує значимість експорту для економіки країни, галузі, підприємства.

$$IK = \frac{I}{ВВП(Q_p)} * 100$$

- зовнішньоторговельна квота - характеризує відкритість економіки

країни, галузі, підприємства.

$$ВТК = \frac{E + I}{ВВП(Q_p)} * 100 = \frac{ВТО}{ВВП(Q_p)} * 100.$$

### **3. Показники динаміки зовнішньоекономічних зв'язків:**

- темпи росту експорту (імпорту) на душу населення;
- темпи приросту експорту (імпорту) на душу населення;
- темпи росту (приросту) експорту (імпорту, зовнішньоторговельного обігу);
- коефіцієнт випередження (відставання) темпів росту експорту (імпорту) над темпами росту ВВП;
- коефіцієнт еластичності (залежності) приросту експорту (імпорту) на душу населення від приросту ВВП на душу населення:

$$K_E = \frac{T_{npE(I)}}{T_{npВВП}},$$

де ТПРЕ(I) і ТПРВВП - відповідно темпи приросту експорту (імпорту) на душу населення й ВВП на душу населення.

### **4. Показники структури зовнішньоекономічних зв'язків:**

- географічна структура - це розподіл зовнішньоекономічних операцій у групах країн і регіонах;
- товарна структура - розподіл експорту й імпорту за основними товарними позиціями.

### **5. Показники результативності ЗЕД:**

- платіжний баланс. Він включає ряд статей, найважливішими з яких є: торговельний баланс, баланс послуг, баланс некомерційних послуг, баланс руху капіталів і офіційні валютні резерви;
- експорт на душу населення;
- імпорт на душу населення;
- зовнішньоторговельний обіг на душу населення;
- іноземні інвестиції на душу населення;
- зовнішній борг країни.

### **3.3. Етапи становлення й основні напрямки розвитку ЗЕД України**

Розглянемо етапи становлення й розвитку ЗЕД в Україні. Виділяють 3 етапи розвитку даного процесу.

Перший (1918-1987 р.) - радянські роки, зокрема , післявоєнні й, особливо, останні десятиліття до перебудови.

Зовнішньоекономічні зв'язки колишнього Радянського Союзу в цей період розвивалися по-різному: в роки холодної війни менш інтенсивно, а після подолання - більш інтенсивно. Але в цілому обсяг зовнішньоторговельного обігу постійно збільшувався. Однак до середини 80- х років темпи росту зовнішньоторговельного обігу Радянського Союзу почали різко падати.

Підприємства не мали права безпосередньо виходити на зовнішні ринки. Всі питання (замовлення на експорт, закордонні покупки та ін.) перебували у віданні держави і його органів, максимально знижувало зацікавленість виробників у розвитку експортної продукції, поліпшенні її якості й технічних характеристик.

Багато з названих негативних факторів були обумовлені переважно екстенсивним характером економічного росту, а також специфікою відповідних механізмів керування 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 р.) - роки перебудови економіки. Цей етап характеризувався ліквідацією державної монополії на зовнішню торгівлю й зміною принципів організації керування ЗЕД. У цей період вирішуються два основні завдання:

- 1) розширення прав міністерств і відомств, об'єднань і підприємств по виходу на зовнішній ринок, установленню прямих зв'язків, розвитку виробничої й науково-технічної кооперації;



2) подальше вдосконалення державного регулювання ЗЕД.

На даному етапі був прийнятий ряд важливих урядових постанов, спрямованих на вирішення зазначених завдань. Велика увага приділяється перебудові зовнішньоторговельного апарата на рівні підприємств, регіонів і України в цілому. Складається нова система державного регулювання ЗЕД. Однак її формування не завжди мало поступальний рух. Підприємства, що одержали право виходу на зовнішній ринок, не мали належний досвід ведення експортно-імпортних операцій, достатніми знаннями в області ділових відносин, і етиці міжнародного бізнесу.

Третій етап (1991 р. і до теперішнього часу). Період реформування й розвитку ЗЕД і її керування в Україні як суверенній державі.

Вступ країни на шлях самостійного розвитку зажадало вироблення нової концепції ВЕС із урахуванням проведення Україною самостійної зовнішньоекономічної політики.

Суть прийнятої концепції розвитку ЗЕД складалася:

- у розвитку активного співробітництва із країнами далекого зарубіжжя, входженні в світовий інтеграційний процес;
- в удосконалення й подальшому розвитку економічних зв'язків із країнами ближнього зарубіжжя, переході їх на ринкові відносини.

На даному етапі ЗЕД надається ще більше значення. Вона 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.

У цей період був прийнятий ряд важливих законодавчих актів, зокрема Закони України "Про зовнішньоекономічну діяльність", "Про єдиний митний тариф", "Про режим іноземного інвестування", Декрет Кабінету Міністрів України "Про систему валютного регулювання й валютного контролю" та ін.

Пріоритетними напрямками розвитку ЗЕД на сучасному етапі є:

1. Вступ у ВТО.
2. Створення зони вільної торгівлі з ЄС, поступова інтеграція економіки України в загальноєвропейський простір.
3. Реалізація потенціалу торгово-економічного співробітництва з Росією, ЭЕП та ін. країнами СНД.
4. Нарощування експортного потенціалу шляхом диверсифікованості виробництва з поступовим збільшенням частки наукомісткої продукції
5. Поглиблення співробітництва з міжнародними фінансовими організаціями.

### ***Контрольні запитання***

1. Що таке зовнішньоекономічна діяльність, її види.
2. Назвіть принципи зовнішньоекономічної діяльності.
3. Які види зовнішньоекономічних зв'язків за напрямком товарного потоку Ви знаєте?
4. Перелічити зовнішньоторговельні, фінансові, виробничі й інвестиційні зв'язки.
5. Охарактеризуйте показники динаміки ЗЕЗ.
6. Які показники характеризують інтеграцію економіки країни в світову систему господарювання?
7. Як визначаються показники структури ЗЕЗ?
8. Назвіть розділи платіжного балансу країни.
9. За якими показниками визначаються обсяги ЗЕЗ?
10. Назвіть основні етапи розвитку ЗЕД в Україні.

### ***Термінологічний словник ключових понять***

*Зовнішньоекономічна діяльність, експортна квота, імпортна квота, зовнішньоторговельна квота, зовнішньоторговельний обіг, платіжний баланс, географічна структура, товарна структура, офіційні валютні резерви.*

## ТЕМА 4. СИСТЕМА ІНСТИТУТІВ І ІНСТРУМЕНТІВ РЕГУЛЮВАННЯ ЗЕД

План: 4.1. Державні органи управління ЗЕД.

4.2. Інструменти зовнішньоторговельної політики на національному рівні.

### 4.1. Державні органи управління ЗЕД

Кожна країна самостійно формує систему і структуру державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності на її території, метою якого є: захист власних економічних інтересів і законних інтересів суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності; створення рівних можливостей для суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності; розвиток усіх видів підприємницької діяльності незалежно від форм власності й усіх напрямів використання доходів і здійснення інвестицій; заохочення конкуренції та ліквідація монополізму в сфері зовнішньоекономічної діяльності.

Держава та її органи не мають права безпосередньо втручатися в зовнішньоекономічну діяльність суб'єктів цієї діяльності, за винятком випадків, коли таке втручання здійснюється згідно з чинним законодавством.

#### *Нормативно-правове забезпечення ЗЕД підприємств*

Найвищим органом, який здійснює державне регулювання зовнішньоекономічною діяльністю, є Верховна Рада України. До компетенції Верховної Ради України належить:

- прийняття, зміна і скасування законів, що стосуються зовнішньоекономічної діяльності;
- затвердження головних напрямів зовнішньоекономічної політики України;
- розгляд, затвердження і зміна структури органів державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності;
- укладання міжнародних договорів відповідно до законів України про

міжнародні договори і приведення чинного законодавства України у відповідність до правил, встановлених цими договорами;

— встановлення спеціальних режимів зовнішньоекономічної діяльності на території України;

— затвердження списків товарів, експорт і імпорт яких підлягає ліцензуванню або забороняється.

Також органом державного регулювання ЗЕД є Кабінет Міністрів України, який:

— вживає заходів для здійснення зовнішньоекономічної політики України у відповідність до законів України;

— здійснює координацію діяльності міністерств, державних комітетів і відомств України з регулювання зовнішньоекономічної діяльності;

— координує роботу торговельних представництв України в іноземних державах;

— приймає нормативні акти з питань зовнішньоекономічної діяльності у випадках, передбачених законами України;

— проводить переговори й укладає міжурядові договори з питань зовнішньоекономічної діяльності у випадках, передбачених законами України про міжнародні договори України, забезпечує виконання міжнародних договорів України з питань зовнішньоекономічної діяльності всіма державними органами управління, підпорядкованими Кабінету Міністрів України, залучає до їх виконання інших суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності на договірних засадах;

— відповідно до своєї компетенції, визначеної законами України, вносить на розгляд Верховної Ради України пропозиції щодо системи міністерств, державних комітетів і відомств — органів оперативного державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності, повноваження яких не можуть бути вищими за повноваження Кабінету Міністрів України, які він має згідно з законами України;

— забезпечує складання платіжного балансу, зведеного валютного плану

України;

— здійснює заходи щодо забезпечення раціонального використання коштів Державного валютного фонду України.

Важливі функції регулювання виконує також Національний банк України:

— зберігає і використовує золотовалютний резерв України та інших державних коштовностей, що забезпечують платоспроможність України;

— представляє інтереси України у відносинах з центральними банками інших держав, міжнародними банками та іншими фінансово-кредитними установами й укладає відповідні міжбанківські угоди;

— регулює курс національної валюти України до грошових одиниць інших держав;

— здійснює облік і розрахунки по наданих і одержаних державних кредитах і позиках, провадить операції з централізованими валютними ресурсами, що виділяються з Державного валютного фонду України в розпорядження Національного банку України;

— здійснює інші функції відповідно до Закону України "Про банки і банківську діяльність" та інших законів України. Національний банк України може делегувати виконання покладених на нього функцій банку для зовнішньоекономічної діяльності України.

До центральних органів державного регулювання ЗЕД належить також Міністерство економіки і з питань європейської інтеграції України, яке:

— забезпечує проведення єдиної зовнішньоекономічної політики при здійсненні суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності виходу на зовнішній ринок, координацію їх зовнішньоекономічної діяльності, в тому числі відповідно до міжнародних договорів України;

— здійснює контроль за додержанням усіма суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності чинних законів України й умов міжнародних договорів України;

— проводить антидемпінгові, антисубсидійні й спеціальні

розслідування в порядку, визначеному законами України;

— виконує інші функції відповідно до законів України.

Відповідні повноваження має Державна митна служба

України, яка здійснює митний контроль в Україні згідно з чинними законами України, Антимонопольний комітет України, який контролює додержання суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності антимонопольного законодавства і Міжвідомча комісія з міжнародної торгівлі, до компетенції якої належить оперативне державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні відповідно до законодавства України і прийняття рішення про порушення і проведення антидемпінгових, антисубсидійних або спеціальних розслідувань, застосування відповідно антидемпінгових, компенсаційних або спеціальних заходів.

Крім центральних органів, діють також органи місцевого управління зовнішньоекономічною діяльністю, до яких належать:

— місцеві Ради народних депутатів України та їх виконавчі й розпорядчі органи;

— територіальні підрозділи (відділення) органів державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності України.

Нормативні акти місцевих рад народних депутатів України та підпорядкованих їм виконавчих органів щодо регулювання зовнішньоекономічної діяльності приймаються тільки у випадках, передбачених законами України. Місцеві Ради народних депутатів України та їх виконавчі органи діють як суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності лише через створені ними зовнішньоекономічні комерційні організації, які мають статус юридичної особи України. Органи державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності України можуть створювати свої територіальні підрозділи (відділення), якщо це впливає з їх компетенції, яка визначається законами України і положеннями про ці органи.

## **4.2. Інструменти зовнішньоторговельної політики на національному рівні.**

Держава бере активну участь у розвитку ЗЕД шляхом цілеспрямованого впливу на певні сфери й об'єкти цієї діяльності. Цей вплив здійснюється за допомогою комплексу інструментів регулювання, які поділяються на торговельно-політичні й валютно-політичні. До перших відносять ті інструменти, які впливають на реальну ситуацію з міжнародним обміном товарами. Найважливішими торговельно-політичними інструментами є мито й нетарифні торговельні обмеження.

Мито є найдавнішим інструментом торговельної політики. В цілому мито — це податок, який держава накладає на товар, якщо він перетинає державний кордон або кордон митної зони.

Раніше мито служило насамперед фіскальним цілям — отриманню державних доходів. Воно належить до найстаріших джерел доходів держави. Однак мито є не тільки джерелом доходів держави, а й так званою тарифною перешкодою для торгівлі. Нарахування мита штучно підвищує ціну товарів при переміщенні їх через кордон, що впливає на попит і пропозицію. Мотиви нарахування мита сьогодні такі:

- для формування доходів держави (так званий фіскальний мотив);
- для коригування рівноваги платіжного балансу;
- для захисту вітчизняних товаровиробників (класичний аргумент захисного мита);
- для захисту економіки країн, що розвиваються;
- для захисту молодих галузей вітчизняної економіки;
- для захисту вітчизняних робочих місць;
- для перерозподілу доходів;
- позаекономічні мотиви (національний престиж, національна безпека тощо).

За напрямом товарних потоків розрізняють ввізне, вивізне й транзитне

мито. Найбільше економічне значення сьогодні має ввізне мито. Вивізне мито накладається тільки деякими країнами, насамперед на аграрні продукти і сировину. За способом стягнення мито поділяється на адвалорне, яке нараховується у відсотках до митної вартості товарів, що ним обкладаються; специфічне, нараховується у встановленому розмірі за одиницю товару і комбіноване, що поєднує обидва зазначені вище види мита.

За характером мито буває:

- сезонне, застосовують для оперативного регулювання міжнародної торгівлі продукцією сезонного характеру, насамперед сільськогосподарською;
- антидемпінгове, застосовують у випадку імпорту товарів за ціною, нижчою за звичайну ціну;
- компенсаційне, застосовують при імпорті тих товарів у виробництві яких прямо чи опосередковано використовувалися субсидії країни-експортера.

За походженням мито поділяють:

- на автономне, вводять на підставі односторонніх рішень органів державної влади;
- конвенційне, вводять на основі дво- чи багатосторонніх угод;
- преференційне, вводять на товари, що походять з країн, які розвиваються і має більш низькі ставки порівняно зі звичайним.

Для сучасної світової економіки характерна тенденція поступового переходу від тарифних до нетарифних методів регулювання. Останні поділяють на:

1. Кількісні обмеження (контингентування й ліцензування).

2. "Добровільні" обмеження експорту.

3. Приховані методи торговельної політики.

3.1. Технічні бар'єри:

- вимоги дотримання національних стандартів;
- вимоги отримання сертифікатів якості імпортованої продукції;
- вимоги щодо специфічної упаковки і маркірування товарів;
- вимоги дотримання певних санітарно-гігієнічних норм, включаючи



здійснення заходів із захисту довкілля;

- вимоги дотримання ускладнених митних формальностей і законів про захист прав споживачів тощо.

3.2. Внутрішні податки і збори.

3.3. Політика в рамках державних закупівель.

3.4. Вимога про вміст вітчизняних компонентів.

4. Фінансові методи регулювання торговельних потоків.

4.1. Субсидії.

4.2. Кредитування.

4.3. Демпінг.

5. Некономічні методи регулювання.

5.1. Торговельні договори.

5.2. Правові режими.

Найпоширенішою формою нетарифних обмежень зовнішньої торгівлі як у світі в цілому, так і в Україні, є ліцензування і квотування (контингентування). Ці інструменти використовуються Україною в особі її державних органів у таких випадках:

- у разі різкого погіршення розрахункового балансу України, якщо негативне сальдо його перевищує на відповідну дату 25 % від загальної суми валютних вимог України;

- у разі досягнення встановленого Верховною Радою України рівня зовнішньої заборгованості;

- у разі значного порушення рівноваги по певних товарах на внутрішньому ринку України, особливо по сільськогосподарській продукції, продуктах рибальства, продукції харчової промисловості і промислових товарах народного споживання першої потреби;

- за необхідності забезпечити певні пропорції між імпортною і вітчизняною сировиною у виробництві;

- за необхідності здійснення заходів у відповідь на дискримінаційні дії інших держав;

— у разі порушення суб'єктом зовнішньоекономічної діяльності правових норм цієї діяльності, встановлених законом (як санкція запроваджується режим ліцензування);

— відповідно до міжнародних товарних угод, які укладає або до яких приєднується Україна (запроваджується режим квотування).

В Україні використовують такі види експортних (імпортних) ліцензій:

— генеральна — відкритий дозвіл на експортні (імпортні) операції щодо певного товару (товарах) та/або з певною країною (групою країн) протягом періоду дії режиму ліцензування по цьому товару (товарах);

— разова (індивідуальна) — разовий дозвіл, що має іменний характер і видається для здійснення кожної окремої операції конкретним суб'єктам ЗЕД на період, необхідний для здійснення експортної (імпортної) операції;

— відкрита (індивідуальна) — дозвіл на експорт (імпорт) товару протягом певного періоду часу (але не менше одного місяця) з визначенням його загального обсягу;

— антидемпінгова (індивідуальна) — належним чином оформлене право на імпорт в Україну протягом установленого строку певного товару (товарів), який є об'єктом антидемпінгового розслідування та/або антидемпінгових заходів;

— компенсаційна (індивідуальна) — належним чином оформлене право на імпорт в Україну протягом установленого строку певного товару (товарів), який є об'єктом антисубсидійного розслідування та/або компенсаційних заходів;

— спеціальна (індивідуальна) — належним чином оформлене право на імпорт в Україну протягом установленого строку певного товару (товарів), який є об'єктом спеціального розслідування та/або спеціальних заходів;

Для кожного виду товару встановлюється лише один вид ліцензії.

Квотування здійснюється шляхом запровадження режиму видачі індивідуальних ліцензій, причому загальний обсяг експорту (імпорту) за цими ліцензіями не повинен перевищувати обсягу встановленої квоти. В Україні

прийняті такі види експортних (імпортних) квот (контингентів): глобальні, групові, індивідуальні, антидемпінгові, компенсаційні, спеціальні. Для кожного виду товару можна встановлювати лише один вид квоти.

Рішення про встановлення режиму ліцензування і квотування експорту (імпорту) приймає Верховна Рада України за поданням Кабінету Міністрів України з визначенням списку конкретних товарів, що підпадають під режим ліцензування і квотування, і строків дії цього режиму по кожному товару.

Режим ліцензування і квотування не поширюється на експорт і реалізацію компенсаційної та прибуткової продукції, отриманої інвестором у власність на умовах угоди про розподіл продукції, укладеної відповідно до вимог Закону України "Про угоди про розподіл продукції". Введення будь-яких обмежень щодо експорту і реалізації такої продукції, в тому числі кількісних, не допускається, якщо інше не передбачено угодою про розподіл продукції.

Ліцензії видає Міністерство економіки і з питань європейської інтеграції України, а також у межах наданих ним повноважень — відповідним республіканським органом Автономної Республіки Крим, структурним підрозділом обласної, Київської і Севастопольської міських державних адміністрацій. Ліцензування операцій з переміщення валютних коштів між суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності з метою інвестицій та/або надання (одержання) кредитів здійснює Національний банк України.

Забороняється одночасне встановлення до одних і тих самих товарів режиму ліцензування і квотування, режиму оподаткування експорту (імпорту), за винятком випадків, передбачених законодавством України і режиму попередніх імпортних депозитів.

Інформація про перелік товарів та/або країн, які підпадають під режим ліцензування і квотування, з зазначенням виду ліцензії або квоти по кожному товару (або по кожній групі товарів) має бути доведена до відома суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності не менш як за 60 днів до дати запровадження режиму ліцензування (квотування) шляхом опублікування її в офіційних загальнодоступних засобах інформації України, а також негайно доводитись до

відома органів державного митного контролю України. Режим ліцензування і квотування експорту й імпорту набирає чинності лише після закінчення 60 днів з моменту офіційного опублікування.

Ліцензії видаються на підставі заявок суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності, складених за формою, затвердженою й опублікованою Міністерством економіки і з питань європейської інтеграції України.

Заявка на ліцензію повинна мати такі реквізити: номер заявки, офіційне найменування суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності, найменування і код товару (товарів), виготовлювач, споживач товару, шифр і назва країни (країн), в яку (які) товар експортується або з якої (яких) він імпортується, строк дії, кількість або вартість товару (в разі квотування експорту та імпорту і видачі відкритої індивідуальної ліцензії), митниця, повне найменування й адреса продавця і покупця, вид угоди, валюта платежу, одиниця виміру товару, ціна товару, погодження, ім'я керівника подавця, орган, який видав ліцензію, особливі умови ліцензії.

У разі прийняття рішення про видачу ліцензії на бланку заявки ставлять номер та вид ліцензії, підпис службової особи, яка видала ліцензію і печатка відповідної установи. Бланк заявки, на якому проставлено зазначені вище реквізити є документом, що засвідчує наявність ліцензії. Наявність у подавця заявки контракту, який було укладено до прийняття рішення про видачу ліцензії, не є підставою для її видачі.

Рішення про видачу ліцензії або про відмову видають подавцю заявки не пізніше як у 30-денний строк з дня реєстрації поданої заявки в спеціальному реєстрі протягом двох робочих днів з дня її надходження. Рішення щодо заявки на ліцензію реєструють у Державному реєстрі експортних та імпортних ліцензій, зміст якого відкрито для суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності. Рішення про відмову у видачі ліцензії має бути мотивованим і надсилається (видається) подавцю у письмовій формі.

У разі відсутності зареєстрованого рішення щодо заявки на ліцензію у встановлений законом термін або в разі необґрунтованої відмови у видачі

ліцензії подавець заявки може звернутися за захистом своїх прав до судових органів України. За видачу ліцензії стягується державний збір, розмір якого встановлює Кабінет Міністрів України і який має відповідати фактичним витратам держави на здійснення операцій з видачі ліцензії. Міністерство економіки і з питань європейської інтеграції України не має права вимагати у подавця додаткової інформації, крім тієї, що міститься в заявці.

У разі запровадження режиму квотування заявки на індивідуальні ліцензії розглядаються Міністерством економіки і з питань європейської інтеграції України в порядку надходження, який визначається згідно з датами їх реєстрації.

Якщо на момент надходження заявки встановлену квоту вичерпано, приймання і реєстрація заявок припиняється. Про факт вичерпання квоти протягом семи робочих днів з моменту її вичерпання має бути офіційно повідомлено суб'єкту зовнішньоекономічної діяльності, який подав відповідну заявку.

Копія ліцензії, одержаної суб'єктом зовнішньоекономічної діяльності, додається до вантажної митної декларації і є підставою для пропуску через митницю вантажів, які підпадають під режим ліцензування і квотування. Органи державного митного контролю України надсилають протягом трьох робочих днів до Міністерства економіки і з питань європейської інтеграції України повідомлення про проходження через митний кордон товарів, що підлягають ліцензуванню і квотуванню.

Крім кількісних обмежень експорту/імпорту, якими є ліцензування і квотування, держава встановлює також заборону на певні зовнішньоторговельні операції. Так, в Україні забороняється:

— експорт з території України предметів, що становлять національне, історичне або культурне надбання українського народу, що визначається відповідно до законів України;

— імпорт або транзит будь-яких товарів, про які заздалегідь відомо, що вони можуть завдати шкоди здоров'ю або становити загрозу життю населення і

тваринного світу, або призвести до забруднення навколишнього середовища;

— імпорт продукції і послуг, що містять пропаганду ідей війни, расизму і расової дискримінації, геноциду і т. п., які суперечать відповідним нормам Конституції (Основного Закону) України;

— експорт та імпорт товарів, що здійснюється з порушенням прав інтелектуальної власності.

Конкретний перелік товарів, експорт/імпорт яких підпадає під заборону, затверджує Верховна Рада України за поданням Кабінету Міністрів України.

На територію України дозволяється імпорт лише тих товарів, які за своїми технічними, фармакологічними, санітарними, фітосанітарними, ветеринарними й екологічними характеристиками не порушують мінімальних умов відповідних стандартів і вимог, що діють на території України. В разі відсутності національних стандартів і вимог України щодо певного товару застосовують відповідні міжнародні стандарти і вимоги або іноземні стандарти і вимоги, що діють у провідних країнах — експортерах зазначених товарів.

Технічні, фармакологічні, санітарні, фітосанітарні, ветеринарні й екологічні стандарти та вимоги, а також процедури їх застосування не можуть використовуватися з метою створення нетарифних бар'єрів для здійснення зовнішньоекономічної діяльності суб'єктами цієї діяльності. Товари, що імпортують на територію України, підлягають обов'язковій сертифікації на предмет їх відповідності фармакологічним, санітарним, фіто-санітарним, ветеринарним та екологічним нормам, якщо відповідні вимоги діють і щодо аналогічних товарів національного виробництва згідно з законами України. До товарів, що імпортують на територію України, застосовується національний режим їх сертифікації.

У разі імпорту товарів, що не мають аналогів в Україні, суб'єкт зовнішньоекономічної діяльності, який здійснює імпорт, або іноземний суб'єкт господарської діяльності, який здійснює експорт, повинен пред'явити сертифікат, що засвідчує відповідність технічних, фармакологічних, санітарних, фітосанітарних, ветеринарних та екологічних характеристик цього товару

чинним міжнародним стандартам і вимогам або національним стандартам і вимогам країни, яка є провідною в експорті цього товару. Іноземні суб'єкти господарської діяльності можуть пред'являти згідно з цією статтею сертифікати, що засвідчують відповідність товару зазначеним у цій статті стандартам і вимогам, які діють у країні іноземного експортера, в тому разі, якщо Україна уклала угоду з відповідною державою про взаємне визнання результатів сертифікації товарів.

Відмова у видачі сертифікатів, зазначених у цій статті, має бути обґрунтована і видана подавцю в письмовій формі у встановлені для процедури сертифікації строки. У разі незгоди з відмовою подавець має право оскаржити зазначену відмову в судовому порядку.

До спеціальних імпортних процедур, що застосовують в Україні, належать:

— застосування процедури міжнародних торгів або аналогічних їм процедур;

— режим попередніх імпортних депозитів, що вносяться в банки.

Державні закупівлі з імпорту комплексного устаткування або масових партій інших товарів з використанням коштів Державного валютного фонду України мають обов'язково провадитись через процедуру міжнародних торгів.

Режим попередніх імпортних депозитів запроваджується Національним банком України з метою регулювання платіжного балансу України. При цьому Національний банк України встановлює порядок здійснення операцій з попередніми імпортними депозитами і відносний розмір сум депозитів у процентах до вартості договору (контракту), який не може перевищувати 50 %.

Попередній імпортний депозит відкривається не пізніше як через три робочих дні з моменту набрання договором (контрактом) юридичної сили. У разі порушення зазначеного строку або інших умов відкриття попередніх імпортних депозитів до суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності застосовуються санкції, які визначаються порядком, затвердженим Національним банком України. Забороняється застосування режиму попередніх

імпортних депозитів щодо товарів, до яких запроваджується режим ліцензування і квотування імпорту.

Одним із інструментів нетарифного регулювання ЗЕД є правовий режим для іноземних суб'єктів господарської діяльності на території країни. Так, в Україні діють:

— національний режим, який означає, що іноземні суб'єкти господарської діяльності мають обсяг прав і обов'язків, не менший ніж суб'єкти господарської діяльності України. Національний режим застосовується щодо всіх видів господарської діяльності іноземних суб'єктів цієї діяльності, пов'язаної з їх інвестиціями на території України, а також щодо експортно-імпортних операцій іноземних суб'єктів господарської діяльності тих країн, які входять разом з Україною до економічних союзів;

— режим найбільшого сприяння, який означає, що іноземні суб'єкти господарської діяльності мають обсяг прав, преференцій і пільг щодо мита, податків і зборів, якими користується та/або буде користуватися іноземний суб'єкт господарської діяльності будь-якої іншої держави, щодо якої діє згаданий режим, за винятком випадків, коли зазначене мито, податки, збори і пільги за ними встановлюються в рамках спеціального режиму, визначеного нижче. Режим найбільшого сприяння надається на основі взаємної угоди суб'єктам господарської діяльності інших держав згідно з відповідними договорами України і застосовується в сфері зовнішньої торгівлі;

— спеціальний режим, який застосовується на території спеціальних економічних зон, а також на території митних союзів, до яких входить Україна і в разі запровадження будь-якого спеціального режиму згідно з міжнародними договорами за участю України.

### ***Контрольні запитання***

1. Охарактеризуйте значення макроекономічного підходу в регулюванні світової економіки і зовнішньоекономічних зв'язків.
2. Назвіть основні інституції регулювання на багатосторонньому і



національному рівнях.

3. Назвіть засоби зовнішньоекономічного регулювання.

4. Який комплекс інструментів регулювання зовнішньоекономічної діяльності Ви знаєте?

5. На що не поширюється режим ліцензування і квотування?

### ***Термінологічний словник ключових понять***

*Механізм регулювання ЗЕД. Цілі, суб'єкти й інструменти регулювання ЗЕД. Державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності. Органи державного регулювання ЗЕД. Механізм державного регулювання ЗЕД. Торговельно-політичні й валютно-політичні інструменти регулювання ЗЕД. Мито. Нетарифне регулювання. Ліцензування і квотування ЗЕД. Заборона експорту/імпорту. Спеціальні імпортні процедури. Правові режими. Національний режим, режим найбільшого сприяння, спеціальний режим.*

## **ТЕМА 5. ВАЛЮТНЕ РЕГУЛЮВАННЯ**

### **ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ**

План: 5.1. Загальна характеристика світового валютного ринку.

5.2. Механізм валютного регулювання.

5.3. Об'єкт і інструменти валютного регулювання.

#### **5.1. Загальна характеристика світового валютного ринку**

Сучасний валютний ринок - механізм, функціонування якого покликано забезпечити купівлю й продаж національних грошових одиниць і іноземної валюти з метою їхнього використання для обслуговування міжнародних платежів, спекуляції, хеджування валютних ризиків.

**Основне завдання валютного ринку** - забезпечення волі вибору й дій власника валюти.

Сучасний валютний ринок – інституціонально-регульований ринок. Існує система міжнародних валютних організацій, союзів і угод, що діють на міждержавній і транснаціональній основі, система страхування від валютного ризику. Ця система доповнює й коригує дію ринкових саморегуляторів валютного ринку.

Таким чином, основними елементами сучасного валютного ринку є:

- валютний дохід;
- конкуренція;
- комерційний (валютний) ризик;
- система інституціональних регуляторів.

Валютний ринок має всі атрибути звичайного ринку:

- об'єкти;
- суб'єкти;
- попит і пропозиція;
- ціна;
- інфраструктура й комунікації.

**Об'єкт** - національні й іноземні валютні цінності, певні в Декреті Кабінету Міністрів України "Про систему валютного регулювання і валютного контролю". До них належать: валюта України, платіжні документи та ін. цінні папери, виражені у валюті України, іноземна валюта, платіжні документи та ін. цінні папери, виражені в іноземній валюті або банківських металах і банківські метали.

У валютних операціях різні групи економічних суб'єктів. Основними з них є:

- 1) фірми, організації, приватні особи, що займаються ЗЕД;
- 2) посередники: комерційні банківські установи, що обслуговують ЗЕЗ, біржі, брокерські фірми, контори, трейдери та ін.)
- 3) державні установи, головними з яких є валютні банки й державні казначейства окремих країн;
- 4) спекулянти - професіонали (дилери);

- 5) хеджери;
- 6) інвестори.

На стан і динаміку попиту і пропозиції на валютному ринку впливає три групи факторів:

- 1) курсообразуючі фактори: стан платіжного балансу країни, обсяг ВВП, процентні ставки в країнах, курс яких рівняється, ріст внутрішніх цін країни в порівнянні з зовнішніми;
- 2) регулюючі фактори: пряме державне регулювання і структурні фактори;
- 3) фактори кризового характеру: дефіцит держбюджету, інфляція, надмірне регулювання цін, висока монополізація виробництва. Ці фактори знижують дію курсообразуючих факторів.

Ціною на валютному ринку є валютний курс.

Валютний ринок має свою інфраструктуру й систему комунікацій, що забезпечують оперативний зв'язок між всіма суб'єктами ринку. Розвиток інформаційних технологій і способів зв'язку дозволяє об'єднати окремі міжнародні ринки в єдиний всесвітній ринок, що функціонує цілодобово.

## **5.2. Механізм валютного регулювання**

Механізм функціонального валютного регулювання має два рівні: міждержавний (в т.ч. регіональний) і національний.

Розглянемо валютне регулювання на міждержавному рівні. Сучасний механізм валютного регулювання сформувався після впровадження на основі Ямайської угоди плаваючих курсів і принципу поліцентризму в структурі побудови всієї валютної системи.

Функції регулювання міжнародних валютних відносин виконує МВФ, що керується в своїй діяльності уставом Фонду й спільно прийнятими країнами - учасницями постановами й договорами.

МВФ аналізує виконання кожною країною загальних зобов'язань у сфері

валютних курсів. У квітні 1977р. були визначені три основних принципи для країн - учасниць Фонду:

1. Кожна країна не повинна допускати такої маніпуляції курсами, що давала б їй можливість одержати несправедливі конкурентні переваги над іншими країнами.

2. Кожна країна зобов'язана здійснювати валютне регулювання, спрямоване на запобігання руйнівних наслідків, викликаних короткостроковим коливанням валютних курсів.

3. При проведенні політики регулювання повинні враховуватися інтереси інших членів Фонду, включаючи інтереси тих країн, у валютах яких здійснюється інтервенція.

МВФ активно впливає на країни - учасниці шляхом стабілізаційних програм і механізму взаємних консультацій. Відмова країни виконувати рекомендації МВФ фактично закриває їй доступ до світового ринку капіталів.

Вступивши в члени МВФ в 1992р., Україна одночасно ввійшла в структуру Всесвітнього банку. Це дає їй можливість одержувати істотні можливості для структурної перебудови економіки, стабілізації валюти, відкриває шлях до залучення іноземних інвестицій.

Механізм регулювання ЗЕД на національному рівні, його інституціональні структури, принципи й нормативні параметри визначаються законодавчими актами кожної країни.

Головна мета валютного регулювання і контролю на національному рівні це досягнення стабільності валютних курсів для створення оптимальних умов ЗЕД і насамперед зовнішньої торгівлі, забезпечення стабільного економічного росту стримування інфляції, підтримка рівноваги зовнішньоекономічного обороту і платіжного балансу.

Основними документами, що регулюють валютні операції учасників ЗЕД, є Закон України "ПРО ЗЕД", Закон України "Про порядок розрахунків в іноземній валюті" і Декрет Кабінету міністрів України "Про систему валютного регулювання й валютного контролю". В цих документах встановлено режим

здійснення валютних операцій на території України, принципи валютного регулювання, повноваження державних органів, права й обов'язки суб'єктів валютних відносин.

Правовий режим валютних відносин в Україні можна визначити як режим валютних обмежень. Сутність такого режиму складається в забороні, обмеженні або регламентації операцій з валютою або з валютними цінностями.

В Україні використовують наступні види обмежень на проведення валютних операцій:

- регулювання переказів і платежів за кордон, вивіз капіталу, золота, грошових знаків і цінних паперів, репатріація прибутків;
- обмеження вільної купівлі й продажу валюти;
- здійснення валютних операцій у центральному або спеціально вповноважених банках;
- контроль за створенням і ліквідацією авуарів (засобів, що зберігаються на рахунках в іноземних банках) у країні;
- контроль за інвестиціями нерезидентів в економіку країни й резидентів в економіку інших країн;
- здійснення декларування, попереднього дозволу, контролю або заборони окремих видів валютних операцій.

Відповідно до діючого законодавства, в Україні єдиним законним засобом платежу є національна валюта. Порядок і суми ввозу, вивозу переказу за і через границю валюти визначає Національний банк України. Порядок, види, форми й строки звітності про валютні операції визначаються НБУ і погоджують з Мінстатом. Ліцензії на здійснення валютних операцій також видає НБУ.

В Україні застосують пряме котирування. Офіційний курс гривні до іноземних валют установлює НБУ:

- щодня - для вільно конвертованих валют;
- один раз на місяць для інших валют.

НБУ може встановлювати граничні розміри маржі по операціях на

міжбанківському валютному ринку України, крім операцій, пов'язаних з ф'ючерськими угодами.

### **5.3. Об'єкт і інструменти валютного регулювання**

Головним об'єктом валютного регулювання є валютний курс національної грошової одиниці. Його зміна істотно впливає на розвиток внутрішньогосподарських процесів і зовнішньоекономічної позиції тієї або іншої країни.

Валютний курс - це обмінне співвідношення між двома валютами або ціна однієї валюти, виражена в іншій валюті.

Валютний курс необхідний для:

- взаємного обміну валютами при торгівлі товарами, послугами, при русі капіталів і кредитів;
- порівняння цін світових і національних ринків і вартісних показників різних країн;
- періодичної переоцінки рахунків банків і фірм в іноземній валюті.

У практиці валютного регулювання використовують наступні інструменти:

- девальвація валюти передбачає цілеспрямовані дії відповідних структур з метою зниження обмінного курсу власної країни;
- ревальвація валюти;
- валютна інтервенція;
- дисконтна політика - зміна НБУ дисконтної ставки з метою зміни величини валютного курсу шляхом впливу на вартість кредиту на внутрішньому ринку;
- протекціоністські заходи - валютні обмеження, режим конвертованості валюти та ін.

Вплив валютного курсу на зовнішньоекономічні відносини наведений в роботі [3].

### ***Контрольні запитання***

1. Назвіть основні завдання й елементи валютного ринку.
2. Перелічити основні атрибути валютного ринку.
3. Що належить до національних і іноземних валютних цінностей?
4. Охарактеризуйте фактори, що впливають на величину й динаміку попиту і пропозиції на валютному ринку.
5. Які рівні валютного регулювання Ви знаєте?
6. Яка організація здійснює валютне регулювання на міжнародному рівні?
7. Назвіть цілі валютного регулювання на національному рівні.
8. Перелічити види обмежень на проведення валютних операцій в Україні.
9. Що є об'єктом валютного регулювання?
10. Перелічити інструменти валютного регулювання й охарактеризуйте їхній вплив на зовнішньоекономічні відносини.

### ***Термінологічний словник ключових понять***

*Валютні цінності, цінні папери, акції, облігації, валютне регулювання, інфляція, девальвація, ревальвація, дисконтні ставки, дисконтна політика, валютна інтервенція.*

## ТЕМА 6. МИТНО-ТАРИФНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЗЕД В УКРАЇНІ

План: 6.1. Державна митна служба, її структура, мета створення і функціонування.

6.2. Законодавча основа митного контролю й оформлення.

6.3. Митні платежі: митні збори, штрафи, мито, акцизний збір, ПДВ.

Митне регулювання - регулювання питань, пов'язаних із встановленням мита і митних зборів, процедурами митного контролю, організацією діяльності органів митного контролю України.

Порядок переміщення через митний кордон України товарів та інших предметів, митне регулювання, пов'язане з установами мита і митних зборів, процедури митного контролю та інші засоби проведення в життя митної політики становлять митну справу. Митна справа в Україні розвивається в напрямі гармонізації та уніфікації з загальноприйнятими в міжнародній практиці нормами і стандартами.

Україна самостійно визначає митну політику, створює власну митну систему і здійснює митне регулювання на своїй території відповідно до Митного кодексу, законів України і міжнародних договорів за участю України. Митне регулювання здійснюється на основі принципів:

- виключної юрисдикції України на її митній території;
- виключної компетенції митних органів України щодо здійснення митної справи;
- законності;
- єдиного порядку переміщення товарів і транспортних засобів через митний кордон України;
- системності;
- ефективності;
- додержання прав і інтересів фізичних та юридичних осіб, які охороняються законом;



— гласності й прозорості.

Територія України, в тому числі території штучних островів, установок і споруд, що створюються в економічній (морській) зоні України, над якими Україна має виключну юрисдикцію щодо митної справи, становить єдину митну територію. Межі митної території України є митним кордоном України. Митний кордон України збігається з державним кордоном України, за винятком меж спеціальних митних зон. Межі території спеціальних митних зон є складовою митного кордону України.

На території України можуть створюватися спеціальні митні зони різного типу. Статус і територія зазначених зон визначається Верховною Радою України відповідно до законів України про спеціальні митні зони.

Україна може укласти з державами двосторонні й багатосторонні договори, які на основі взаємності встановлюють спеціальні митні режими, що передбачають пільгові умови для суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності України й іноземних суб'єктів господарської діяльності цих держав.

Митні правила мають бути опубліковані не пізніше як за 45 днів до дати введення їх у дію. У разі, якщо зазначені правила не будуть офіційно опубліковані, вони не набирають чинності. Якщо такі правила будуть опубліковані невчасно, датою набрання чинності вважатиметься сорок шостий день з моменту офіційної публікації.

Регулювання митної справи здійснюють найвищі органи державної влади й управління України: Верховна Рада та Кабінет Міністрів України.

### **6.1. Державна митна служба, її структура, мета створення і функціонування.**

Спеціально уповноваженим органом у галузі митної справи є Державна митна служба України, яка є центральним органом виконавчої влади зі спеціальним статусом. Державна митна служба України приймає нормативні акти тільки відповідно до Митного кодексу та інших законів України.

Безпосереднє здійснення митної справи покладається на митні органи України. Система митних органів України складається з Державної митної служби України, регіональних митниць, спеціалізованих митних управлінь і організацій, установ і навчальних закладів. Митні органи України, здійснюючи митну політику, розв'язують такі головні завдання:

Митне регулювання ЗЕД підприємств:

- захист економічних інтересів України;
- контроль за додержанням законодавства України про митну справу;
- забезпечення виконання зобов'язань, які випливають з міжнародних договорів за участю України стосовно митної справи;
- використання засобів митно-тарифного і позатарифного регулювання при переміщенні через митний кордон України товарів та інших предметів;
- вдосконалення митного контролю й оформлення товарів та інших предметів, що переміщуються через митний кордон України;
- комплексний контроль разом з Національним банком України за валютними операціями;
- здійснення заходів щодо захисту інтересів споживачів товарів і додержання учасниками зовнішньоекономічних зв'язків державних інтересів на зовнішньому ринку за участю відповідних міністерств;
- створення сприятливих умов для прискорення товарообігу і пасажиропотоку через митний кордон країни;
- боротьба з контрабандою і порушеннями митних правил;
- співробітництво з митними та іншими органами зарубіжних країн, а також з міжнародними організаціями з питань митної справи;
- ведення митної статистики.

Державна митна служба України має таку структуру: 44 митниці і три регіональні митниці (регіональна інформаційна митниця, енергетична регіональна митниця, київська регіональна митниця).

Товари та інші предмети, що ввозять на митну територію України і вивозять за межі цієї території, підлягають обкладанню митом. Мито нараховує

митний орган України відповідно до положень Закону "Про Єдиний митний тариф" і ставок Єдиного митного тарифу України. Мито йде до державного бюджету України.

Єдиний митний тариф України — це систематизований перелік ставок мита, яким обкладаються товари та інші предмети, що ввозять на митну територію України, вивозять за межі цієї території або переміщують транзитом по цій території. Ставки Єдиного митного тарифу України єдині для всіх суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності незалежно від форм власності, організації господарської діяльності і територіального розташування, за винятком випадків, передбачених законами України і міжнародними договорами за її участю.

## **6.2. Законодавча основа митного контролю й оформлення.**

Державна митна служба керується законами і нормативними актами, прийнятими Верховною Радою України, Указами Президента і Декретами Кабінету Міністрів. Серед них основоположними є Закони України «Про зовнішньоекономічну діяльність», «Про режим іноземного інвестування». Декрети Кабінету Міністрів України «Про систему валютного регулювання і контролю», «Про єдиний митний тариф» та ін.

## **6.3. Митні платежі: митні збори, штрафи, мито, акцизний збір, ПДВ.**

Мито, що стягується митницею, — це податок на товари та інші предмети, що переміщують через митний кордон України. Залежно від способу стягнення в Україні застосовують такі види мита:

— адвалорне, нараховується у відсотках до митної вартості товарів та інших предметів, що обкладаються митом;

— специфічне, нараховується у встановленому грошовому розмірі на одиницю товарів та інших предметів, що обкладаються митом;

— комбіноване, поєднує обидва види мита.

Надання пільг і зміна ставок мита, в тому числі на предмети особистого користування, здійснюються Верховною Радою України за поданням Кабінету Міністрів України. Забороняється застосовувати інші види мита, крім тих, що встановлені законом. Залежно від об'єкта обкладення мито буває: ввізне, вивізне і транзитне. Ввізне мито нараховується на товари та інші предмети при їх ввезенні на митну територію України. Це мито є диференційованим:

— до товарів та інших предметів, що походять з держав, які входять разом з Україною до митних союзів або утворюють з нею спеціальні митні зони і в разі встановлення будь-якого спеціального преференційного митного режиму згідно з міжнародними договорами за участю України, застосовують преференційні ставки ввізного мита, передбачені Єдиним митним тарифом України;

— до товарів та інших предметів, що походять з країн або економічних союзів, які користуються в Україні режимом найбільшого сприяння, котрий означає, що іноземні суб'єкти господарської діяльності цих країн або союзів мають пільги щодо мита, за винятком випадків, коли зазначене мито й пільги щодо них встановлюються в рамках спеціального преференційного митного режиму, застосовуються пільгові ставки ввізного мита, передбачені Єдиним митним тарифом України;

— до решти товарів та інших предметів застосовують повні (загальні) ставки ввізного мита, передбачені Єдиним митним тарифом України.

Вивізне мито нараховують на товари та інші предмети при їх вивезенні за межі митної території України. Вивізне мито нараховується за ставками, передбаченими Єдиним митним тарифом України.

На окремі товари та інші предмети може встановлюватися сезонне ввізне і вивізне мито на строк не більше чотирьох місяців з моменту їх встановлення. З метою захисту економічних інтересів України, українських виробників та у випадках, передбачених законами України, у разі ввезення на митну територію України і вивезення за межі цієї території товарів незалежно від інших видів

мита можуть застосовуватися особливі види мита: спеціальне, антидемпінгове, компенсаційне.

Спеціальне. Застосовують для захисту вітчизняних виробників від імпорتنих конкурентних товарів, для попередження недобросовісної конкуренції або у відповідь на дискримінаційні дії з боку інших держав;

Антидемпінгове. Відповідно до правил ГАТТ/ВТО вводять з метою захисту від демпінгу. Його застосовують у випадку виявлення фактів демпінгу, тобто імпорту на територію України за ціною, яка є суттєво нижчою від їхніх конкурентних цін у країні-експортері. Ставка антидемпінгового мита не може перевищувати різницю між конкурентною оптовою ціною об'єкта демпінгу в країні експорту і заявленою ціною у разі його ввезення на територію України або різницю між ціною об'єкта демпінгу з України і середньою ціною українського експорту подібних товарів;

Компенсаційне. Застосовують у випадку ввезення на територію України товарів, для виробництва й експорту яких використано субсидії, якщо такий імпорт завдає шкоди вітчизняним виробникам подібних товарів. Ставка компенсаційного мита не може перевищувати розмір субсидії.

Особливі види мита справляються на підставі рішень про застосування антидемпінгових, компенсаційних або спеціальних заходів, прийнятих відповідно до законів України "Про захист національного товаровиробника від демпінгового імпорту", "Про захист національного товаровиробника від субсидованого імпорту", "Про застосування спеціальних заходів щодо імпорту в Україну". У разі, якщо імпорт товару є об'єктом антидемпінгових, компенсаційних або спеціальних заходів, преференції не встановлює або призупиняє чи припиняє орган, який їх установив.

Нарахування мита на товари та інші предмети, що підлягають митному обкладанню, проводять на базі їх митної вартості, тобто ціни, яка фактично сплачена або підлягає сплаті за них на момент перетину митного кордону України. Митна вартість товарів — це заявлена декларантом або визначена митним органом вартість товарів, що переміщують через митний кордон

України, яку обчислюють на момент перетинання товарами митного кордону України. Методи визначення митної вартості товарів, які переміщують через митний кордон України, й умови їх застосування встановлює Митний кодекс.

Відомості про митну вартість товарів, заявлені декларантом під час переміщення товарів через митний кордон України й отримані митним органом, використовують для нарахування податків і зборів, ведення митної статистики, а також у відповідних випадках для розрахунків у разі застосування штрафів, інших санкцій і стягнень, встановлених законами України.

Митну вартість товарів і метод її визначення заявляє (декларують) митному органу декларант під час переміщення товарів через митний кордон України шляхом подання декларації митної вартості. Порядок і умови декларування митної вартості товарів, що переміщують через митний кордон України, встановлює Кабінет Міністрів України, а порядок заповнення декларацій митної вартості — Державна митна служба України. Митну вартість товарів визначає декларант відповідно до положень, встановлених Митним кодексом. Контроль правильності визначення митної вартості товарів проводить митний орган, який здійснює митне оформлення товарів.

Від обкладання ввізними митами в Україні звільнені товари, що ввозять: за договорами про вільну торгівлю; в межах виробничої кооперації країн СНД; за угодами щодо надання Україні міжнародної технічної і гуманітарної допомоги; за угодами між Україною і США про гуманітарне і техніко-економічне співробітництво; за угодою між Україною і ЄС щодо реалізації проектів технічної допомоги за програмою TACIS; за програмою технічної допомоги, яку надає Україні уряд Канади.

Згідно з Законом України «Про єдиний митний тариф» від обкладання імпортом митом також звільнено транспортні засоби, які виконують міжнародні валютні перевезення; валюту України, іноземну валюту, цінні папери; товари, що імпортують всеукраїнські й міжнародні об'єднання громадян, що постраждали від Чорнобильської катастрофи, та ін. Перелік

решти товарів, що у разі імпорту в Україну не обкладають митом, наведено в Класифікаторі звільнень від обкладання ввізним митом.

За ухилення від сплати мита застосовують фінансові санкції у вигляді безспірного стягнення суми мита і штрафу за кожен день прострочки в розмірі 0,2 % суми недоплати.

Порядок обчислення і сплати податку на додану вартість і акцизного збору за товари (роботи, послуги), ввезені з-за меж митних кордонів України та товари (роботи, послуги), експортовані за межі митних кордонів України визначаються відповідною інструкцією Головної державної податкової інспекції України.

У відповідності до неї платниками податку на додану вартість і акцизного збору за імпортні товари є:

1) суб'єкти підприємницької діяльності, включаючи громадян, які займаються підприємницькою діяльністю без створення юридичної особи (декларанти), які ввозять товари (продукцію) як для власних так і для виробничих потреб з метою реалізації у вільному обігу;

2) міжнародні об'єднання, включаючи міжнародні урядові організації, іноземних юридичних осіб і громадян, які від свого імені здійснюють підприємницьку діяльність на території України, у випадку ввезення на територію України ними імпортних товарів, за винятком майна, що ввозиться у якості внеску іноземного інвестора в статутний фонд підприємства з іноземними інвестиціями;

3) у випадку відсутності у зазначених вище нерезидентів розрахункових рахунків в установах банків України та їх постійних представництв в Україні, сплата податку виконують покупці (замовники, отримувачі) товарів;

4) при подальшій реалізації на території України майна, що ввозять в якості внеску іноземного інвестора в статутний фонд підприємства з іноземними інвестиціями податок на додану вартість і акцизний збір сплачують на загальних підставах.

У відповідності до податкового законодавства України не підлягають обкладанню податком на добавлену вартість і акцизним збором:

а) транспортні засоби, що використовують для міжнародних перевезень пасажирів і вантажів;

б) професійне обладнання, майно та інструменти, що належать іноземним юридичним особам і необхідні для надання послуг або виконання робіт на території України;

в) зразки товарів, якщо вони залишаються власністю іноземних юридичних осіб і їх використання на території України не має комерційного характеру.

Інші товари, що ввозять на територію України і входять до переліку, що затверджений Верховною Радою України обкладаються акцизним збором за ставками вказаними у вищезазначеному переліку.

Обчислення акцизного збору здійснюється виходячи з митної вартості товарів, перерахованої за курсом Національного банку України з урахуванням сплачених сум мита, митних зборів і розміру ставок, затверджених за наступними формулами:

а) за товари, що підлягають обкладенню митом і митними зборами:

$$(V + M) \times A : 100;$$

б) інші товари :

$$(V \times A) : 100,$$

де : V - митна вартість товару ;

M - мито і митні збори ;

A - ставка акцизного збору .

Підставою для обчислення акцизного збору є вантажна митна декларація.

Обчислення самого податку проводять за ставкою 20% від оподаткованого обороту . Суму податку обчислюють за такими формулами:

а) товари, що належать обкладанню митом, митним і акцизним збором:

$$(V + M + A) * П : 100;$$

б) товари, що належать обкладенню митом і митним збором, але не



обкладаються акцизним збором:

$$(V + M) * P : 100;$$

в) інші товари :

$$V * P : 100,$$

де : V - митна вартість в українських гривнях ;

M - мито , митна вартість ;

A - акцизний збір ;

P - ставка податку на додану вартість (20 %)

Треба зазначити, що сума ПДВ за придбані матеріали сировину та інші вироби не зменшує суму ПДВ, яка належить сплаті до бюджету, а разом з вартістю придбаних товарів включається до витрат виробництва й обігу.

### ***Контрольні запитання***

1. Назвіть органи державної влади що здійснюють регулювання митної справи в Україні?
2. Які митні органи України Ви знаєте?
3. Що підлягає обкладанню митом?
4. Розкрийте суть Єдиного митного тарифу України?
5. Які види мита Ви знаєте?
6. Навіщо встановлюють особливі види мита?
7. Що таке митна вартість товару і як вона визначається?

### ***Термінологічний словник ключових понять***

*Митна справа; митне регулювання; митна територія; митний кордон України; Державна митна служба України; єдиний митний тариф; мито; види мита: адвалорне, специфічне, комбіноване, ввізне, вивізне, транзитне; особливі види мита: спеціальне, антидемпінгове, компенсаційне; митна вартість товарів; країна походження товару; українська класифікація товарів зовнішньоекономічної діяльності; митний контроль; зони митного контролю; митне оформлення; декларант; митна декларація; акцизний збір.*

## **ТЕМА 7. УПРАВЛІННЯ ЗЕД НА РІВНІ ПІДПРИЄМСТВА**

План: 7.1. Планування зовнішньоекономічної діяльності.

7.2. Організація зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

7.3. Маркетинг у керуванні зовнішньоекономічною діяльністю підприємства.

### **7.1. Планування зовнішньоекономічної діяльності**

Планування є важливою частиною керування ЗЕД, основною його функцією. Суть планування можна визначити як уміння передбачати цілі підприємства, результати його діяльності й ресурси, необхідні для досягнення цих цілей.

У сфері ЗЕД планування означає також уміння визначити цілі ЗЕД як складової частини загальної системи внутрішньо фірмового планування. Основні цілі ЗЕД не повинні розходитися з загальними цілями підприємства, повинні бути спрямовані на їхнє успішне здійснення за рахунок зовнішніх факторів економічного росту.

Багато підприємств працюють без офіційно прийнятих планів. На їхню думку, ситуація на ринку змінюється занадто швидко, особливо на зовнішньому, щоб планування приносило яку-небудь користь. Дійсно, зовнішнє середовище бізнесу, особливо міжнародного, характеризується швидкими змінами. В економіці України рухливість середовища, обумовлена насамперед перехідним характером нашого господарства, стрімким входженням нашої країни в світовий інтеграційний процес, лібералізацією ЗЕД і як наслідок нестабільністю соціально-економічної сфери.

Однак, як свідчить світовий досвід і деякі приклади господарювання вітчизняних підприємств (наприклад, НКМЗ, ВАТ Концерну "Стирол", ДМЗ і ін.), формальне планування має важливі переваги.

У сучасних умовах твердої конкурентної боротьби на світовому ринку потреба в плануванні ЗЕД значно зростає.

Залежно від ступеня невизначеності в плануванні, тимчасової орієнтації ідей планування, обсягу планування і т.д. у світовій практиці використовують різні типи планування ЗЕД. Наприклад, залежно від того, який обсяг (період) часу охоплюють плани, складені на підприємстві, планування підрозділяється на три типи: довгострокове; середньострокове; короткострокове:

- довгострокове планування охоплює тривалі періоди часу від 10-25 років. Якийсь час довгострокове планування ототожнювалося зі стратегічним, але тепер ці два поняття розглядаються роздільно. Стратегічне планування за своїм змістом набагато складніше довгострокового;

- середньострокове конкретизує орієнтири, що в довго термінових планах. Вони розраховані на більше короткий термін. Донедавна середньострокове планування намічалось на 5 років, однак швидкість зміни зовнішнього середовища обумовила необхідність скоротити строки цього типу планування приблизно до 2-3 років. У сфері ЗЕД середньо термінові плани вирішують завдання, пов'язані з перебудовою існуючих виробничих потужностей, відновленням асортиментів, розширенням або зменшення експорту (імпорту), пошуком нових ринків збуту і т.д.;

- короткострокове планування - розробка планів на 1-2 роки. Звичайно це річний план, що містить у собі конкретні завдання щодо здійснення експортно-імпортних операцій. Вони (операції) містять інформацію про строки, обсяги, асортименти, черговості поставок та ін.

Весь процес планування ЗЕД, як і внутрішньо фірмової, можна умовно розділити на дві стадії:

- I. Розробка стратегії ЗЕД (стратегічне планування);
- II. Визначення тактики здійснення виробленої стратегії (оперативне або тактичне планування).

Стратегічне планування - це не функція часу, а насамперед функція напрямку. Вона не просто зосереджена на даному періоді часу, а містить у собі сукупність глобальних ідей розвитку підприємства, в т.ч. у сфері ЗЕД.

Тактичне планування звичайно охоплює короткостроковий і

середньостроковий період від 0,5 до 2 років (звичайно рік). Воно має справу з питаннями щодо того, як повинні бути розраховані ресурси підприємства для досягнення стратегічних цілей. Процес планування ЗЕД у свою чергу складається з ряду етапів (фаз), наведених у роботі [6]. Однак ще до початку роботи над планами ЗЕД підприємству важливо мати інформацію з перерахованих питань.

Що й коли експортувати (імпортувати)?

В яких умовах повинна здійснюватися ЗЕД?

Які види й форми ЗЕД доцільно обрати

Які ресурси є на підприємстві для здійснення ЗЕД?

Який повинна бути організаційна структура керування ЗЕД?

Який результат очікується від ЗЕД (зразкова величина прибутку, рентабельність, масштаби розширення збуту, валютний виторг і т.д.)?

Крім планів, на підприємстві можуть розроблятися програми й проекти.

Можливі три типи стратегії розвитку підприємства в сфері ЗЕД:

1. Насичення ринку. Мета даної стратегії полягає в забезпеченні економічного росту на освоєних ринках із традиційними товарами. Ця мета може бути досягнута за рахунок зниження витрат, (отже і цін у порівнянні з конкурентами), підвищення якості товарів.

2. Диференціація продукту. Можливі два варіанти даної стратегії:

1) імпортується товар, відомий за кордоном, але не відомий у своїй країні, або налагоджується його виробництво на основі придбаної ліцензії;

2) експортується товар освоєний у своїй країні, але не відомий на закордонному ринку, або налагоджується виробництво даного товару за кордоном. Ефект досягається за рахунок монопольного положення даного підприємства в своїй країні або за кордоном.

3. Диверсифікованість виробництва. Дана стратегія припускає початок виробництва за рубежом принципово нової продукції, раніше не властивої для підприємства, або освоєння принципово нових сфер діяльності підприємства. В результаті диверсифікації створюються кращі умови для господарського

маневру, розширюються можливості подолання негативного впливу на економіку підприємства несприятливої світової господарської кон'юнктури в т.ч. погіршення "умов торгівлі". Цим самим скорочується ризик, характерний для вузькоспеціалізованих фірм.

Для розробки й вибору стратегічних рішень підприємства в області ЗЕД важливе значення має аналіз і планування свого господарського портфеля. Останній являє собою набір видів продукції, що випускає або планує випускати підприємство в майбутньому. Залежно від видів продукції портфель підприємства розбивається на частині, які називаються стратегічними господарськими підрозділами (СГП) [8].

Усі види СГП взаємозалежні між собою й у цьому взаємозв'язку впливають один на одного й на розвиток підприємства в цілому. Тому, плануючи свій господарський портфель, підприємство повинне постійно тримати в полі зору частку кожного свого СГП на ринку й забезпечувати оптимальне співвідношення між ними в портфелі. Тривале відхилення від оптимальної збалансованості в портфелі може привести до кризового стану підприємства.

Найважливішими показниками планування ЗЕД на підприємстві є: валютний виторг із розбивкою по товарах і товарних групах; експортний виторг; рентабельність експортних і імпорتنих операцій; асортименти експортної й імпорتنної продукції; частка експорту у вартості продукції.

## **7.2. Організація зовнішньоекономічної діяльності підприємства**

Для ефективного керування ЗЕД на рівні підприємства необхідна адекватна умовам його роботи структура керування.

Структура керування ЗЕД відбиває побудову керованої системи в даній сфері, тобто органи, служби, апарат, що здійснює керування ЗЕД.

Апарат керування будується з урахуванням необхідного відновлення ланок (по горизонталі) і шаблів або рівнів керування (по вертикалі). Ланка

керування - це структурний підрозділ або окремі фахівці, які виконують відповідні функції керування.

Організаційна структура керування ЗЕД визначається тими цілями й завданнями, які вона покликана вирішувати. Її мета - максимізація прибутку на довгостроковий період за рахунок ефективної участі в міжнародному підприємстві. Організаційна структура керування ЗЕД, як і внутрішньо фірмового керування, повинна постійно розвиватися й удосконалюватися, пристосовуватися до зовнішнього середовища, яке змінюється і в управлінській сфері. Її форми й методи не можуть залишатися незмінними.

На формування організаційної структури керування ЗЕД істотний вплив роблять наступні фактори:

- розмір фірми;
- значення й характер закордонної діяльності;
- ступінь диверсифікованості й складність продукції, що випускають;
- характер експортованої і виготовленої на закордонних підприємствах продукції;
- специфіка ринків приймаючих країн і рівень конкуренції на них та ін.

Організаційні форми керування ЗЕД на виробничих підприємствах в Україні багато в чому індивідуалізовані. Разом з тим можна виділити деякі загальні риси.

На виробничих підприємствах, що активно беруть участь у зовнішньоекономічній діяльності, зовнішньоекономічний апарат у цей час існує в основному в двох формах:

- 1) відділу зовнішньоекономічних зв'язків (ВЗЕЗ ОВЭС) у рамках діючого апарата керування;
- 2) зовнішньоторговельної фірми (ЗТФ).

Відділ зовнішньоекономічних зв'язків (ВЗЕЗ) не є самостійним структурним підрозділом підприємства. Він являє собою частину апарата керування. Його головне завдання полягає в керуванні ЗЕД як елементом єдиної цілісної системи внутрішньо фірмового керування. Цей відділ не

займається безпосередньо транспортуванням вантажів, митними процедурами і т.п. Він як правило для планування, організації і координації ЗЕД (хоча на практиці зустрічаються й інші варіанти).

Відповідно завданням визначаються функції ВЗЕЗ і формується оргструктура керування. ВЗЕЗ звичайно очолює начальник відділу. Відділ складається з ланок (груп, секторів, бюро й фахівців).

Оргструктура керування ВЗЕЗ підприємства схематично може бути представлена в такий спосіб (рис.7.1).



Рис. 7.1 - Зразкова схема відділу зовнішньоекономічних зв'язків.

Кожний з секторів (груп) має свої конкретні завдання й виконує відповідні функції.

Наприклад, комерційний сектор повинен забезпечувати: виконання зобов'язань за міжнародними контрактами й угодами, участь у підготовці й проведенні комерційних переговорів; організацію поставок за контрактом і контроль за їхнім виконанням; розгляд рекламаций по експорті й імпорту та ін.

Економічний сектор покликаний забезпечувати прогнозування й планування ЗЕД підприємства; аналіз ефективності експортно-імпортних операцій, контроль виконання плану, валютний контроль і т.д.

Сектор маркетингу як провідна служба підприємства вивчає кон'юнктуру світових товарних ринків, бере участь у визначенні цін на експортну продукцію, розробці й здійсненні рекламних заходів, аналізі конкурентів, можливостей просування товару і т.п.

Завдання науково-технічного сектора: вивчати діючі на світовому ринку

технічні вимоги до товарів; аналізувати технічний рівень і якість продукції, її конкурентоспроможність; брати участь у розробці пропозицій по відновленню виробництва, випуску нової продукції; забезпечувати технічне обслуговування експортної продукції та ін.

Протокольний сектор підготовлює й організовує протокольні заходи. Виконує доручення керівництва фірми по зустрічах, прийому й проводам представників закордонних фірм, що прибули на підприємство з візитом.

На практиці організаційна структура керування ЗЕД підприємства може бути побудована трохи інакше. Наприклад, ВЗЕЗ ВАТ "Топаз" м. Донецька виглядає в такий спосіб (див. рис. 7.2).

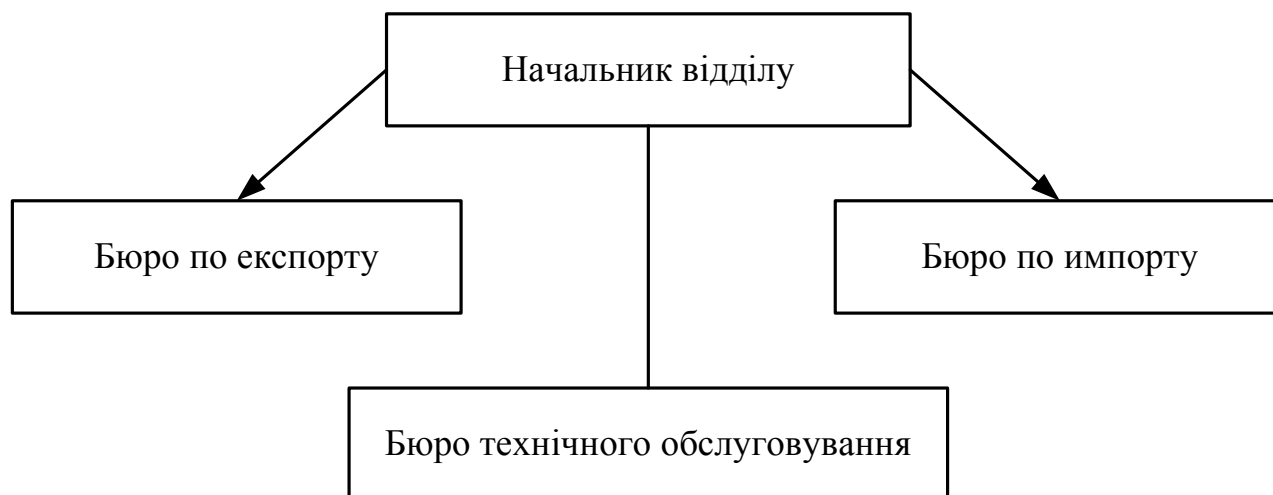


Рис. 7.2 - Схема оргструктури ОВЭС ВАТ "Топаз".

Крім названої служби, на даному підприємстві функціонує також виробничо-маркетинговий відділ з відповідними завданнями, функціями й структурою.

Зовнішньоторговельна фірма (ЗТФ), на відміну від ВЗЕЗ, є самостійним підрозділом підприємства. ЗТФ створюється на підприємствах, які мають стабільні зовнішньоторговельні поставки, і являє собою, така яка відокремилася в процесі виробництва й збуту продукції в господарську структуру, зареєстровану й діючу відповідно до законодавства місцезнаходження.

Залежно від характеру операцій розрізняють ЗТФ чисто торговельні, комісійні, агентські, брокерські та ін.



Організаційні принципи побудови керування ЗТФ залежать від її завдань і функцій, відображених в уставі. Вони й визначають її функції і організаційну структуру керування.

Директор ЗТФ, як правило, підкоряється директорові підприємства або його заступникові по зовнішньоекономічним зв'язкам.

Функціональні відділи й служби можна розділити на три групи:

- група відділів і служб, що здійснюють планування;
- група відділів, що займаються маркетингом;
- група відділів, що забезпечують прийняття й виконання управлінських рішень.

У міру розвитку ЗТФ виконання технічних і підготовчих операцій, здійснюване комерційними й допоміжними підрозділами, може бути централізоване шляхом створення спеціалізованих служб, наприклад, копіювально-множного бюро, бюро перекладів, відділу автоматизованої обробки даних, групи комерційних розрахунків та ін.

Чи доцільно створення ЗТФ у складі підприємства-суб'єкта ЗЕД? Для того, щоб відповісти на дане запитання, необхідно зіставити витрати підприємства при відсутності власної такої фірми й витрати на її утримання. При цьому варто мати на увазі, що ефект діяльності ЗТФ буде помітним тільки після 2-х років її роботи.

### **7.3. Маркетинг у керуванні зовнішньоекономічною діяльністю підприємства**

Підприємства що виходять на світовий ринок зустрічають сьогодні жорстку конкурентну боротьбу. Щоб вижити в цій боротьбі й домогтися успіху, необхідно використовувати можливості маркетингу.

При виході на зовнішній ринок виникає принципово нова ситуація, більш різноманітною стає зовнішнє середовище, збільшується число факторів, що впливають на прийняття рішень. Це приводить до того, що:

- 1) підвищується ступінь невизначеності в діяльності підприємства;
- 2) зростає ступінь ризику, з'являються додаткові ризики його діяльності;
- 3) збільшується потреба в інформаційному забезпеченні підприємства;
- 4) підвищують вимоги до координації різних напрямків і сфер його діяльності.

Все це й визначає специфіку міжнародного маркетингу, робить необхідним його використання в керуванні ЗЕД.

Міжнародний маркетинг входить до складу здійснюваних підприємством функцій в рамках ЗЕД. Разом з тим він являє собою самостійну область діяльності підприємства при виході на зовнішні ринки. Міжнародний маркетинг можна визначити як систему планування, реалізації, контролю й аналізу заходів щодо впливу на багатонаціональне ринкове середовище й пристосування до її умов підприємства, яке здійснює свою діяльність більш ніж в одній країні.

Використання міжнародного маркетингу в керуванні ЗЕД насамперед вимагає його планування, розробки стратегічної маркетингової програми. Важливо помітити, що стратегічна маркетингова програма становить основу загального стратегічного плану фірми в т.ч. в області ЗЕД.

Ринкова ситуація постійно змінюється, тому фірма завжди повинна мати стратегічну маркетингову програму на наступні 3-5 років.

Перш ніж зважитися вийти на світовий ринок, підприємству необхідно багато чого довідатися, досконально розібратися в особливостях внутрішнього й зовнішнього середовища.

До внутрішнього середовища ставляться функціональні структури підприємства, система розробки, виробництва й збуту товарів, кваліфікації кадрів і їхнє використання, системи передачі інформації між ланками керування та ін.

До зовнішнього (навколишньої) середовища належать конкуренти, покупці, посередники, фінансові установи, митні й державні органи та ін.

Велику роль грає економічна ситуація в країні, політична обстановка, природні умови, культура, традиції та ін.

Усі фактори внутрішнього й зовнішнього середовища підрозділяються на такі, що піддаються управлінню з підприємства й ті що не піддаються, тобто такі, до яких необхідно пристосовуватися.

Зовнішнє середовище стосовно до міжнародного маркетингу ділять на:

- 1) економічне;
- 2) соціально - культурне;
- 3) політико-правове;
- 4) природне.

Аналіз тридцятимільйонних елементів внутрішнього й зовнішнього середовища здійснюється по окремих країнах, регіонах або з погляду світового ринку в цілому.

Важливе місце в системі міжнародного маркетингу займає дослідження закордонних ринків, під яким звичайно розуміють процес пошуку, збору, обробки й аналізу даних про проблеми, пов'язані з маркетингом товарів і послуг.

Головна мета маркетингових досліджень - зменшення невизначеності й ризику при прийнятті комерційних рішень.

Маркетингові дослідження, проведені на закордонних ринках, як правило, складаються з двох великих блоків: 1) дослідження ринків; 2) дослідження потенційних можливостей підприємства.

При дослідженні закордонних ринків використовують традиційні методи й інструменти. Разом з тим тут є своя специфіка, що визначається об'єктом дослідження.

Залежно від техніки проведення досліджень, характеру інформації, способів її знаходження й використання маркетингові дослідження в зовнішньоекономічній сфері можна розділити на наступні види: кабінетні і польові дослідження.

Крім розглянутих, використовують і такі методи дослідження

закордонних ринків, як метод пробних продажів, підтримки особистих ділових контактів із представниками іноземних фірм та ін. [4].

Маркетингове дослідження, проведене на закордонних ринках, відрізняється від проведеного на внутрішньому ринку. Маркетингові дослідження проводяться підприємством або самостійно, або за його замовленням спеціалізованими маркетинговими фірмами. Щоб маркетингові дослідження були ефективними, вони повинні проводитися систематично й охоплювати якнайбільше джерел інформації.

Безпосередньо цілі міжнародного маркетингу являють собою конкретизацію першої групи загальних цілей підприємства. Це забезпечення цільової частки ринку й виходу підприємства на традиційні й нові ринки, підвищення обсягу продажів (закупівель), формування попиту, стимулювання збуту і т.д.

Для успішної реалізації поставлених цілей підприємство розробляє різні маркетингові стратегії: охоплення ринків і ринкових сегментів, конкурентні, виходу на нові ринки, виходу на ринки з новим товаром, цільові, ринкового попиту, товарної політики і т.д.

Їхній зміст багато в чому залежить від загальної стратегії підприємства в т.ч. в області ЗЕД.

Основою планування виходу підприємства на зовнішні ринки є вибір оптимального способу проникнення його на ці ринки. В сучасних умовах склалися три основних способи виходу підприємства на зовнішні ринки.

1. Створення власної збутової мережі на цільових закордонних ринках.

2. Використання збутової мережі за кордоном.

Усі ці питання обговорюються в контрактах з торговельно-посередницьких операцій.

3. Спосіб виходу на закордонні ринки шляхом створення власного виробництва товарів за кордоном (СП, дочірніх філій та ін.). Такий спосіб доцільний тоді, коли даний ринок для підприємства перспективний, а

виробництво товарів на місці може дати відчутні економічні вигоди за рахунок економії на транспортних витратах, миті, нетарифних обмеженнях, використанні кваліфікованої, але більше дешевої робочої сили, наближення виробництва до джерел сировини і т.п.

Організувати вихід на закордонні ринки таким чином, підприємство може значно підвищити ефективність ЗЕД.

Однак при цьому необхідно добре знати умови діяльності в даній країні, її законодавчі акти.

На основі дослідження, оцінки й відбору закордонних ринків розробляються товарний, збутовий, ціновий та інші види політики, тобто заходу маркетингового комплексу, що входять у стратегічну маркетингову програму.

### ***Контрольні запитання***

1. Які види планування залежно від тривалості Ви знаєте?
2. Охарактеризуйте три типи стратегії розвитку підприємства в сфері ЗЕД.
3. У чому суть стратегій диверсифікованості продукції й насичення ринку?
4. Назвіть найважливіші показники планування ЗЕД.
5. Які фактори впливають на формування організаційної структури керування ЗЕД?
6. Назвіть основні сектори ОВЭС і їхньої функції.
7. Як визначити доцільність створення ВТФ?
8. Які фактори внутрішнього й зовнішнього середовища Ви знаєте?
9. Охарактеризуйте основні способи проникнення на закордонні ринки.

### ***Термінологічний словник ключових понять***

*Планування ЗЕД, стратегічне планування, тактичне планування, типи стратегій розвитку підприємства в сфері ЗЕД, планування господарського*

*портфеля, організаційна структура керування, відділ ВЭС, ВТФ, міжнародний маркетинг, середовище міжнародного маркетингу, природне середовище, економічне середовище, соціально-культурне середовище, сегментація ринків, способи проникнення на закордонні ринки, організація міжнародного маркетингу.*

## **ТЕМА 8. ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНІ ОПЕРАЦІЇ: СУТЬ, ЗМІСТ І ВИДИ**

План: 8.1. Зміст поняття "зовнішньоторговельна операція", її види.

8.2. Етапи оформлення типової зовнішньоторговельної операції купівлі-продажу.

### **8.1. Зміст поняття "зовнішньоторговельна операція", її види**

Обмін між виробниками різних країн здійснюється через зовнішньоторговельні операції. Для того, щоб обмін відбувся, необхідно провести певні взаємозалежні дії:

- 1) знайти покупця;
- 2) укласти з ним угоду, в якій обмовити всі умови (товар, його кількість і якість, ціну, строк поставки і т.п.);
- 3) виконати договір, тобто підготувати товар до поставки, доставити його покупцеві, зробити розрахунок за поставлений товар.

Сукупність цих дій становить суть зовнішньоторговельної операції. Таким чином, під зовнішньоторговельною операцією варто розуміти комплекс дій контрагентів різних країн, спрямованих на здійснення торговельного обміну.

Такі дії носять комерційний характер, тому операції обміну стають комерційними. По своїй суті вони є управлінською діяльністю. Зміст керування обміном, тобто здійснення операцій обміну, полягає в тім, щоб організувати,

направляти, регулювати різні види діяльності контрагентів, які здійснюють обмін матеріальними цінностями й послугами.

Суб'єктами зовнішньоторговельних операцій є підприємства, фірми, організації, що одержали від держави право виходу на зовнішній ринок.

Об'єктами зовнішньоторговельних операцій виступають матеріальні процеси, що проявляють себе в процесі обміну товарами, послугами, результатами виробничого й науково-технічного співробітництва. Ці об'єкти визначають види зовнішньоторговельних операцій на світовому ринку. Зовнішньоторговельні операції підрозділяються на основні й допоміжні.

До основних належать операції, які здійснюються на комерційній основі між безпосередніми учасниками цих операцій (контрагентами різних країн). Це операції:

- 1) з обміну товарами в матеріально-речовинній формі (експортно-імпортні операції);
- 2) з обміну науково-технічними знаннями в формі торгівлі патентами, ліцензіями, "ноу-хау";
- 3) з обміну технічними послугами в формі консультативного й будівельного інжинірингу;
- 4) орендні, включаючи лізингові;
- 5) з надання консультаційних послуг в області інформації й удосконалювання керування;
- 6) з міжнародного туризму;
- 7) з обміну кінофільмами, телепрограмами та ін.

До допоміжних зовнішньоторговельних операцій належать:

- 1) з міжнародних перевезень;
- 2) транспортно-експедиторські;
- 3) з страхування вантажів;
- 4) з зберігання вантажів при міжнародних перевезеннях;
- 5) операції з міжнародних розрахунків та ін.

Допоміжні операції одержали назву операцій руху товарів, оскільки

пов'язані із просуванням товару до споживача.

Основними операціями купівлі - продажу товарів є експортні, імпорتنі, реекспортні й реімпорتنі.

Експортні операції припускають продаж і вивіз товарів за кордон для передачі їх у власність іноземному контрагентові.

Імпорتنі операції - закупівля і ввіз іноземних товарів для наступної реалізації на внутрішньому ринку своєї країни або споживання підприємством - імпортером.

Реекспортні операції пов'язані із продажем і вивозом із країни раніше завезеного в неї товару без якої-небудь переробки.

Реімпорتنі операції являють собою експортні угоди, які не відбулися, тобто ввіз у країну раніше вивезених товарів, що не піддавалися там переробці. Це можуть бути товари, не продані на аукціоні, повернуті з консигнаційного складу, забраковані споживачем та ін.

Здійснення зовнішньоторговельної операції вимагає застосування певної правової форми й використання конкретних способів (методів) її здійснення. Правовою формою, опорядкованою зовнішньоторговельної операції і є зовнішньоторговельна операція.

Отже, під зовнішньоторговельною операцією розуміють договір (угоду) між двома або декількома сторонами, що перебувають у різних країнах, з поставки товарів або надання послуг.

У практиці світової торгівлі спостерігається велике різноманіття зовнішньоторговельних операцій. Основні фактори, що визначають вид угоди :

- 1) предмет угоди (товар, послуги, результати інтелектуальної діяльності, оренда встаткування та ін.);
- 2) особливості предмета угоди (сировинні товари, готова продукція, машинобудівна продукція і т.д.);
- 3) організаційні форми торгівлі на світовому ринку (аукціонни, біржові торги, посередництво і т.п.);
- 4) канали збуту й характер взаємин між контрагентами. У цьому



випадку угоди можуть укладатися прямо між експортером і імпортером або через посередників.

Не кожна зовнішньоторговельна операція є міжнародною. Договір купівлі-продажу не вважається міжнародним, якщо він укладений між сторонами різної державної приналежності, підприємства яких перебувають на території однієї держави. Разом з тим договір визнається міжнародним, якщо він укладений між сторонами однієї державної приналежності, підприємства яких перебувають на території різних держав.

Такий зміст договору міститься в Конвенції ООН "Про договори міжнародної купівлі-продажу товарів" (Віденська конвенція 1980 року).

Усе різноманіття угод у міжнародній торгівлі залежно від їхнього предмета (об'єкта) підрозділяється на наступні види:

- купівлі-продажу товарів;
- купівлі-продажу послуг;
- купівлі-продажу об'єктів інтелектуальної власності.

Зовнішньоторговельні операції оформляються у вигляді:

- 1) документа, підписаного обома сторонами (звичайного договору);
- 2) твердої оферти продавця, акцентованої покупцем. У цьому випадку продавець посилає покупцеві докладно розроблену оферту й угода вважається укладеною шляхом обміну листами - оферта й акцепт;
- 3) замовлення, зробленого покупцем (замовником) продавцеві і підтверженого останнім. У цьому випадку угода оформляється двома документами - замовленням покупця й підтвердженням постачальника.

Найпоширенішим способом оформлення угоди є перший у вигляді договору.

## **8.2. Етапи оформлення типової зовнішньоторговельної операції купівлі-продажу**

Реалізація типової зовнішньоторговельної операції проходить ряд етапів.

У свою чергу, етапи складаються з послідовних стадій її підготовки. Кожна зі стадій має конкретне цільове призначення й оформлюється відповідними супровідними документами. Всі разом вони являють собою єдиний технологічний процес створення й реалізації продукції, включаючи первісні фази, про які говорилося вище (маркетингові дослідження, вибір продукції, визначення стратегії).

Розглянемо чотири основних етапи оформлення типової зовнішньоторговельної операції купівлі-продажу.

Перший етап. Установлення ділового контакту з закордонним партнером. Цей етап складається з наступних стадій:

- 1) запит покупцем відомостей про товар або виклик на торги продавця й одержання відповіді;
- 2) відповідь покупця на розміщення замовлення;
- 3) перевірка продавцем платоспроможності покупця й підтвердження її.

Реалізація даної частини угоди вимагає оформлення й підтвердження такими основними документами як запити, ініціативні листи, відповіді на запити, оферта тверда і вільна, довідки, банківське або комерційне відсилання і т.д.

Оформлення запитів і пропозицій на даному етапі забезпечується за допомогою ініціативних листів-пропозицій або листів про продаж. Оферта є одним з таких документів. Під офертою розуміють письмову пропозицію продавця покупцеві про продаж товарів на певних умовах.

Якщо ініціатива з пошуку товару виходить від покупця в процесі переговорів, його звертання до продавця з проханням надіслати оферту називається запитом.

Другий етап. Оформлення замовлення покупцем. Стадії даного етапу:

- 1) письмова вказівка покупця про поставку товарів або надання послуг;
- 2) установлення графіка поставки;

- 3) визначення мінімальної ціни;
- 4) прийняття замовлення.

Оформлення угоди на другому етапі супроводжується наступними документами: замовлення, акцепт пропозиції покупця, проект контракту, акцепт твердої оферти продавця, зустрічна оферта, графік поставки, закупівельний ордер, індент.

Третій етап. Забезпечення поставки й розрахунків. Стадії даного етапу:

- 1) визначення контрактної ціни;
- 2) визначення базисних умов поставки;
- 3) узгодження умов розрахунку й способи платежу покупцем.

Документи, необхідні для оформлення даної частини угоди: консульський рахунок, рахунок-фактура, фірмові каталоги, преїскуранти, біржові котирування, конкурентний аркуш, Інкотермс-2000, акредитивний лист, інкасове доручення, тратти, чеки та ін.

Визначення контрактної ціни товару здійснюється на основі документів. А в договорі обов'язково роблять посилання на документи, які використовують у цих цілях (консульський рахунок, рахунок проформа, сертифікат походження товару та ін.).

Консульський рахунок - це поручительство, в якому підтверджується походження товару. Його виписує в країні експортера консул країни імпортера після сплати консульського збору.

Щодо визначення конкретної ціни експортного товару в угоді передбачається, що імпортер повинен знати всі складові елементи, які закладає в ціну експортер: фактичну вартість товару (ціна товару в місці його знаходження на момент продажу) або базову ціну з урахуванням вартості впакування, транспортування, витрат на страхування, мита. Ці витрати є типовими й обумовлюються торговельними порядками міжнародної комерційної практики.

Четвертий етап. Виконання замовлення продавцем. Його стадії:

- 1) підготовка товару до відвантаження (упакування товару відповідно

до правил, норм і стандартів);

- 2) поставка й транспортування;
- 3) страхування вантажу - оформлення страхового поліса;
- 4) митне очищення-заповнення митної декларації;
- 5) виставляння платіжного рахунку.

Оформлення угоди на даному етапі супроводжується випискою товаросупроводжувальних і розрахункових документів, таких як: рахунок - проформа, рахунок-специфікація, пакувальний аркуш, сертифікати (продукції, якості, про походження товару), повідомлення про готовність до відвантаження, інвойс, ордер на вантаж, повідомлення про поставку, транспортна накладна, коносамент, повідомлення про відвантаження, транзитний сертифікат, страховий поліс, митна декларація, виписка з рахунку та ін.

Відзначимо суть деяких з названих документів.

Інвойс (комерційний рахунок) представляє пакет документів, таких що є підставою для розрахункових операцій. До його складу входять рахунок-фактура, з докладним переліком відправлених покупцеві товарів і повною інформацією про кількість, якість і ціну товару, про нумерацію й маркування вантажних місць, про спосіб доставки товару покупцеві. Крім того, в інвойсі перераховують усі додаткові витрати, а також проставляють номер контракту, вказують величину знижки й спосіб її надання, номер замовлення і накладної, дату відвантаження, умови й форму платежу. Повідомлення про готовність товару надсилають покупцеві. Складають накладну, що супроводжує вантаж. Транспортування вантажу доповнюють ордером на вантаж. На даному етапі здійснюють процедуру рахунку, тобто виписку документів, необхідних для виставлення рахунку покупцеві.

### ***Контрольні запитання***

1. У чому суть зовнішньоторговельної операції?
2. Розкрийте зміст зовнішньоторговельної операції.

3. Які основні етапи оформлення зовнішньоторговельної операції?

4. Які комерційні документи супроводжують оформлення зовнішньоторговельної операції на кожному з її етапів?

5. Дайте характеристику основних зовнішньоторговельних документів.

6. Назвіть етапи оформлення угоди.

### ***Термінологічний словник ключових понять***

*Зовнішньоторговельна операція, основні й додаткові зовнішньоторговельні операції, експортні операції, імпорتنі операції, реекспортні й реімпорتنі операції, зовнішньоторговельна операція, способи оформлення зовнішньоторговельної операції, типова зовнішньоторговельна операція купівлі-продажу, оферта тверда, оферта вільна.*

## **ТЕМА 9. МІЖНАРОДНІ ФІНАНСОВІ ОРГАНІЗАЦІЇ**

План: 9.1. Загальна характеристика міжнародних фінансових організацій.

9.2. Міжнародний валютний фонд і група восьми.

9.3. Всесвітній банк.

9.4. Європейський банк реконструкції й розвитку.

### **9.1. Загальна характеристика міжнародних фінансових організацій**

Інституціональна структура міжнародних валютно-кредитних і фінансових відносин містить численні міжнародні організації. Міжнародні фінансові організації (МФО) виникли в основному після другої світової війни, за винятком Банку міжнародних розрахунків (БМР, 1930р.). Їхнє виникнення обумовлене наступними причинами:

1. Посилення глобалізації господарського життя, утворення ТНК і МК.
2. Розвиток міждержавного регулювання міжгосподарських зв'язків, у

т.ч. валютно-кредитних і фінансових відносин.

3. Необхідністю спільного вирішення проблем нестабільності економіки, включаючи світову валютну систему, світові ринки валют, кредитів, цінних паперів.

МФО має на меті наступні цілі:

1. Об'єднати зусилля світового співтовариства з метою стабілізації міжнародних фінансів і світової економіки.

2. Здійснювати міждержавне валютне й кредитно - фінансове регулювання.

3. Спільно розробляти й координувати стратегію і тактику світової валютної й кредитно - фінансової політики.

До організацій, що мають всесвітнє значення, належать насамперед спеціалізовані інститути ООН - МВФ і група восьми, група Всесвітнього банку, Європейський банк реконструкції і розвитку, а також ГАТТ, перетворене у Всесвітню торговельну організацію (ВТО).

Ступінь участі й впливу окремих країн у МФО визначається розміром їхнього внеску в капітал, тому що застосовується система "зважених голосів". Вплив промислово розвинених країн є визначальним у діяльності цих організацій.

## **9.2. Міжнародний валютний фонд і група восьми**

Міжнародний валютний фонд (МВФ) призначений для регулювання валютно-кредитних і відносин держав - членів з метою надання їм фінансової допомоги при валютних ускладненнях, викликаних дефіцитом платіжного балансу, шляхом надання коротко- і середньострокових кредитів в іноземній валюті. Крім того, МВФ консультує урядових чиновників по економічним і політичним питанням. Фонд має статус спеціалізованої установи при ООН. Він улаштований за зразком акціонерного товариства.

Для досягнення цих цілей МВФ визначив "кодекс поведження" і стежить

за дотриманням правил кодексу кожною з держав. Ці правила стосуються в основному валютного курсу й конвертованості валюти, волі платежів у поточних операціях. Для виконання своєї місії МВФ піддає регулярному аналізу економічну, фінансову й валютну політику кожною з держав - членів. Зараз до складу МВФ входить більше 180 країн.

МВФ був заснований на міжнародній валютно-фінансовій конференції ООН у 1944р. в м. Бреттон-Вудсе (США). Діяльність почав у травні 1946р. У складі 36 країн, до валютних операцій приступився з 1 березня 1947 р.

З початку 60-х рр. до МВФ примикає "Група десяти", що об'єднала десять ведучих промислово розвинених країн. Поступово вона трансформувалася в "Групу двадцяти", "Групу п'яти", "Групу семи", потім у "Групу восьми". Вона проводить мобілізацію ресурсів для збільшення фінансових засобів МВФ.

Починаючи з 1992 р. Україна активно співробітничала з МВФ. Основні кредити видані на фінансування системних змін (STF), резервне кредитування (Stand - by); найбільш пільговим було кредитування в рамках програми розширеного фінансування (EFF). Перевагою кредитування в рамках EFF є тривалий строк погашення - 10 років, відстрочка сплати - 5 років, великий обсяг - 2,27млрд. дол. і невеликі відсотки - до 7% річних.

Одночасно вимоги МВФ, які пред'являлися Україні під час одержання чергових траншів, не завжди відповідали економічним інтересам нашої країни. Наприклад, провальний досвід реструктуризації банку "Україна", тиск МВФ з метою ліквідації СЗЗ і ТПР, загострення платіжної кризи в зв'язку з виконанням умов Фонду по обмеженню грошової маси та ін. Тому питання вибору подальших форм співробітництва з МВФ повинні зважуватися на основі нових підходів.

### **9.3. Всесвітній банк**

Найважливішим інститутом регулювання міжнародного руху капіталу є Всесвітній банк (ВБ), у складі якого функціонують:

1. Міжнародний банк реконструкції і розвитку.
2. Міжнародна фінансова корпорація.
3. Міжнародна асоціація розвитку.
4. Багатостороннє агентство гарантій інвестицій.

Діяльність структур, які входять у ВБ, підлягають єдиній стратегії, але кожна з них виконує свої певні функції в процесі співробітництва з країнами - членами.

### ***Міжнародний банк реконструкції і розвитку***

Міжнародний банк реконструкції і розвитку (МБРР) - головний інститут у складі групи заснований в рамках Бреттонвудських угод у липні 1944 р. Одночасно із МВФ. Діяльність почав з липня 1946р.

Статутний капітал МБРР утворений шляхом підписки країн - членів на його акції. Україні належить 0,73% акцій і 0,72% голосів. Для фінансування проектів використовують внески країн - членів і засоби, отримані від випуску облігацій, які можуть купувати приватні фірми, різні установи, суспільні й урядові організації. Він виступає як міжурядова організація зі штаб - квартирою у Вашингтоні. Роботу координує Рада керуючих. Кожна країна представлена одним керуючим. Щоденні операції виконують 7 тис. співробітників з 100 країн. Сесії проводять щотижня.

Метою діяльності МБРР є надання довгострокових кредитів для сприяння розвитку економіки країн, які розвиваються.

Позики надають уряду, під урядові гарантії. Деякі кредити надають приватним фірмам.

Сьогодні скорочується фінансування великих промислових проектів. Переважно фінансуються проекти з розвитку інфраструктури, енергетичної бази, транспорту, сільського господарства. Особлива увага приділяється розвитку малого бізнесу.

Для рішення питання про фінансування ВБ, заявник повинен відповісти на три питання:

1. Настановні питання (організація, менеджмент, персонал, політика



здійснення проекту).

2. Економічні (прибуток, доходи, рентабельність інвестицій, створення нових робочих місць).

3. Фінансові (обґрунтування фінансового плану, система розрахунків та ін.).

Одержувач позики повинен її використовувати для досягнення погоджених цілей. ВБ контролює реалізацію проектів, співробітники спостерігають за їхньою реалізацією 10 тижнів на рік. На цей час ВБ підтримує в Україні 24 інвестиційних проекта.

Позики ВБ в Україні мають змінну процентну ставку. Ставка переглядається кожні півроку. Вона містить витрати на позики засобів своїм членам, 0,5% річних на покриття власних витрат ВБ і 0,25% за резервування кредитної лінії. Позики повертають протягом 17 років, повернення суми починають з шостого року, процентні ставки нижче ринкових.

### ***Міжнародна фінансова корпорація***

Міжнародна фінансова корпорація (МФК) заснована в 1956 р. для сприяння приватним підприємствам у країнах, які розвиваються. Корпорація фінансує проекти приватного сектора, мобілізуючі додаткове фінансування інших інвесторів і кредиторів, забезпечує надання консультаційних послуг і технічної допомоги діловим і урядовим колам.

На відміну від МВФ і МБРР, МФК дає позики приватним компаніям, не вимагає урядових гарантій і розділяє фінансовий ризик з іншими партнерами. Позики виділяються на ринкових умовах. Сьогодні МФК є найбільшим джерелом прямого фінансування проектів приватного сектора країн, які розвиваються. Обсяг фінансування від 1 до 100 млн. дол.

МФК звичайно фінансує не більше 25% вартості проекту. Хоча МФК може придбати до 35% акціонерного капіталу, вона ніколи не здобуває контрольного пакета акцій і не приймає участі в менеджменті фірми.

Для фінансування проекту необхідно виконати дві умови:

1. Проект повинен бути корисним для країни.

2. Проект повинен бути прибутковим для інвесторів.

### ***Міжнародна асоціація розвитку***

Міжнародна асоціація розвитку (МАР) є філією ВБ. Заснована в 1960р. Для одержання членства в МАР досить бути членом МБРР.

Асоціація дає безвідсоткові позики самим бідним країнам, в яких річний дохід на душу населення не перевищує 1305 дол. США. Позики виділені країнам, які мають річний дохід на душу населення менш 800 дол. США.

Гроші формуються за рахунок внесків найрозвиненіших країн. Кредити видають уряду.

Умови позик: період погашення 35 - 45 років, відстрочка - 10років, процентна ставка - 0%.

### ***Багатостороннє агентство гарантій інвестицій***

Багатостороннє агентство гарантій інвестицій (БАГІ) утворене в 1988 р. для стимулювання прямих інвестицій в країни, які розвиваються. БАГІ страхує інвестиції від некомерційних ризиків. До них належать: відсутність конвертованості валюти, експропріація майна інвестора, воєнні дії, цивільний бунт, невиконання контракту внаслідок урядового рішення.

До інвестицій, які можуть бути гарантовані БАГІ, належать: внески в матеріальній або грошовій формі в акціонерний капітал, позички, а також деякі форми неакціонерних прямих інвестицій.

Строк гарантій БАГІ 15 - 20 років. Гарантії можуть покривати до 90% інвестицій. БАГІ координує свою діяльність із національними страховими компаніями.

## **9.4. Європейський банк реконструкції й розвитку**

Європейський банк реконструкції і розвитку (ЄБРР) - міжнародна організація, створена на основі угоди від 29 травня 1990р. Засновниками були 40 країн. Його членами можуть бути всі члени МВФ. Штаб - квартира ЄБРР знаходиться в Лондоні.

Основне завдання ЄБРР - сприяння переходу європейських постсоціалістичних країн до відкритої, орієнтованої на ринок економіці, а також розвитку приватної і підприємницької ініціативи.

На відміну від інших МФО Устав ЄБРР містить політичний мандат, який передбачає що країни повинні бути прихильні до принципів багатопартійної демократії, плюралізму і ринкової економіки.

На відміну від ВБ, який може дати займ уряду й перелічити гроші на рахунок НБУ, ЄБРР працює тільки з конкретними самоокупними проектами. Банк фінансує переважно проекти приватного сектора. Мінімальний кредит становить бмлн. дол., але більше 35% вартості проекту.

ЄБРР є найбільшим кредитором України. За час співробітництва Банком здійснене фінансування 130 проектів загальною вартістю 2,9 млрд. EUR.

### ***Контрольні запитання***

1. Що являє собою Всесвітній банк? Назвіть його основні підрозділи.
2. Яка мета створення і напрямку діяльності МБРР?
3. Охарактеризуйте МФК і її напрямки діяльності.
4. Як здійснюється керування у ВБ?
5. Проаналізуйте діяльність МАР.
6. Страхування яких ризиків здійснюють БАГІ?
7. Назвіть цілі створення і напрямки діяльності МВФ.
8. Перелічіть умови видачі позик МВФ.
9. Охарактеризуйте цілі створення і напрямки діяльності ЄБРР.
10. Назвіть основні умови фінансування і реалізації проектів ЄБРР.

### ***Термінологічний словник ключових понять***

*Всесвітній банк, Рада керуючих, займ, страхування інвестицій, експропріація, інвестори, політичний мандат.*

## **ТЕМА 10. ОРГАНІЗАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ МІЖНАРОДНИХ ТОВАРНИХ РИНКІВ**

План: 10.1. Міжнародні товарні біржі.

10.2. Міжнародні аукціони.

10.3. Міжнародні торги.

10.4. Міжнародні ярмарки й виставки.

### **10.1. Міжнародні біржі**

Розвиток міжнародних господарських зв'язків обумовило виникнення постійно діючих ринків продукції масового попиту, валюти й цінних паперів. Товари, на які укладається угода на міжнародних біржах, можна розділити на: товарні, валютні й фондові.

Фондова біржа - це певним чином організований, постійно діючий ринок, на якому укладаються угоди купівлі - продажу цінних паперів.

Фондова біржа в основному обслуговує вторинний ринок цінних паперів (ЦБ), найпоширенішими з яких є акції й облігації. Вона виконує наступні функції:

- служить місцем, де безпосередньо укладають угоди купівлі - продажу цінних паперів;
- установлює ринкову вартість ЦБ (курс акцій, облігацій);
- служить барометром ділової активності в окремих галузях, країнах і в світовій економіці.

Організація й керування на фондових біржах здійснюється аналогічно товарним біржам. Операції, здійснювані на фондових біржах також мають багато загального з товарними біржами, діяльність яких буде розглянута нижче.

Валютна біржа - постійно діючий ринок, на якому здійснюються угоди з іноземною валютою.

Товарна біржа - постійно діючий оптовий ринок чистої конкуренції, на якому за певними правилами укладаються угоди купівлі - продажу на якісно

однорідні й легко взаємозамінні товари. Товари продаються за зразком або на підставі якісних характеристик. Угоди здійснюються без наявності товару, тому в результаті отримують документ, що підтверджує власність на товар.

Сьогодні кількість видів товарів, які продають і купують на біржах, близько 70 (раніше - більше 200). На їхню частку доводиться 15-20% міжнародної торгівлі. Товари, що є об'єктом біржової торгівлі можна об'єднати в наступні групи:

- енергетична сировина;
- кольорові й дорогоцінні метали;
- зернові;
- олієнасіння і продукти їхньої переробки;
- живі тварини й м'ясо;
- текстильна сировина;
- промислова сировина.

Найбільші міжнародні біржові центри знаходяться в США, Англії, Японії. На їхню частку доводиться більше 90% обороту біржової торгівлі. Усього в розвинених країнах налічується близько 50 міжнародних товарних бірж із загальним оборотом більше 10 трлн. дол. Залежно від номенклатури товарів, що продають і купують на біржі, їх можна розділити на універсальні й спеціалізовані.

Основні ознаки міжнародних бірж:

1. Ціни світового ринку.
2. Товари, масового виробництва, що користуються масовим попитом.
3. Вільний валютний і податковий режим торгівлі.

Розглянемо основні аспекти діяльності біржі:

1. Юридичний - найчастіше об'єднання в формі ЗАТ або ТОВ.
2. Організаційний - це торговельне місце особливого типу, де покупець і продавець зустрічаються або безпосередньо (відкрита біржа), або через посередників (закрита біржа). Це місце, де оптовий попит та пропозиція зводяться в одну точку - біржове кільце для кожної товарної секції.

3. Економічний аспект - це крупно оптовий товарний ринок, механізм і інструмент реального ринкового ціноутворення шляхом керування вільною конкуренцією між посередниками, об'єднаними в підприємницьке співтовариство. Товарні біржі найчастіше - безприбуткові організації, мають некомерційний статус і користуються податковими пільгами.

Техніка проведення біржових операцій на різних біржах відрізняється. Класичною вважається схема біржової операції на Лондонській біржі металів (ЛБМ):

1) доручення клієнта купити або продати (вказується кількість, строк поставки, ціна). Обов'язкова наявність або банківської гарантії або 10-ти відсоткова застава;

2) здійснення угоди в біржовому кільці;

3) лист брокера в ліквідаційну касу про реєстрацію здійснення в біржовому кільці угоди;

4) відповідь ліквідаційної каси;

5) відправлення клієнтові контракту з відривним талоном;

6) повернення клієнтом підписаного відривного талона як підтвердження його згоди на контракт.

На товарних біржах розрізняють наступні категорії біржових угод:

- угоди з реальним товаром (менш 1%);

- ф'ючерські угоди.

## **10.2. Міжнародні аукціони**

Аукціон являє собою спеціально організований, періодично діючий ринок, на якому здійснюються угоди купівлі - продажу шляхом цінового змагання між покупцями.

У формі аукціону здійснюється торгівля товарами, що мають індивідуальні особливості властивостями. Основні товари, що пропонуються на аукціонах: хутро й хутрянні вироби, чай, тютюн, квіти, овочі, фрукти,

антикваріат, художні твори та ін. Історично склалося так, що для кожного товару є свої центри аукціонної торгівлі.

Організаторами товарних аукціонів можуть бути окремі великі торговельні компанії, союзи або асоціації продавців або спеціальні аукціонні брокерські фірми.

Періодичність проведення аукціонів залежить від специфіки товару. Наприклад, чай реалізують 1-2 рази на тиждень, хутро - кілька разів на рік.

Організація і техніка проведення міжнародних аукціонів має свої особливості, які визначаються характером товару. Разом з тим у їхній організації є багато загального. Розрізняють чотири стадії проведення аукціонів: підготовка, огляд товарів, аукціонний торг, оформлення і виконання аукціонної угоди.

Переваги аукціонів:

1. Присутність великої кількості конкуруючих покупців дозволяє виявити попит і встановити ціну на товар.
2. Можливість підвищення і зниження цін.
3. Продавець може зняти товар із продажу.

Недоліки: витрати часу на поїздку, оплата послуг організаторів і як наслідок більше висока ціна.

### **10.3. Міжнародні торги**

Міжнародні торги - одна з форм зовнішньоекономічної діяльності, при якій покупець (замовник) повідомляє конкурс для продавців (постачальників) на товар з певними техніко-економічними характеристиками, підрядників на виконання робіт або партнерів для створення спільних підприємств.

Організаторами торгів часто виступають державні установи, муніципалітети, іноді - приватні фірми.

Застосування торгів як методу розміщення замовлень на імпорт товарів або послуг дозволяє покупцеві здійснити закупівлі більш ефективним

способом, одержавши економію часу й засобів при дотриманні гарантій якості, вигідних умов поставки та ін. умов угоди. Це досягається завдяки тому, що організатори використовують конкуренцію між фірмами, які беруть участь у торгах.

Організатори торгів створюють тендерний комітет, який виконує всю організаційну роботу. В його склад входять представники організації - покупця, а також технічні й комерційні експерти. В рамках ВТО розроблено уніфіковану процедуру проведення міжнародних торгів.

Залежно від способу проведення розрізняють відкриті й закриті торги. В окремих випадках, при проведенні торгів у два етапи, відкриті торги можуть сполучатися із закритими.

Організація торгів:

1. Оголошення в пресі публікують за 1 -2 місяці до їхнього початку. Торговельні палати, консули, торговельні радники, торгові центри інформують свої країни про майбутні торги. Фірми, які бажають взяти участь у торгах, спочатку вносять заставу в розмірі 1-3% від вартості очікуваної угоди.

2. Умови проведення торгів (тендерні) також можуть викуплятися в тендерних комітетах. Розробку умов торгів можна здійснювати самостійно або із залученням спеціалізованих консалтингових або інжинірингових фірм.

Комплект тендерної документації звичайно містить:

- докладну характеристику закупаваного встаткування або об'єкта, що споруджують;
- основні комерційні умови (строки поставки, базис, умови платежу, гарантії);
- форми тендерної пропозиції;
- можливість і необхідність подання додаткової технічної і пояснювальної документації;
- умови арбітражу;
- штрафи;
- вимоги з технічного обслуговування та ін.



3. Однією з умов торгів є строк по задачі пропозицій для участі в торгах. Не пізніше цього часу оференти подають тендерні пропозиції під розпис у тендерний комітет. Пропозиції подають в закритих опечатаних конвертах.

4. Порівняння поданих пропозицій, підведення підсумків і визначення переможця. Строк ухвалення рішення залежить від обсягу аналізованої інформації. Переможця можуть вибрати одразу. Найчастіше тендерні комітети аналізують оферти від декількох тижнів до декількох місяців.

5. Рішення про вибір переможця повинно бути прийняте до строку, встановленого умовами торгів. Оференти не можуть відкликати свої пропозиції до цього строку.

Оферент, що виграв торги, як правило, вносить другу заставу в розмірі 5-10% вартості замовлення. Після виконання замовлення цю заставу повертають. Організатори торгів можуть використовувати цю заставу для покриття окремих претензій в ході виконання замовлення.

6. З переможцями торгів підписують контракт, у якому обмовляють усі необхідні умови.

#### **10.4. Міжнародні ярмарки й виставки**

Міжнародні ярмарки - це періодичний ринок з демонстрацією зразків товарів, на якому потенційні продавці й покупці проводять переговори, уточнюють пропозиції і підписують контракти. Розрізняють універсальні й спеціалізовані ярмарки.

Виставки - публічна демонстрація досягнень у певній галузі науки, економіки, культури з метою реклами товарів.

Існують постійно діючі ярмарки й виставки.

Організаторами торговельних ярмарків і виставок є торговельні палати, асоціації федерації торговців і промисловців, державні й муніципальні органи, а також приватні фірми.

Організації, які займаються ярмарками й виставками, є юридичними

особами, вони реєструються й відповідають за своїми обов'язками в межах їхнього майна.

Питаннями регулювання діяльності міжнародних ярмарків і виставок займається Союз міжнародних ярмарків, у якому бере участь 50 країн і Міжнародне бюро виставок.

### ***Контрольні запитання***

1. Які основні функції біржі в торгівлі товарами?
2. Які види міжнародних бірж Ви знаєте?
3. У чому полягає діяльність валютних і фондових бірж?
4. Назвіть основні аспекти діяльності товарних бірж.
5. Опишіть схему біржової операції на ЛБМ.
6. Перелічіть товари, реалізовані на біржах, назвіть їхні властивості.
7. Хто займається організацією товарних аукціонів?
8. Яка періодичність проведення аукціонів?
9. Охарактеризуйте переваги й недоліки аукціонів.
10. Які особливості організації і проведення міжнародних торгів їхні переваги.

### ***Термінологічний словник ключових понять***

*Валютна біржа, товарна біржа, фондова біржа, біржове кільце, ф'ючерська угода, міжнародні торги, тендер, оферта, аукціонний торг, підрядник, замовник.*

## **ТЕМА 11. СТРУКТУРА І ЗМІСТ МІЖНАРОДНОГО КОНТРАКТУ**

План: 11.1. Суть і особливості оформлення зовнішньоторгового контракту.

11.2. Типові контракти в ЗЕД.

11.3. Структура і зміст зовнішньоторговельного контракту.

### **11.1. Суть і особливості оформлення зовнішньоторгового контракту**

У міжнародній комерційній практиці використовують різні способи підписання експортно-імпортних угод. Найбільш поширеним, як уже відзначалося, являється підписання контракту контрагентами, які приймають у ньому участь.

У міжнародній практиці контрактом називають договір купівлі-продажу товарів у матеріально-речовій формі. Контракт - це документ, який свідчить про те, що одна сторона угоди (продавець) зобов'язується доставити товар у власність іншій стороні (покупцю) яка, в свою чергу, зобов'язується прийняти його і заплатити ціну за товар. Контракт - основний комерційний документ, що визначає права й обов'язки сторін. По суті в ньому викладений комплекс дій по здійсненню зовнішньоторгового обміну.

Беззаперечною умовою контракту купівлі-продажу є перехід права власності на товар від продавця покупцеві. Цей контракт купівлі-продажу відрізняється від усіх інших контрактів, наприклад, орендного, ліцензійного і т.д.

Форма контракту може бути письмовою чи усною. Віденська конвенція (1980р.) не вимагає, щоб договір купівлі-продажу обов'язково оформлявся в письмовій формі. Проте законодавства ряду країн, у тому числі й України, вимагають обов'язкової письмової форми договору купівлі-продажу. В письмовій формі повинні вноситися і всі зміни в контракт, направляються офорти, акцепти, запити та інші пропозиції і відповіді. Недотримання форми таких угод стає причиною їх недійсності.

Суб'єкти, які є сторонами зовнішньоторгового договору (контракту) купівлі-продажу повинні мати повноваження на підписання договору у відповідності до законів України і з урахуванням її міжнародних договорів. У випадку, якщо зовнішньоекономічний договір підписує фізична особа, потрібен тільки її підпис. Від імені інших суб'єктів ЗЕД зовнішньоекономічний договір підписують дві особи: особа, яка має таке право відповідно до посади і згідно з документами заснування фірми й особи, вповноваженої дорученням, виданим за підписом керівника суб'єкта ЗЕД одноосібно, якщо документи заснування не передбачають іншого.

Права й обов'язки сторін зовнішньоторгового контракту визначаються правом місця його підписання якщо сторони не узгодили іншого, і відображаються в умовах контракту.

Підписання зовнішньоекономічного контракту являє собою цілий ряд дій сторін (контрагентів) під час узгодження його умов.

Початковим етапом є попередні переговори, які інколи називаються "трактацією угоди". Це серйозний і складний процес. Тим, хто починає безпосередню роботу з узгодження всіх конкретних умов (статей) майбутнього контракту можна порекомендувати наступне:

1. Дуже важливо чітко уявити мету угоди, що ви хочете зробити і що одержати. Щоб успішно вирішити цю проблему, намагайтеся створити ідеальну модель майбутньої операції, накресліть схему, поділіть її на етапи, стадії, визначте строки, вирахуйте ризик. Подумайте, що повинні зробити ви і що повинен зробити ваш партнер. І тільки після цього можна приступати до формулювання умов договору, звертатися за консультаціями до спеціалістів, готувати всі необхідні документи.

2. Проект майбутнього договору краще готувати самим, а не доручати контрагенту. Таким чином, ви зможете реалізувати свої інтереси.

3. Ніколи не підписуйте договір, поки його не переглянув і не завізував ваш юрист чи юрист іншої незалежної фірми. В Донецькій торгово-промисловій палаті, наприклад, є спеціальний відділ, який може надати

кваліфіковану допомогу в перевірці й виправленні формулювань проекту договору.

4. Формуючи умови договору, не допускайте двоякості висловлювань, розпливчастих фраз, нечіткості. В договорі має значення кожна буква, кожна кома.

Даючи загальну характеристику контракту купівлі-продажу, треба відзначити джерела правового регулювання зовнішньоторгових контрактів. Звичайно, вони мають певну специфіку. До основних джерел відносяться: міжнародні договори; національне законодавство; звичаї.

У практиці міжнародної торгівлі використовують такі джерела правового регулювання міжнародної купівлі-продажу:

- Конвенція ООН про договори міжнародної купівлі-продажу товарів (1980 р.);

- Конвенція ООН про давність позову в міжнародній купівлі-продажу товарів (1974 р.);

- Конвенція про право, що використовується до договорів міжнародної купівлі-продажу товарів (1985 р.), та ін.

Найбільш широко в практиці міжнародної торгівлі використовується Віденська конвенція ООН про договори міжнародної купівлі-продажу, прийнята у Відні в 1980 р. Вона являє собою міжнародний документ, що має практичне значення при підписанні й виконанні зовнішньоторгових контрактів. Віденська конвенція була розроблена комісією ООН про право міжнародної торгівлі (ЮНСІТРАЛ) з метою визначення єдиних норм, що регулювали б міжнародні торгові договори.

Учасниками Віденської конвенції є більше 30 країн. До них належать Австрія, Китай, Німеччина, Італія, Польща, Швейцарія, США, Ірак, Франція та ін. На території України Конвенція вступила в дію з 1 лютого 1991 року.

Віденська конвенція складається з чотирьох частин і 101 статті, в яких докладно визначається порядок підписання договору міжнародної купівлі-продажу (частина II) і його основні умови (частина III). Треба мати на увазі, що

Віденська конвенція не регламентує всі аспекти міжнародної купівлі-продажу.

Значення даної Конвенції полягає в усуненні значних розбіжностей в національних законодавствах, що регулюють міжнародну купівлю-продаж товарів; визначені рис міжнародного характеру договору; встановленні переліку видів договорів і послуг, на які не розповсюджується її дія; визначенні головних прав і обов'язків сторін за договором; встановленні форми контракту купівлі-продажу; визначенні засобів правового захисту у випадку порушення договору продавцем чи покупцем та ін.

Разом з тим Віденська конвенція носить диспозитивний характер. Це означає, що сторони можуть у договорі відступити від будь-якого положення Конвенції чи змінити його дії. І це повинно бути вказано в контракті. Якщо в контракті купівлі-продажу таких відступів не передбачено, до нього повинні використовуватись норми Віденської конвенції 1980 р.

Що стосується національного законодавства, треба сказати, що практично в усіх країнах прийняті законодавчі акти, що містять норми, які регулюють відносини міжнародної купівлі-продажу. В одних країнах - це торгові кодекси (Франція, Німеччина, США, Швейцарія і т.д.), в інших - спеціальні законодавчі акти про міжнародну купівлю-продаж (Великобританія та ін.). В Україні відносини міжнародної купівлі-продажу регулює Закон України "Про зовнішньоекономічну діяльність", Декрет Кабінету Міністрів України "Про систему валютного регулювання і валютного контролю", Закон України "Про порядок здійснення розрахунків в іноземній валюті". Значний вплив на зміст зобов'язань сторін за контрактом купівлі-продажу здійснюють прийняті в міжнародній практиці звичаї і звичайності. Вони відіграють вирішальну роль при вирішенні суперечок в арбітражі.

## **11.2. Типові контракти в ЗЕД**

У практиці міжнародної торгівлі широко використовують різні типові форми контрактів. Їх стали розробляти великі експортери й імпортерами ще

наприкінці XIX ст. За деякими підрахунками на світовому ринку сьогодні використовують більше 10 млн. типових контрактів.

Типовий контракт - це розроблений у відповідності до встановлених правил документ, що містить ряд уніфікованих умов, прийнятих у практиці міжнародної торгівлі, тобто ніби наперед узгоджених, типових умов. Другу частину типового контракту складають статті, умови яких вимагають узгодження. Це статті, що містять умови про предмет контракту, ціну товару, його якість, терміни поставок, умови платежу та ін.

Типові контракти на світовому ринку можуть використовуватися в різних формах. Як правило, їх складають на бланках, виготовлених у типографії.

Найбільш поширеною формою є такий типовий контракт, в якому викладають і формулюють належним чином статті, що містять в собі загальні умови купівлі-продажу. А в тих статтях, умови яких вимагають узгодження, залишається місце для уточнення. Після узгодження в контракт вносять індивідуальні умови угоди, і він готовий до підписання. Інколи у всіх пунктах залишають місце для уточнення.

Друга форма типового контракту відрізняється тим, що статті, які містять у собі загальні умови, друкують на звороті контракту чи інших листках, а статті, умови яких вимагають узгодження, друкують на лицьовій стороні контракту.

Є й такий варіант типового контракту, в якому загальні умови купівлі-продажу не викладаються. Вони наперед узгоджені і на них роблять посилання на зворотній стороні контракту, а на лицьовому боці друкують мінімум 3-4 статті, умови яких вимагають узгодження (тобто про кількість, ціну, терміни й інколи якість доставки).

Використання типового контракту можна здійснювати двома способами:

1) беззаперечне приєднання одної зі сторін до умов кінцевої форми типового контракту, яку запропонувала інша сторона

2) використання типового контракту як зразка, який може бути змінений у відповідності до конкретної угоди.

Частіше всього типовий контракт , розроблений однією із сторін угоди, береться за зразок і на його основі шляхом узгодження кожної статті, кожної умови контракту розробляється індивідуальний контракт, який підписують сторони.

Типові форми контрактів розробляють в основному великі експортери даного виду продукції, об'єднання промисловців і підприємців, асоціації, союзи, торгово-промислові палати, біржові комітети. Наприклад, типові контракти на промислову сировину розробляють союзи підприємців. Це, як правило, національні союзи. Проте щодо багатьох товарів - зернових, лісопиломатеріалів; шкіросировині - велике значення мають типові контракти, розроблені міжнародними союзами підприємців. Найбільше поширення в торгівлі зерновими, масляними, цукром, кольоровими металами, бавовною, натуральним каучуком і т.д. одержали типові контракти, розроблені біржовими комітетами. Галузеві об'єднання розробляють зазвичай декілька варіантів типових контрактів для кожного виду товарів. Різниця між цими варіантами полягає звичайно в методі визначення ціни (ФОБ, СІФ та ін.), способі доставки товару (цілими пароплавами чи дрібними відправками); напрямку перевезення, що може вплинути на упаковку товару, умови страхування і т.д.

Велику увагу розробці типових контрактів приділяє Європейська економічна комісія (ЄЕК) ООН. Під керівництвом ЄЕК було розроблено більше 30 варіантів типових контрактів і загальних умов купівлі-продажу, частково, договір купівлі-продажу зернових (16 варіантів переглянуті в 1965 р.); загальні умови експортних доставок машинного обладнання (1955 р.); загальні умови монтажу машинного обладнання за кордоном (1963 р.); загальні умови купівлі-продажу для експорту товарів довготривалого користування та інших металовиробів серійного виробництва (1961 р.); загальні умови купівлі-продажу цитрусових (1958р.)та ін.

Типові форми контрактів є обов'язковими для сторін тільки за їх згодою. Звичайно зміст таких угод ґрунтується на праві й практиці країни-розроблювача. І це необхідно враховувати українським підприємцям, які



укладають контракт з іноземним партнером.

### **11.3. Структура і зміст зовнішньоторговельного контракту**

Зовнішньоторгові контракти за змістом індивідуальні, але за структурою схожі. Кожен контракт має індивідуальний номер, текст контракту починається з преамбули, після чого розміщені такі статті: предмет контракту, кількість товару, якість товару, термін і дата доставки, базисні умови доставки, ціна, упаковка й маркірування, порядок здачі-прийому, умови про гарантії, рекламації, штрафні санкції і повернення втрат, обставини непереборної сили, арбітражна замітка, інші умови контракту, юридичні адреси сторін, підписи продавця і покупця.

Названі умови можуть бути кваліфіковані з точки зору їх обов'язковості для продавця і покупця, і з точки зору їх універсальності.

Зміст контракту визначається сторонами угоди. Формулювання статей вони обирають самостійно, в залежності від предмету договору, торгових звичаїв, наявності міжнародних угод, а також від довготривалості взаємних ділових контактів.

Відзначимо деякі типові підходи до складання зовнішньоторгового контракту купівлі-продажу.

1. Вступна частина чи преамбула. Текст контракту починається з вступної частини. В ній вказують повну юридичну назву сторін, вказують номер контракту, місце і дату його підписання, визначення сторін, які підписують угоду ("продавець", "покупець", "постачальник", "замовник" і т.д.).

2. Предмет контракту. В цій статті вказують назву, вид, сорт, марку, модель товару, що постачається.

Якщо дані товари різного асортименту чи різних якісних характеристик, їх звичайно наводять у специфікації, що супроводжує контракт.

Якщо постачають обладнання, додають докладну технічну характеристику товару, яку оформлюють як додаток до контракту.

3. Кількість товару. При визначенні кількості товару в контракті встановлюють: одиницю виміру кількості (це може бути вага, об'єм, довжина, площа, штуки і т.д.); порядок визначення кількості (він може бути визначеним чи твердо фіксованою цифрою, чи в установлених межах з обмовкою "близько", знаком  $\pm \dots\%$ , наприклад, при поставках масових сировинних товарів насипом, навалом чи наливом); система мір і ваги, так як у різних країнах використовують різні метричні системи (так, у світовій практиці використовують метричну тонну - 1000кг, а американська (коротка) тонна - 907 кг, англійська (довга) тонна - 1016 кг).

В контракті вказують також чи враховують тару й упаковку в кількість товару. В залежності від цього розрізняють вагу товару брутто, нетто і брутто за нетто.

4. Якість товару. В цій статті вказують спосіб визначення якості товару, а також документи, що підтверджують його. Вибір способу визначення якості залежить від характеру товару і від практики, яка склалася в світовій торгівлі даним товаром. Існують такі методи визначення якості товару:

- за стандартом. Якість товару повинна відповідати відповідній системі стандарту міжнародного чи національного. В деяких випадках стандарти розробляють великі промислові фірми;

- специфікації, доданої до контракту. Специфікації містять необхідні технічні параметри, що характеризують товар. У контракті вимагається вказати організацію, яка склала специфікацію, і навести основні показники специфікації;

- технічних умовах. Цей спосіб використовують нестандартних виробів, що виготовляють на основі індивідуальних замовлень;

- зразку. Цей спосіб передбачає відповідність якості товару певному зразку, прийнятому за еталон і підтвердженому покупцем. В міжнародній практиці звичайно відбирають 3 зразки. Один екземпляр зразка зберігається в покупця, другий - у продавця, третій - в будь-якій центральній організації (наприклад, у торговій палаті);

- за вмістом певної речовини в товарі (наприклад, певний відсоток марганцю в руді), за виходом готового продукту з товару (наприклад, пряжі із шерсті);

- інші методи визначення якості: за описом (наприклад, автомобіля); за попереднім оглядом (товари, що реалізують на аукціонах, зі складів); за способом ("який він є"), без гарантій продавця на якість товару та ін.

При визначенні якості товару звичайно використовують не один із названих способів, а два-три в комбінації. Основним документом, що підтверджує якість, є сертифікат якості. Його може видавати видавець, продавець чи спеціальна організація, частково ТПП.

5. Термін і дата поставки. Термін поставки товару розглядають як тимчасовий період, протягом якого продавець зобов'язаний передати товар у власність покупцю. Товар може бути доставлений одночасно чи частинами. При доставці частинами в контракті вказують проміжні терміни доставки.

Згідно з Конвенцією ООН (ст. 33) продавець повинен доставити товар:

- у визначені строки, якщо договір дає можливість визначити точну дату поставки;

- на протязі періоду, якщо договір дозволяє визначити його;

- у розумний строк після підписання контракту.

У деяких випадках використовують прийнятий в торгівлі термін "термінова поставка" чи "зі складу" (від 1 до 14 днів).

Крім строків поставки в контракт купівлі-продажу в багатьох випадках вносять обмовку про дату поставки. Вона визначає момент передачі товару в користування покупця. В залежності від способу поставки датою поставки може бути: дата, вказана на транспортному документі, що свідчить про прийняття вантажу до перевезення; дата складського свідоцтва; дата підписання приймально-передавального акту представниками продавця і покупця.

6. Базисні умови поставки. Базисними умовами поставки називають спеціальні умови, які визначають обов'язки продавця і покупця з доставки

товарів і встановлюють момент переходу ризику від продавця до покупця при випадковій загибелі чи пошкодженні товару. Базисні умови, таким чином, визначають того, хто несе витрати, пов'язані з транспортуванням товару від продавця-експортера до покупця-імпортера. Ці витрати значні, інколи становлять 40-50% ціни товару. Тому при складанні контракту продавець і покупець детально розраховують витрати за всіма транспортними операціями.

Витрати на доставку товару, що несе продавець, враховують у ціну товару і визначають її базис. Тому й умови поставки називаються базисними.

Тлумачення базисних умов поставки міститься в такому міжнародному визнаному документі як "Інкотермс", розробленому Міжнародною торговою палатою.

Запропоновані в правилах Інкотермс пояснення термінів відповідають найбільш поширеним торговим звичаям і правилам, що склалися в міжнародній практиці. Головна мета Інкотермс - чітке визначення умов контракту по відношенню обов'язків продавця з доставки товару покупцю й уніфікація обов'язків сторін контракту. Разом з тим, правила носять рекомендаційний характер, їх використання в тому чи іншому обсязі залежить від бажання сторін, які підписують угоду.

В даний час у міжнародній практиці використовують Інкотермс у редакції 2000 року.

7. Ціна товару. При встановленні ціни в контракті купівлі-продажу визначають:

- одиницю вимірювання, за якою встановлюють ціну (ваги, довжини, площі, об'єму, поштучно і т.д.);

- базис ціни, який встановлює, чи входить у ціну товарів транспортні, страхові та інші витрати з доставки товару. Базис ціни звичайно визначається шляхом використання одного з комерційних термінів (ФАС, ФОБ, СІФ та ін.) з вказівкою пункту здачі товару;

- спосіб фіксації ціни. Ціна в контракті може бути зафіксована в момент його підписання, на протязі терміну його дії чи до моменту його виконання. В

залежності від способів фіксації розрізняють такі види цін: 1) тверда, 2) гнучка, 3) рухлива, 4) з наступною фіксацією. Тверді ціни встановлюють на момент підписання контракту, звичайно з обмовкою "ціна тверда, зміні не підлягає".

Гнучка - в момент підписання контракту і коригують у випадку зміни витрат виробництва в період виконання контракту. При використанні гнучкої ціни обговорюється її структура, вказується джерело, на основі якого можна говорити про зміни витрат виробництва.

Гнучку ціну в практиці часто вираховують за формулою, запропонованою Європейською економічною комісією ООН, викладеною в загальних умовах експортних поставок машинного обладнання.

Рухлива ціна. Її фіксують на момент підписання контракту, а надалі може бути переглянута в залежності від зміни ринкових цін. Ціни з наступною фіксацією. В даному випадку ціни не обговорюються на момент підписання контракту. Проте в договорі регламентується порядок їх обчислення до моменту платежу.

Валюта ціни. Ціна може бути встановлена у валюті країни-експортера, імпортера чи у валюті третьої країни;

- рівень ціни. При визначенні рівня ціни в контракті звичайно орієнтуються на два рівні цін:

1) опубліковані ціни (довідкові ціни, біржове котування, ціни аукціонів, фактичних угод та ін.);

2) розрахункові ціни постачальника, встановлені в контрактах на нестандартне обладнання, виготовлене, як правило, за індивідуальним замовленням.

8. Умови платежу. Передбачають встановлення в контракті купівлі-продажу:

- валюти платежу. Такою може бути валюта країни-експортера, країни-імпортера чи третьої країни. Вона може не співпадати з валютою ціни товару. Тоді в контракті необхідно вказати курс, за яким валюта ціни буде переведена у валюту платежу;

- терміни платежу. Сторони вказують у контракті конкретні терміни платежу. Якщо такі не називаються то згідно Конвенції ООН, покупець повинен заплатити ціну, коли продавець передає йому чи сам товар чи товаросупроводжувальні документи;

- способи платежу. В практиці міжнародної торгівлі існує декілька способів платежу: готівкою, авансом і в кредит;

- форми розрахунків. Форми розрахунків, які використовують іноземні партнери, дуже різноманітні. Основними серед них є інкасова, акредитивна, розрахунки за відкритим рахунком та інші. Переважна частина розрахунків за зовнішньоторговими оцінками здійснюється в інкасовій і акредитивній формах розрахунків.

9. Упаковування і маркування. В міжнародній торгівлі упакування і маркування виконують ряд важливих функцій:

- рекламують товар;

- зберігають його при транспортуванні і перевантаженні;

- забезпечують оптимальну заповнюваність транспортних засобів;

- інформують населення про товар, його користь і правила користування.

У статті "Упаковка" вказують вид упаковки, її характеристику, якість, розміри, спосіб оплати, а також нанесення на упаковку кожного місця маркування. Вид упаковки залежить від особливостей товару. Розрізняють упаковку зовнішню і внутрішню. В більшості випадків упаковка переходить у власність покупця разом з товаром.

Маркування вантажів зазвичай передбачає вказівку на такі моменти як реквізити експортера й імпортера, номер контракту, місця призначення характеристику ваги і габаритів місця, номер місця і число місць у партії, спеціальні позначення ("обережно, крихке", "верх не кантувати", "центр тяжкості").

10. Здача - прийом. Під здачею-прийомом розуміють передачу товару продавцем у власність покупця у відповідності до умов контракту. Оскільки покупець повинен своєчасно підготуватися до приймання товару в контракті

передбачається обов'язок продавця повідомити покупця про готовність товару до відвантаження і про фактичне відвантаження.

У даному розділі контракту узгоджують такі питання як вид, місце і термін здачі-прийому, порядок приймання товару за кількістю і якістю, хто здійснює здавання-приймання товару.

В залежності від виду приймання поділяють на попереднє й кінцеве. Попереднє здійснюють на підприємстві продавця з метою встановлення відповідності товару, його упаковки і маркування до умов контракту. Мета кінцевої здачі-прийому - встановити фактичне виконання поставки за кількістю й якістю в обумовленому місці і в певний період.

Здачу-прийом за кількістю й якістю, як правило, здійснюють у різний період. Здачу-прийом за кількістю необхідно проводити зразу після прибуття товару. Для другої встановлюють довший період.

В контракті вказують, на основі яких документів буде проводитися приймання за кількістю й якістю. За кількістю його проводять, як правило, за специфікацією, транспортною накладною і пакувальному листку. За якістю - на основі сертифікату якості й способу визначення якості, узгодженого в контракті.

11. Умови про гарантії. При поставці машин, обладнання чи іншої техніки в контрактах міститься умова про гарантійне обслуговування. В умовах даної статті визначають: обсяг наданої гарантії, гарантійний термін; обов'язки продавця у випадку виявлення дефекту товару чи його невідповідності до умов контракту. Термін гарантії може бути від кількох місяців до кількох років, що залежить насамперед від характеру товару. В даній статті перелічують також усі випадки, на які гарантії не поширюються (наприклад, на деталі, що швидко зношуються, та запасні частини; на пошкодження через велике навантаження, поганого збереження і неправильного обслуговування). Якщо за домовленістю сторін гарантійне обслуговування проводиться силами покупця, продавець у такому випадку повинен заплатити йому витрати.

12. Рекламації - це претензії покупця до продавця в зв'язку з

невідповідністю кількості й якості доставленого товару до умов контракту. В контракті сторони встановлюють порядок і терміни пред'явлення рекламаций, права й обов'язки сторін, способи врегулювання рекламаций.

Врегулювання рекламаций може бути здійснено шляхом усунення дефектів, заміни товару іншим, повернення сплаченої вартості, надання знижки на договірні ціни та ін. Вибір способу врегулювання рекламаций залежить від товару. Якщо знайдено дефект у товарі, що володіє індивідуальними ознаками, треба замінити його іншим. На сировинні товари звичайно надають знижки з контрактної ціни чи проводять уцінку вартості всієї партії.

13. Штрафні санкції. В контракті можуть бути передбачені різного роду санкції в формі пені, неустойки, штрафів, які платять продавці чи покупці у випадку невиконання своїх зобов'язань відповідно до договору.

Крім неустойки, в контракті може передбачатися право сторін на повернення втрат.

14. Обставини непереборної сили. В ході виконання контракту можуть з'явитись обставини, що перешкоджають виконанню договору. Такі обставини називаються непередбаченими чи форс-мажорними. Тому всі контракти купівлі-продажу містять умови, які дозволяють переносити термін виконання договору або звільняти сторони від повного чи часткового виконання зобов'язань договору у випадку виникнення непередбачених обставин. До таких обставин відносяться:

- різного роду стихійні лиха (землетруси, паводки, урагани, пожежі, замерзання морів і т.п.);

- різного роду політичні і торгово-політичні дії (війна, блокада, заборона експорту й імпорту, валютні обмеження та ін.).

В інтересах обох сторін угоди заздалегідь точно визначити, які обставини вони відносять до форс-мажорних. При настанні форс-мажорних обставин, виконання контракту може бути призупинено на період їх дії. Якщо такі обставини будуть продовжуватися довше узгодженого в контракті терміну, то кожна з сторін має право відмовитися від дальшого виконання своїх зобов'язань



відповідно контракту. В контракті сторони вказують також назву організації, яка буде свідчити про початок і довготривалість форс-мажорних обставин. Як правило, це торгово-промислова палата.

15. Арбітраж. У цій статті контракту встановлюють порядок вирішення суперечок, які можуть виникнути між сторонами, якщо вони не можуть вирішити протиріччя іншим шляхом.

При підписанні контракту купівлі-продажу сторони можуть внести в нього й інші умови. Текст контракту закінчується вказівкою юридичних адрес і підписами продавця і покупця. Контракт вважається дійсним, якщо він підписаний особами, які мають на це повноваження. З моменту підписання контракту починають діяти права й обов'язки сторін щодо його виконання.

### ***Контрольні запитання***

1. Яка, відповідно до Віденської конвенції про договори міжнародної купівлі-продажу товарів, повинна бути форма контракту?

2. Які форми типових контрактів Ви знаєте?

3. Типові форми контрактів є обов'язковими?

4. Якими законодавчими актами в Україні регулюють відносини міжнародної купівлі-продажу?

5. Які типові умови поставки "Інкотермс" ви знаєте? В чому їхня сутність?

6. Яка головна мета "Інкотермс"?

7. Які форми розрахунків, які використовують іноземні партнери, Ви знаєте?

8. Хто визначає зміст контракту?

### ***Термінологічний словник ключових понять***

*Контракт, типовий контракт купівлі-продажу, умови контракту; обов'язкові, додаткові, універсальні, індивідуальні умови контракту, правові основи контракту, структура контракту, зміст контракту купівлі-продажу, базисні умови поставки, види цін, рекламації, арбітраж.*

## **ТЕМА 12. ОРГАНІЗАЦІЯ І ТЕХНОЛОГІЯ ТРАНСПОРТНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ**

План: 12.1. Роль транспорту в зовнішньоекономічній діяльності підприємства. Транспортні операції.

12.2. Організація міжнародних перевезень основними видами транспорту.

### **12.1. Роль транспорту в зовнішньоекономічній діяльності підприємства. Транспортні операції**

Зовнішньоекономічна діяльність підприємства тісно пов'язана з транспортним забезпеченням, яке є однією з важливих складових процесу організації доставки товарів від місця їх виготовлення до місця споживання. По суті воно ідентичне товарообігу, яке базується на концепції логістики. Разом з тим транспортне забезпечення доцільно розглядати як самостійний аспект системи товарообігу, що має свою специфіку.

Під транспортним забезпеченням розуміють сукупність елементів, які знаходяться в тісній взаємодії і складають єдину транспортну систему, що об'єднує операції, пов'язані з виробництвом і обігом продукції.

Продукцією транспорту є безпосередньо сам процес переміщення товарів від виробника до споживача. В цьому й полягає суть транспортних послуг. Вони - основна пов'язуюча ланка між продавцем і покупцем.

Транспортні послуги, як і всяка послуга, має свої особливості.

1. Транспорт не виробляє нового товару чи продукту, але саме дякуючи йому переміщення з одного місця в інше забезпечує продовження процесу виробництва та обігу, має місце кінцеве споживання вироблених товарів. Переміщення товарів, продукції з місця виробництва до місця споживання і є тою споживчою вартістю, яку створює транспорт, його транспортні послуги.

2. Дія транспортних послуг виражається в такому корисному ефекті, який не може виникати, зберігатися і реалізуватися у відриві від транспорту. Разом з тим виробництво транспортних послуг невідривне від їх споживання. Транспортні послуги задовольняють потреби на момент свого проявлення, тобто створення таких послуг співпадає з їх споживанням.

3. Транспорт займає особливе місце в міжнародному товарообігу. З одного боку, він є необхідною умовою здійснення міжнародного розподілу праці, зовнішньоекономічних зв'язків. З другого боку - транспортна індустрія виступає на світових ринках експортером своєї продукції, частково, транспортних послуг.

4. Транспортні послуги, які здійснюються в сфері ЗЕД, піддаються впливу всіх факторів, що характеризують розвиток ринкової економіки. Насамперед, це коливання цін на нафту, попит і пропозиція на товари а відповідно, і на їх перевезення; валютний курс; ступінь втручання держави в зовнішньоекономічну діяльність, стан політичних і економічних відносин різних держав і багато інших.

Транспорт грає важливу роль у розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Його нормальне функціонування забезпечує виконання зобов'язань сторонами з купівлі-продажу, комерційний ефект зовнішньоторгової угоди. Порушення транспортного процесу часто веде до матеріальних втрат експортера й імпортера, робить вітчизняні товари неконкурентоздатними.

Транспортне забезпечення зовнішньоекономічної діяльності є об'єктивно необхідним. Часто власнику вантажу важко орієнтуватися в транспортній обстановці, яка вимагає професійних знань законодавства окремих країн, міжнародних конвенцій (угод), техніко-експлуатаційних характеристик транспортних засобів, пунктів перевантаження і перевалки вантажів, умов їх роботи, ринку посередницьких послуг та ін.

Тому, при необхідності відправлення вантажу за кордон, доцільно

насамперед встановити тісні контакти з транспортними підприємствами і організаціями які займаються міжнародними перевезеннями. При цьому важливо обрати вид транспорту, яким ви хотіли б відправити вантаж за кордон. Тут треба мати на увазі, що в сучасному світі функціонує шість видів транспорту: морський, залізничний, автомобільний, річний, повітряний і трубопровідний. Види транспорту поділяються на водяний (морський, річний), наземний (залізничний, автомобільний, трубопровідний) і повітряний. Кожен з них має свою специфіку.

Плануючи відправлення вантажу і вибір транспорту, треба враховувати ряд обставин.

По-перше, вид вантажу. Вантажі, що перевозять, поділяють на генеральні, масові й особливо режимні. До генеральних належать різні штучні вантажі (в упаковці чи без неї). За розмірами їх поділяють на звичайні, довгомірні (більше 3 м) і негабаритні. За масою - легкі й важкі (з масою більше 5 тонн на одну вантажну одиницю).

До масових відносяться вантажі, що являють собою певну структурну масу яку перевозять у великій кількості без упаковки. До них належать наливні (нафта і нафтопродукти, гази, тваринні й рослинні жири, спирти та ін.), навальні (руда, концентрати, добрива та ін.), насипні (зерно, цукор, сирець та ін.) і лісні.

До особливо режимних належать вантажі, що зберігають і перевозять при дотриманні спеціальних правил (небезпечні вантажі ті, що швидко псуються та ін.).

При виборі засобів транспортування треба мати на увазі, що в деяких випадках можливість вибору відсутня. Наприклад, вантажі, що швидко псуються, треба перевозити авіатранспортом. Разом з тим авіаперевезення не допускаються при перевезенні легкозаймистих і вибухонебезпечних вантажів. Основну частину перевезень морським транспортом складають перевезення масових наливних і навальних вантажів (нафти і нафтопродуктів, залізної руди, кам'яного вугілля, зерна та ін.). Морський транспорт широко використовується

і для перевезення генеральних вантажів.

По-друге, фактор часу. Відомо, що найшвидший спосіб доставки вантажу - це авіатранспорт. Однак він дорого коштує. Тому використовують тільки тоді, коли треба доставити вантаж за мінімальний відрізок часу (продукти, що швидко псуються, квіти та ін.) По-третє, вартість перевезень. Звичайно, що кожен покупець хотів би, щоб вартість перевезення складала невеликий відсоток від вартості товару. Проте бувають випадки, коли вибір відсутній і треба платити за доставку вантажу високу ціну. А коли є вибір, ціна буде нижча. Наприклад, невеликі й середні за обсягом партії вантажів можна доставляти повітрям і по суші приблизно за однаковими цінами. По-четверте, безпека перевезення. Крихке й дороге обладнання краще перевозити повітряним транспортом. Товари, що мають високий ступінь ризику, відносно крадіжки (запчастини автомобілів, офісне обладнання, фармацевтичні товари і т.п.), як правило, доставляють морським транспортом, в основному в контейнерах, хоч це коштує дорожче.

Названі обставини важливо враховувати при виборі виду транспорту. Однак, вид транспорту багато в чому залежить від того, що в першу чергу цікавить відправника вантажу. Якщо його цікавить швидкість доставки вантажу, він обирає між повітряним і автомобільним транспортом. Якщо його мета - мінімальні витрати, робиться вибір між водяним і трубопровідним транспортом. У західних країнах більш вигідно використовувати автомобільний транспорт.

Треба відзначити, що в Україні обсяги міжнародних перевезень постійно зростають. Однак у даний час транспорт ще не забезпечує потреби власників вантажу в перевезеннях. Це пов'язано з нестачею транспортних засобів, неякісною і в значній мірі зношеною матеріально-технічною базою, незадовільною підготовкою вантажів до транспортування, недостатньою відповідальністю транспортних організацій за псування вантажів у дорозі, за їх збереження. Не в повній мірі використовують потенційні можливості транспортного комплексу з розвитку експорту транспортних послуг.

Розглянемо зміст окремих транспортних операцій при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності. Ці операції визначають характером міжнародних перевезень і класифікують у залежності від ряду ознак:

- предмету транспортних операцій (поділяються на вантажні й пасажирські);
- виду транспорту (водяний, повітряний, наземний і змішаний);
- виду товару (з генеральним вантажем, масовим, наливним, газоподібним);
- періодичності (регулярні й нерегулярні);
- порядку проходження кордону (перевантажувальні й неперевантажувальні перевезення);
- транспортно-технологічної системи (контейнерні, паромні, ліхтерні, ролкерні та ін.);
- виду сполучення (пряме, поступовими перевезенням). В часовому розрізі виділяють три групи транспортних операцій:

- 1) що передують зовнішньоторговій угоді;
- 2) що з'являються в процесі її реалізації;
- 3) операції після завершення угоди.

До першої належать такі дії, як планування зовнішньоторгових перевезень, аналіз кон'юнктури ринку транспортних послуг, тарифів і умов перевезення товарів, визначення транспортного фактору в ціні товару, транспортні й базисні умови поставки в контракті купівлі-продажу.

Друга група операцій складається з таких дій, як підготовка товару до транспортування, укладання договору перевезення, оформлення відповідних транспортних і товаросупроводжуючих документів, страхування вантажу й оформлення страхового поліса, підготовка й оформлення вантажної митної декларації з урахуванням товарної номенклатури (ТН) ЗЕД, розрахунок з перевізниками, оформлення митних формальностей, прикордонних, санітарних, ветеринарних операцій, оформлення необхідних документів та ін.

До третьої групи належать операції, пов'язані з вирішенням суперечок

між одержувачем вантажу й покупцем, якщо такі мають місце, пред'явлення претензій до стягнень, вирішення їх в установленому порядку.

Транспортні операції можуть здійснюватися в різних місцях: у пунктах відправлення, по шляху просування вантажу, в пунктах перевалки, на прикордонних пунктах і в одержувача товару. Вони можуть проходити як в середині країни, так і за кордоном.

## **12.2. Організація міжнародних перевезень основними видами транспорту**

Під час розгляду питань транспортування вантажів для учасників зовнішньоторгової угоди важливо вивчити основні транспортні й базисні умови поставки, а також питання організації доставки товарів й управління нею.

Економічна ефективність ЗЕД, як уже відзначалося, багато в чому залежить від правильно обраних транспортних і базисних умов поставки товарів. В контракті купівлі-продажу є спеціальний розділ - транспортні умови поставки. В ньому передбачені обов'язки сторін по відношенню до переміщення товару. В цей розділ, як правило включають: порядок перевезень вантажів, умови і термін завантаження й розвантаження; розмір, порядок оплати й розрахунки провізних платежів; проформу чартеру, вид коносаменту, інші види послуг. В кожному окремому випадку зміст транспортних угод залежить від виду транспорту, характеру товару, типу угоди, базисного місця поставки, а також дії міжнародних договорів, угод, конвенцій, звичаїв країни.

Основа транспортних умов складають базисні умови поставки. Встановлюючи базисні умови поставки в контракті купівлі-продажу, сторони визначають свої обв'язки, в числі яких є питання транспортного переміщення об'єктів контракту, частково такі:

- хто несе транспортні витрати з доставки товару;
- хто надає транспортні засоби для перевезення товару;

- положення вантажу по відношенню до транспортного засобу;
- хто оформляє митне очищення на вивіз і ввіз;
- хто здійснює завантаження товару на транспортні засоби і вивантаження з них;
- де відбувається передача власності на товар від продавця до покупця;
- коли відбувається перехід ризику з продавця на покупця у випадку загибелі, пошкодження чи псування товару, як розподіляється відповідальність.

У даний час, як уже відзначалося, діє "Інкотермс-2000", в якому подано 13 базисних умов поставки. Мінімальні обов'язки продавця відносно транспорту - це поставка на умовах (франко-завод). За даною умовою продавцю необхідно тільки підготувати товар до відвантаження: упакувати, затарити, маркувати. Всі інші обов'язки з переміщення товару від місця виробництва до місця споживання лежать на покупцеві.

Максимальні обов'язки з доставки товару приходяться на продавця при поставці на базисних умовах (поставлено без оплати мита і поставлено з оплатою мита). Всі інші комерційні терміни передбачають розподіл обов'язків з транспортування вантажу між продавцем і покупцем.

При здійсненні доставки товарів від продавця до покупця важливе значення мають питання: як буде організована ця доставка (за якими правилами) і якими договірними документами вона буде оформлена. Розглянемо ці питання за основними видами транспорту.

Морські перевезення. На міжнародні морські перевезення припадає значний обсяг вантажообігу світової зовнішньої торгівлі - біля 60%. Основну частину міжнародних морських вантажопотоків складають масові наливні й навальні вантажі. Це сира нафта, нафтопродукти, залізна руда, кам'яне вугілля, зерно і т.д. З інших виділяються генеральні вантажі; тобто готова промислова продукція, напівфабрикати, продукти. В міжнародному судноплаванні розрізняють дві форми організації руху суден: регулярне, у вигляді лінійного судноплавства, і нерегулярне, у вигляді трампового судноплавства.

Лінійне судноплавство являє собою таку форму транспортних послуг, яка



забезпечує регулярні перевезення за оголошеним розкладом між наперед установленими портами. Вантажний потік лінійного судноплавства складають, в основному, генеральні (тарно-поштучні) вантажі. На лінійних суднах перевозять невеликі партії вантажів, в основному, це готові вироби і напівфабрикати.

Морське сполучення між певними портами називається лінією. Розрізняють такі типи ліній:

- односторонні - характеризуються тим, що на них працюють судна тільки однієї країни чи однієї судноплавної компанії;
- двохсторонні, на яких працюють судна двох країн (за узгодженням) або двох судноплавних підприємств;
- конференціальні, на яких працюють судна двох чи більше компаній з однієї чи різних країн.

Головне призначення конференційних ліній (конференційних угод) полягає у встановленні однакових тарифів і умов перевезення для всіх учасників перевезень. Згідно до Кодексу проведення лінійних конференцій, який був розроблений в рамках ООН у 1974 році; конференцією вважається група, яка складається з двох чи більше перевізників, які надають послуги по міжнародних лінійних перевезеннях у визначеному напрямку.

Головним документом у морських перевезеннях є коносамент. Це документ, виданий судовласником (капітаном) вантажовідправнику в свідчення прийняття вантажу для перевезення морським шляхом.

Коносамент виконує три основні функції:

- 1) засвідчує прийняття вантажу для перевезення;
- 2) являється товаросупроводжувачим документом, оскільки дає право на одержання вантажу тому, на кого він виписаний;
- 3) свідчить про укладання договору перевезення вантажу морським шляхом, по якому перевізник зобов'язується доставити вантаж проти надання документів. У коносаменті містяться дані про назву судна, його власника, тоннаж судна, назву портів завантаження й розвантаження, суму фрахту і місце

його оплати, кількість виданих екземплярів, у тому числі оригіналів, та ін. На полях коносаменту, оскільки він є розпискою судновласника за товари, міститься їх опис. Підписує коносамент капітан чи судноплавний агент.

Коносаменти можуть бути таких видів: іменний (вказує одержувача вантажу), на пред'явника й ордерний (виданий за "наказом відправника" або за "наказом одержувача"). Коносамент поділяється також на прямий, тобто без перевалки і транзитний, що передбачає перевалки на шляху просування вантажу.

Як правило, виписують три оригінальних екземпляри і декілька копій коносаменту, але тільки один з оригіналів може бути супроводжуючим документом.

Трампове судноплавство - форма організації судноплавства, в якому судна здійснюють нерегулярні рейси. Вони не мають чіткого розкладу і направляються судновласником туди, де є попит на тоннаж і пропозиції вантажів. Трампове судноплавство займається, як правило, перевезенням окремих видів масових вантажів (ліс, вугілля, руда, зерно, нафта, нафтопродукти, цемент, добрива і т.д.). Хоча при необхідності можна перевозити генеральні вантажі упаковані чи не упаковані (обладнання, хімікати, металовироби, автомобілі, вагони, сільгосптехніку та ін.).

Договір на перевезення вантажів у трамповому судноплавстві підписується у формі чартеру. Чартер грає головну роль у регулюванні сторін у трамповому судноплавстві. Тут коносамент - документ, що доповнює його. Основними пунктами чартерного договору є: час і місце підписання чартера; повна назва сторін; назва й опис судна; місцезнаходження судна на момент укладення договору; вид вантажу й спосіб його перевезення; умови завантаження і розвантаження, враховуючи демеридж (штраф за простій судна більше строку) і диспачу (винагорода, виплачена перевізником фрахтователю за більш швидке завантаження в порівнянні зі встановленими нормами); порядок виплати фрахта та ін.

У практиці морського судноплавства широко використовують типові

договори перевезень, що одержали назву проформ-чартерів. На їх основі укладаються чартери на перевезення конкретних товарів у певному напрямку.

В залежності від фахових угод розрізняють такі види чартера: рейсовий, тайм-чартер, димайс-чартер, бербоут-чартер.

Плата за перевезення вантажу (фрахтувальник - фрахтовнику) трамповим судном складається в залежності від кон'юнктури ринку на транспортні послуги і встановлюється безпосередньо судовласником.

Залізничні перевезення. Міжнародні залізничні перевезення здійснюють на основі двосторонніх і багатосторонніх міждержавних угод, а також міжнародної залізничної накладної.

Залізнична накладна є договором перевезення. Вона виконує функції підтвердження прийому вантажу до перевезення, товаросупроводжуючого документа і договору про перевезення.

Значну роль у регулюванні міжнародних залізничних перевезень відіграють міжнародні угоди. Вони ж визначають форму залізничної накладної.

У практиці міжнародної торгівлі широко використовують форму накладної, розроблену Міжнародною конвенцією з перевезень вантажів залізницею - МГК, яка з 1984 р. називається КОТІФ - (Угода про міжнародні вантажні перевезення). Учасниками КОТІФ є 33 держави. Це головним чином країни Європи, а також ряд країн Азії і Північної Африки.

Текст накладної за КОТІФ друкується на стандартних бланках зазвичай на двох мовах. Скріплена штемпелем перевізника, вона супроводжує вантаж, а дублікат залишається у вантажовідправника. До накладної додають товаросупроводжуючу документацію: відвантажувальна специфікація, сертифікат якості, пакувальний лист і т.д.

Між колишніми соціалістичними країнами Європи й Азії була укладена багатостороння конвенція про міжнародну залізничну угоду (СМГС). З деякими доповненнями її використовують і в даний час. Її учасники - країни СНД, колишні соціалістичні країни Азії (Китай, Монголія, Північна Корея, В'єтнам), Болгарія і Польща, Угорщина, Чехія, Словачія, Румунія, які денонсували

СМГС, однак готові користуватися її положеннями.

Головне призначення СМГС полягає в тому, що для всіх залізниць - учасниць Угоди вона встановлює єдині перевізні документи. Угода складається з 8 розділів, в яких регулюється весь комплекс питань транспортного процесу: укладання договору перевезення, порядок прийому вантажів до перевезення, накладна, вирахування провізних платежів та ін. СМГС доповнюється рядом тарифів, правил та інструкцій.

Укладання договору міжнародного перевезення вантажів за СМГС оформляється накладною єдиного зразка, що складається з 5 листків.

1. Оригінал накладної - супроводжує вантаж до станції призначення і видається одержувачу разом з 5-м листком,

2. Дорожня відомість - супроводжує вантаж до пункту призначення і залишається в пункті призначення.

3. Дублікат накладної - віддається відправнику після укладання договору перевезення.

4. Лист видачі вантажу - супроводжує відправлення до станції призначення і залишається в цьому пункті.

5. Лист - повідомлення про прибуття вантажу - супроводжує відправлення до станції призначення і видається одержувачу разом з оригіналом накладної і вантажем. Крім того, заповнюється необхідна кількість додаткових екземплярів дорожньої відомості (для дороги відправлення, транзитних доріг і митних органів).

Відправник вантажу одночасно з поставкою вантажу до перевезення для кожного відправлення видає станції відправлення накладну і її дублікат.

Вони виконують різні функції. Накладна після наложення штампелю станції служить доказом укладання договору перевезення й основним перевізним документом. Дублікат накладної служить підтвердженням укладання договору перевезення і розпискою залізниці в прийнятті вантажу до перевезення. Накладну і дублікат заповнює вантажовідправник. Накладна повинна бути заповнена з дотриманням всіх правил СМГС.

Крім названих в Україні діють й інші важливі угоди в галузі міжнародних залізничних перевезень.

Автомобільні перевезення. Основні умови міжнародних автомобільних перевезень регулюються Конвенцією про договір міжнародних перевезень вантажів (КДПВ), укладений в Женеві в 1956 р., учасником якої був і СРСР.

Договір перевезення оформляється автодорожньою накладною. Повна її назва "міжнародна товаротранспортна накладна", проте в оперативній роботі вона відома під назвою накладна ЦМР (СМК).

Її функції такі:

- 1) договір перевезення;
- 2) товаросупроводжувачий документ;
- 3) розписка перевізника.

Автодорожню накладну оформлюють у трьох екземплярах. У ній вказують: дату відвантаження; назву вантажу, що підлягає перевезенню; ім'я й адресу перевізника; назву одержувача; строк доставки і розмір штрафу за затримку в доставці; вартість перевезення. Накладну підписують перевізник і вантажовідправник. Крім автодорожньої накладної з вантажем рухаються товаросупроводжувачі документи, такі як пакувальний лист, відвантажувальні специфікації, сертифікат якості та ін.

Повітряні перевезення. Перевезення вантажів повітряним транспортом оформляють авіавантажною накладною. Вона виконує функції:

- 1) договору про повітряне перевезення;
- 2) товаросупроводжувачого документа;
- 3) розписки аерофлоту в прийомі вантажу;
- 4) митної декларації.

Авіавантажну накладну виписує вантажовідправник у трьох екземплярах і вручає перевізнику разом з товарами. Перший екземпляр має помітку "для перевізника", підписує вантажовідправник; другий - "для одержувача", підписує вантажовідправник з перевізником і відправляють з товарами; третій екземпляр з поміткою "для відправника" підписує перевізник і повертає

вантажовідправнику після того, як товар прийнято. Крім авіавантажної накладної, з товаром прямують необхідні товаросупроводжуючі документи.

### ***Контрольні запитання***

1. У чому сутність базисних умов поставок товару?
2. Як розподіляються зобов'язання між продавцем і покупцем під час поставок товару на умовах Інкотермс?
3. Які чинники необхідно враховувати при виборі виду транспорту?
4. Які відмінності між трамповим і лінійним судноплавством?
5. Які функції виконує коносамент і які його види існують?
6. Які транспортні документи необхідні для перевезення вантажів залізничним, автомобільним і авіаційним транспортом?

### ***Термінологічний словник ключових понять***

*Транспортне забезпечення, транспортна система, процес переміщення товарів, транспортна послуга, корисний ефект, генеральні вантажі, масові вантажі, особливорежимні вантажі, фактор часу, вартість перевезень, транспортні операції, транспортні умови поставки, базисні умови поставки, лінійне судноплавство, трампове судноплавство, лінії сполучень, коносамент, чартер, демередж, диспач, тайм-чартер, бербоут-чартер, КОТИФ, СМГС, КДПВ, накладна ЦМР.*

## **ТЕМА 13. ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

План: 13.1. Ефективність зовнішньоекономічної діяльності: її сутність, теоретичні аспекти визначення.

13.2. Показники ефективності зовнішньоекономічної діяльності.

13.3. Оцінка економічної ефективності ЗЕД підприємства.

### **13.1. Ефективність зовнішньоекономічної діяльності: її сутність, теоретичні аспекти визначення**

Зростання валютних надходжень значною мірою визначається збільшенням частки вітчизняної експортної продукції. Відповідно потенційно зростатиме національний дохід держави. За нинішньої економічної ситуації ця діяльність, якою займаються держава, підприємства, посередницькі структури, дає змогу поліпшити їх фінансове становище. Однак на сьогодні фінансово-економічний ефект зовнішньоекономічної діяльності з урахуванням внеску конкретних учасників цього процесу оцінений недостатньо, через що не можна належним чином визначити їх внесок у збільшення загальнодержавних коштів від продажу продукції на експорт. З іншого боку, унеможлиблюється визначення реальних цифр доходу, які отримують конкретні виробники, посередники експортних операцій. Це не стимулює конкретних виконавців збільшувати експорт і відповідно виготовляти конкурентоспроможну продукцію. Саме ці обставини й викликали необхідність розробки запропонованих методів ефективних розрахунків.

Визначення ефективності зовнішньоекономічних операцій проводиться для обґрунтування не лише окремих пропозицій щодо закупівлі та продажу певних товарів. Ці дані можуть бути використані при розробці планів експорту й імпорту в масштабах країни, при оцінці структури і напрямків зовнішньоторговельного обігу. Подібні розрахунки виконують як у національній, так і в іноземній валюті.

При визначенні ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємств застосовують системний підхід, який надає можливість здійснити комплексний аналіз будь-якого виду зовнішньоекономічної операції. Для здійснення економічного аналізу потрібно обрати критерій ефективності. Критерій - це головна ознака, що відрізняє його від інших класифікаційних одиниць. На основі такої ознаки здійснюють кількісну оцінку ефективності виробництва. Згідно з цим визначенням обраний критерій має відповідати принципам побудови показників ефективності, а також всебічно відтворювати її економічну сутність.

На основі похідних даних можна вирахувати проміжні й узагальнені показники, побудувати факторну модель, розробити формули впливу факторів на узагальнений показник, вирахувати можливі відхилення при здійсненні фінансово-господарської діяльності, обчислити резерви й обґрунтувати проблеми, які потребують негайного вирішення на управлінському рівні.

### **13.2. Показники ефективності зовнішньоекономічної діяльності**

Економічне обґрунтування діяльності підприємств, у тому числі й тих його напрямків, які пов'язані з зовнішньоекономічною сферою господарювання, здійснюється на підставі аналізу показників ефективності.

Показники економічної ефективності поділяють на:

1) показники ефекту, що визначаються як абсолютні значення і відтворюються в грошових одиницях як різниця між результатами діяльності та витратами на її здійснення;

2) показники ефективності, що визначаються як співвідношення прибутку від діяльності підприємства до витрат на її здійснення і відтворюються відносними величинами: відсотками, частками одиниці.

Розрахунок показників ефективності вимагає дотримання наступних принципових методологічних положень:

1) принципу всебічного обліку всіх складових елементів витрат і



результатів, який припускає якісну класифікацію і відтворення відповідних показників у документах оперативного, статистичного і бухгалтерського обліку;

2) принципу зведення витрат і результатів для зіставлення, який показує, що показники, які порівнюють, повинні відтворюватися однаковими кількісними одиницями і носити антонімічний характер в економічному розумінні. При конструюванні показника ефективності чисельник і знаменник останнього мають виключати можливе дублювання складових елементів;

3) принципу зведення різнотермінових витрат і результатів до одного моменту часу за допомогою дисконтування;

4) принципу зіставлення з базовим варіантом, що відтворює сутність застосування показників ефективності для здійснення економічного аналізу, який проводять не тільки з метою опису поточного стану діяльності суб'єкта господарювання, а й з метою опрацювання пропозицій щодо поліпшення економічної ситуації, яка склалася в періоді, що аналізують.

Здійснюваний економічний аналіз полягає у вивченні поточного стану підприємства в галузі ЗЕД, його відхилень від запланованого рівня і виявленні факторів, що спричинили ці відхилення. Він є базою для прийняття управлінських рішень, тому має на меті:

- 1) оцінити діяльність підприємства та його підрозділів;
- 2) виявити можливі резерви;
- 3) сформулювати проблему, яку слід вирішити.

### **13.3. Оцінка економічної ефективності ЗЕД підприємства**

Оцінку діяльності здійснюють шляхом зіставлення фактичних результатів із запланованими або за попередній період. Можливою вважається й оцінка відносно нормативних показників або показників аналогічних підприємств. Результати оцінки діяльності є базою для стимулювання цієї діяльності, коригування планів.

Виявлення резервів - надзвичайно важливий етап для розробки планових організаційно-технічних заходів з метою підвищення ефективного функціонування підприємства. Обізнаність щодо резервів, а саме їх величини і місць виникнення, дає змогу класифікувати їх за ступенем важливості, рівнем управління, часом дії.

Формулювання проблем, які виникають під час діяльності підприємства, дозволяє оперативно реагувати на зміни внутрішнього і зовнішнього середовищ. Формулювання проблем здійснюють на основі вивчення факторів будь-яких відхилень і є важливим аспектом подальшого їх розв'язання.

Під час організації аналізу слід вирішити питання методологічного характеру:

- 1) обрати мету і визначити задачі аналізу;
- 2) визначити час і послідовність методики його проведення;
- 3) визначити джерела інформації та її вірогідність;
- 4) обрати методику здійснення аналізу;
- 5) визначити конкретних осіб і служби, які відповідають за аналіз.

Однією з найважливіших особливостей аналізу є його тривалість у часі.

Від цього залежить перелік етапів аналізу і послідовність його проведення. Визначення оптимального співвідношення між терміном проведення та глибиною аналізу - не менш важлива проблема. Одним зі шляхів розв'язання проблемної ситуації є системний підхід. Стратегію побудови економічного аналізу можна зобразити у вигляді піраміди (рис. 13.1).

Структуру аналізу згідно з наведеною схемою можна пояснити так: він починається з найвищого рівня управління або узагальненого показника, далі визначається коло факторів, які впливають на важливі складові, а наприкінці обирають показники, за допомогою яких здійснюють економічний аналіз.

Методику аналізу застосовують залежно від:

- мети аналізу;
- наявності інформації;
- часу проведення аналізу.

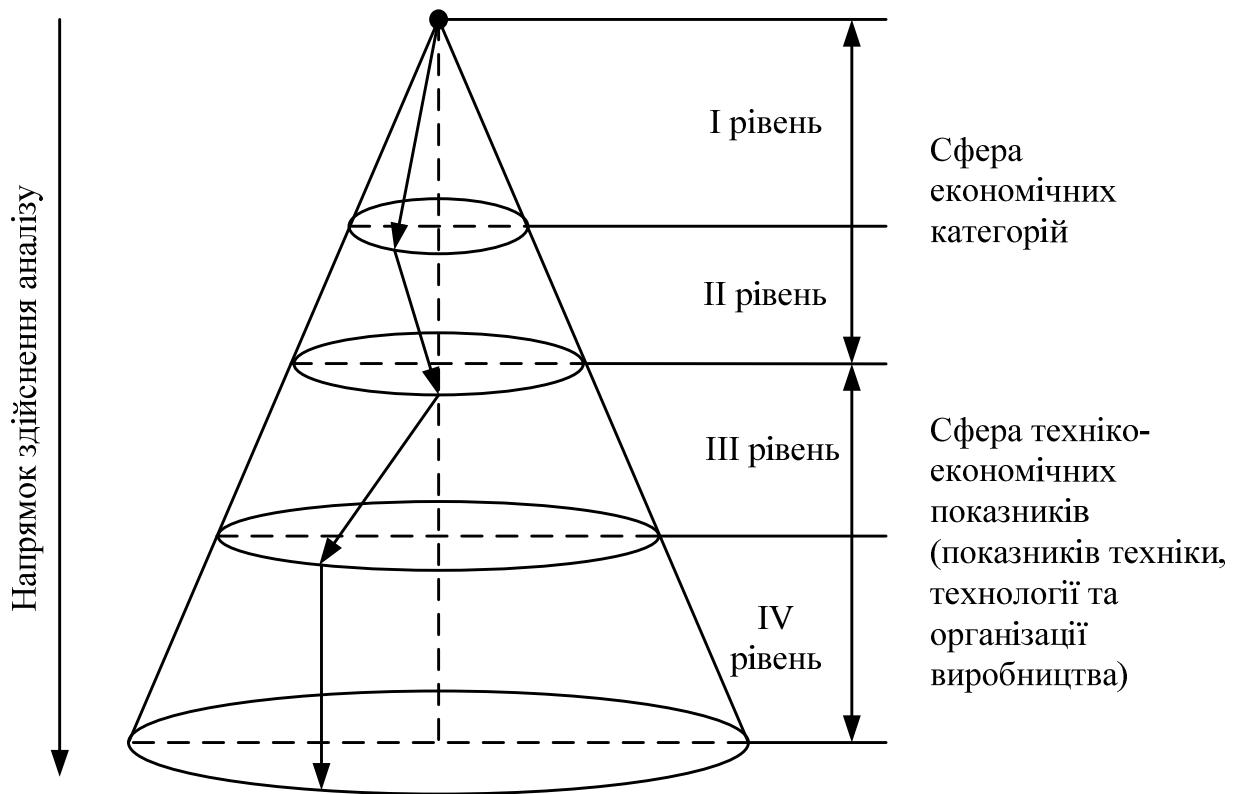


Рис. 13.1 – Стратегія побудови економічного аналізу підприємства

Складність і різноманітність методик залежить від рівня управління: чим нижчий за ієрархією рівень управління, тим більше спрощені проблеми і методика аналізу і навпаки, чим вищий рівень управління, тим складніші виникають проблеми які відповідно, потребують застосування найбільш досконалої методики аналізу. Вирішення останнього протиріччя знаходять у розробці факторної моделі, яка являє собою органічно узгоджену систему узагальнених, проміжних і похідних показників, які характеризують функціональну сферу аналізу і взаємозв'язок між ними.

Розробку факторної моделі здійснюють послідовно від узагальненого показника через проміжні до похідних, які відтворюють особливості технології та організації виробництва, конструкції виробів, умов матеріально-технічного постачання тощо. Розробка факторної моделі починається з встановлення узагальненого показника (вибору критерію ефективності певного виду діяльності). Після встановлення узагальненого показника дослідник-аналітик

розглядає складові 1-го рівня розчленування. До складових узагальненого показника відносять проміжні показники, що увійшли до формули його розрахунку. Мета проведення аналізу визначає склад проміжних показників. Потім за кожним складовим показником 1 -го рівня розчленування розглядають формулу розрахунку залежно від мети аналізу і встановлюють проміжні показники 2-го рівня розчленування. Після таких дій вони оцінюються з точки зору своєї належності до показників, що відтворюють техніко-технологічний рівень і можливості їх подальшого розчленування. Повторивши процедуру розчленування узагальненого показника за складовими показників 2-го рівня, дослідник-аналітик досягає 3-го рівня, а далі, згідно із формулами розрахунку, - похідних показників.

Глибина розчленування, як зазначалося вище, обмежується, з одного боку, можливістю подальшого розчленування показників і особливостями похідних показників, а з іншого боку, визначається метою аналізу.

Після розробки факторної моделі слід проаналізувати похідні показники, на базі яких і здійснюється моделювання.

Основою започаткування факторної моделі можна вважати розробку формул розрахунку впливу факторів на узагальнений показник. Інструментарієм такого процесу є метод «ланцюгових підстановок», сутність якого полягає в тому, що вплив різних факторів на узагальнений показник визначається шляхом послідовної заміни базових значень проміжних показників на ті, що аналізуються. За таких умов у першу чергу заміна здійснюється за кількісними показниками, а потім - за якісними. Якщо ж у формулі декілька кількісних і якісних показників, то послідовність підстановок визначається економічною логікою процесу.

Слід зауважити, що складання формул факторного впливу на обраний критерій ефективності зовнішньоекономічної діяльності повинно здійснюватися з підвищеною відповідальністю, оскільки неналежне урахування будь-якого фактора може призвести до хибних результатів і, як наслідок, до невірних керівних рішень.

Наступним і мабуть найсуттєвішим етапом економічного аналізу є розрахунок резервів. Під резервами розуміють можливі поліпшення, що характеризують ефективність діяльності підприємства. Резерви класифікують за кількома напрямками:

1) залежно від змісту:

- техніко-технологічні;
- економічні;
- соціальні;
- організаційні;

2) залежно від обсягу розповсюдження:

- загальні;
- часткові (специфічні);

3) залежно від важливості результату:

- основні;
- другорядні;

4) залежно від місця виникнення:

- народногосподарські;
- галузеві;
- внутрішньовиробничі;

5) залежно від структури:

- складні (багатофакторні);
- прості (однофакторні);

б) залежно від часу дії:

- постійні;
- тимчасові.

З позицій управління як цілісної системи резерви поділяють на:

- 1) організаційні;
- 2) потенційні;
- 3) перспективні.

Така класифікація є узагальненою для здійснення економічного аналізу

діяльності підприємства, тому її найчастіше застосовують у межах локального аналізу підвищення його ефективності функціонування.

До організаційних резервів (РОРГ) виробництва відносять втрати, які зумовили відхилення від нормального ходу діяльності, що відтворюються в планових показниках. Щоб віднайти резерв, потрібно вивчити фактори цих відхилень, розподілити їх на керовані й некеровані з точки зору менеджменту, визначити втрати, до яких привели некеровані фактори впливу. Визначення величини організаційного резерву можна спростити завдяки проведенню оцінки діяльності в галузі, яку аналізують. Вона здійснюється за відхиленнями, які залежать від рівня управління. Залежне відхилення ( $B_z$ ) визначається за формулою:

$$B_z = B_n - B_{nz},$$

де  $B_n$  - відхилення показника за умов попередньої оцінки діяльності;

$B_{nz}$  - незалежне від певного рівня управління відхилення показника.

До потенційних резервів (РПОТЕНЦ) відносять можливе поліпшення показників до рівня, який відтворює найкращий рівень діяльності підприємства. Розрахунок його проводять за формулами впливу факторів на узагальнений показник. Максимально залучити цей резерв неможливо. Але слід підкреслити, що він є базою для розрахунку потужності робіт в аналізованій діяльності, яку оцінюють згідно з узагальненим показником.

До перспективних резервів (РПЕРСП) відносять можливе поліпшення показників до рівня, який відповідає всебічному впровадженню науково-технічного прогресу у виробництво. Розрахунок цього резерву проводять згідно з формулами впливу проміжних і похідних показників на узагальнений показник, а величина його залежить від спрямування і темпів упровадження наукових розробок у виробничий процес.

Врахувавши вищезазначені особливості, формули розрахунку резервів мають такий вигляд:

$$P_{ОРГ} = \sum B_z,$$

$$P_{\text{ПОТЕНЦ}} = \frac{R^{\text{max}} - R^n}{R^n} \times 100\% ,$$

$$P_{\text{ПЕРСП}} = \frac{R^{\text{персп}} - R^n}{R^n} \times 100\% ,$$

де  $R^{\text{персп}}$  - максимально можливий рівень критерію ефективності (із урахуванням даних базового і поточного періодів);

$R^n$  - значення критерію ефективності в періоді, який аналізують.

І врешті-решт на основі остаточної оцінки діяльності підприємства в певній галузі, впливу факторів на аналізований показник, вияву резервів формують проблеми, що потребують невідкладного вирішення для підвищення ефективності діяльності підприємства. Сформулювавши проблеми, необхідно опрацювати рекомендації, що сприятимуть поліпшенню ситуації.

### ***Контрольні запитання***

1. Для чого проводять визначення ефективності зовнішньоекономічних операцій?
2. Які Ви знаєте показники економічної ефективності?
3. Як здійснюють оцінку економічної ефективності зовнішньоекономічної діяльності?
4. Які першочергові питання треба вирішити під час організації аналізу?
5. Що таке резерви і як їх класифікують?

### ***Термінологічний словник ключових понять***

*Ефективність зовнішньоекономічної діяльності, показники економічної ефективності, потенційні резерви, перспективні резерви, економічний аналіз.*

## **ТЕМА 14. ПРАКТИКА ВЕДЕННЯ КОМЕРЦІЙНИХ ПЕРЕГОВОРІВ, ПОШУКУ ТА ПЕРЕВІРКИ ДІЛОВИХ ПАРТНЕРІВ**

План: 14.1. Класифікація фірм, що діють на світовому ринку.

14.2. Вибір партнерів на світовому ринку.

14.3. Джерела й організація роботи зі збору інформації й вивченню фірм-партнерів.

14.4. Проведення переговорів з іноземними партнерами.

### **14.1. Класифікація фірм, що діють на світовому ринку.**

Будь-яка зовнішньоторговельна операція українських підприємств починається з вибору іноземного партнера, тобто контрагента.

Контрагентами в міжнародній торгівлі називають сторони, які перебувають у договірних відносинах з купівлі-продажу товарів або наданням послуг.

Правильний вибір контрагентів має важливе значення для забезпечення ефективності ЗЕД, тому при їхньому виборі необхідно враховувати наступні фактори:

- фірмову структуру конкретної галузі;
- роль провідних фірм на світовому й національних товарних ринках;
- організаційно - правові форми діяльності іноземних фірм;
- методи їхньої збутової діяльності;
- фінансові й виробничі можливості та ін.

Серед контрагентів, які діють на світовому ринку, можна виділити фірми, державні органи, організації. Найчастіше в зовнішньоторговельних операціях беруть участь фірми.

Під фірмою розуміють, відокремлене в процесі суспільного поділу праці підприємство, яке здійснює господарську діяльність з метою одержання прибутку. Фірми, які діють на світовому ринку, класифікують за наступними критеріями:



- 1) виду господарської діяльності й характеру операцій;
- 2) правовому положенню;
- 3) характеру власності;
- 4) приналежності капіталу й контролю;
- 5) обсягу операцій.

По виду господарської діяльності й характеру операцій фірми підрозділяють на промислові, сільськогосподарські й агропромислові, торговельні, транспортні, страхові, інжинірингові, туристичні та ін.

Промислові компанії становлять одну з найбільш численних груп. До них належать фірми, в яких 50% обороту й більше становить продукція, що випускається на власних підприємствах. У США, Японії і Німеччині таких компаній більше 2 млн. Провідне місце серед них займають автомобільні, авіапідживлення, машинобудівні, електротехнічні, електронні й приладобудівні фірми.

У ряді країн з високорозвиненою ринковою економікою значне місце займають сільськогосподарські й агропромислові компанії (США, Німеччина, Франція, Бельгія, Нідерланди, Швеція, Данія, Канада, Австрія і т.д.).

Торговельні фірми займаються операціями купівлі-продажу й можуть входити або в систему збуту промислових фірм, або виступати в якості незалежних торговельних посередників.

В економіці всіх західних, а також тих, що розвиваються країн, важливу роль грають транспортні, інжинірингові, телекомунікаційні, банківські, страхові, фінансово-інвестиційні, лізингові, інноваційні та інші компанії.

Говорячи про класифікацію фірм за правовим положенням, слід зазначити, що кожна фірма, яка бере участь у господарській діяльності, в т.ч. пов'язаної з виходом на світовий ринок, ставиться до певної правової форми. Відповідно до норм цивільного й торговельного права окремих держав, правові форми фірм мають специфічні для кожної країни особливості. Разом з тим можна виділити основні види правових форм, характерних для більшості країн. Це насамперед :

- індивідуальні підприємці;
- об'єднання підприємців (товариства й суспільства).

За характером власності фірми підрозділяють на приватні, державні, кооперативні, за приналежністю капіталу й контролю - на національні, іноземні й змішані.

Національними називають фірми, капітал яких належить підприємцям своєї країни. Національна приналежність визначається також місцем розташування й реєстрацією основної (головний) компанії. Наприклад, найбільша в світі компанія з виробництва конторського встаткування й електронно-обчислювальних машин "IBM" при міжнародному характері діяльності є національною фірмою США. Національними є й найбільші американські автомобільні компанії - "General Motors", "Ford Motors", "Chrysler".

До іноземних належать фірми, капітал яких належить іноземним підприємцям повністю або в певній частині, що забезпечує їм контроль. Іноземні фірми створюють у формі філій, дочірніх і акціонерних компаній закордонних головних фірм і реєструються в країні місцезнаходження. Іноді іноземні фірми відіграють провідну роль на ринку тієї або іншої країни, тому необхідно знати, якій материнській (головній) компанії належить іноземна фірма і який характер її підпорядкування.

Змішаними за капіталом називають фірми, капітал яких належить підприємцям двох або декількох країн. Реєстрація змішаної фірми здійснюється в країні одного з засновників на основі діючого там законодавства, що визначає місцезнаходження її штаб-квартири. Змішані за капіталом компанії називають спільними підприємствами в тих випадках, коли мета їхнього створення - здійснення спільної підприємницької діяльності.

Форми змішаних за капіталом компаній різноманітні. Найчастіше в формі змішаних створюють такі міжнародні об'єднання як картелі, синдикати, трести, концерни. Фірми, капітал яких належить підприємцям декількох країн, називаються багатонаціональними. Прикладом таких фірм можуть бути англо-голландські концерни - нафтовий "Royal Dutch-Shell" і харчовий "Unilever",

англо-американсько-канадський нікелевий трест "International nickel Co of Canada, Ltd ("Inko")", бельгійсько-франко-американсько-швейцарський концерн "Phillips" та ін.

За обсягом операцій фірми діляться на великі, середні й дрібні компанії. Тут варто мати на увазі, що в різних країнах ці поняття не є однаковими.

## **14.2. Вибір партнерів на світовому ринку**

Вибір торговельного партнера залежить від безлічі специфічних факторів. Разом з тим існують деякі правила, якими керуються всі підприємці при здійсненні експортно-імпорتنих операцій.

Насамперед, вибір партнера визначається особливостями угоди:

- а) характером зовнішньоторговельної операції (експортна, імпортна, компенсаційна і т.д.);
- б) предметом угоди ( купівля-продаж товару або надання послуг);
- в) характером предмета угоди (сировинна або готова продукція, машинно-технічна продукція або товари народного споживання).

Далі важливо визначити країну, в яку найбільш вигідно експортувати або з якої найбільш вигідно імпортувати товар (послуги). При порівнянні варіантів з виходу на ринок різних країн приймають до уваги наступні економічні критерії:

- політична й економічна стабільність;
- витрати виробництва;
- транспортна інфраструктура;
- державні пільги й стимули;
- наявність як кваліфікованої, так і щодо дешевої робочої сили;
- місткість ринку даної країни;
- наявність торговельних обмежень;
- наявність необхідних постачальників сировини, матеріалів.

Крім економічних критеріїв, доцільно враховувати й характер торгово-

політичних відносин з даною країною. Перевагу віддають тій, з якою є нормальні ділові відносини, підкріплені договірною-правовою основою і яка не допускає стосовно нашої країни різного роду дискримінацій.

При виборі фірми необхідно вивчити різні аспекти потенційних партнерів, зокрема:

а) технологічний (вивчити технічний рівень продукції фірми, рівень її технологічної бази й виробничі можливості);

б) науково-технічний (вивчити організацію НІОКР і витрат на них);

в) організаційний (організацію керування фірми, включаючи ЗЕД);

г) економічний (дати оцінку фінансового становища фірми);

д) правовий (вивчити норми й правила, що діють у даній країні та існуючі відношення до співробітництва з потенційним партнером).

У міжнародній практиці з урахуванням загальноприйнятих методик оцінки потенційних партнерів виділяють наступні принципи, які важливо враховувати при організації даної роботи:

1) оцінка ступеня солідності потенційного партнера. Під ступенем солідності фірми мають на увазі кількісні показники діяльності, масштаб операцій, ступінь платоспроможності та ін. Для оцінки солідності фірми можна використовувати й інші показники, такі як кількість зайнятих (у т.ч. в НІОКР), число підприємств, частка продукції, що цікавить нас, в обсязі виробництва фірми й галузі та ін.;

2) оцінка ділової репутації. Ділова репутація фірми визначається тим, наскільки вона сумлінно й ретельно виконує свої зобов'язання, який у неї досвід у даній сфері бізнесу, вміння вести переговори на цивілізованому рівні;

3) облік досвіду минулих угод. При наявності рівних умов у потенційних партнерів перевагу віддають тому, хто добре зарекомендував себе в минулих угодах;

4) облік положення фірми на зовнішньому ринку, тобто чи є вона посередником або безпосереднім виробником (споживачем) продукції. Якщо фірма є посередником, то в цьому випадку варто ретельно ставитися до вибору

посередника. Насамперед, необхідно звернути увагу на її фінансове становище з інформацією про її кредитоспроможність, виявити характер продаваного товару й обсяг реалізації, наявність власної збутової мережі. Важливо звернути увагу й на особисті якості посередника.

### **14.3. Джерела й організація роботи зі збору інформації й вивчення фірм-партнерів**

Для ретельного вивчення потенційних фірм-партнерів потрібна відповідна інформація. На закордонних ринках є цілий ряд джерел, які містять інформацію про фірми:

- довідники по фірмах;
- публікації фірм (річні звіти, каталоги, ювілейні й рекламні видання, проспекти);
- матеріали спеціалізованих інформаційних компаній, періодичної преси, довідки банків;
- статистичні публікації окремих країн і спеціалізованих органів ООН по економіці й окремих законів.

Особливе місце серед джерел інформації займають довідники по фірмах. Їх видають інформаційно-довідкові агентства, різні асоціації, торгово-промислові палати. Довідники по фірмах підрозділяються на національні, що охоплюють фірми однієї країни, і міжнародні, ті що мають відомості про фірми різних країн.

Довідники по фірмах мають певні достоїнства в порівнянні з іншими джерелами інформації:

- 1) вони охоплюють велику кількість фірм;
- 2) є практично єдиним джерелом, у якому відомості про фірми публікуються регулярно й у систематизованому вигляді;
- 3) дають можливість одержати досить повну інформацію з усіх аспектів діяльності фірми.

Залежно від призначення й характеру публікацій довідники по фірмах підрозділяються на наступні види:

1. адресні;
2. товарно-фірмові;
3. загальфірмові;
4. галузеві;
5. по акціонерних товариствах;
6. директорські;
7. бібліографічні та ін.

Товарно-фірмові довідники, призначені для визначення окремих фірм, що випускають той або інший товар, або торгуючі, побудовані за принципом "товар-фірма". Всі фірми згруповані у товарні рубрики. За назвою кожного товару (послуги) за абеткою перераховують компанії, які роблять його або торгують ним. Окремі довідники даного виду групують фірми одночасно за товарною і географічною ознаками.

Для зручності користування товарно-фірмові довідники оформлені кількома мовами, алфавітним переліком товарів і послуг або товарних груп. Прикладом такого довідника є відомий Kompass, що видають у більшості країн західної Європи.

Інформацію про закордонні підприємства надають на платній основі консалтингові та ін. компанії. Наприклад, інформаційна бізнес - довідка, що дає компанія "Даний і Бредстрит", містить 20 розділів (загальний розділ, історична довідка, останній фінансовий звіт, порівняльна характеристика фінансових показників за останні три роки і т.д.)

Робота зі збору інформації й вивчення фірм-партнерів повинна містити добре організована й методично забезпечена. І головне - ця робота повинна вестися постійно й ретельно.

Оперативно-комерційна робота з вивчення фірм повинна включати різноманітні аспекти: збір інформації про фірми, з якими має бути висновок угод; спостереження за фірмами, з якими укладені контракти; виявлення нових

фірм-партнерів; вивчення фірм-конкурентів, які грають провідну роль, що цікавлять, товарних ринках.

Вивчення фірм, що діють на певному ринку, складається: зі збору інформації про фірму й систематизацію зібраних відомостей.

Інформацію про фірми, отриману з різних джерел, підбирають і систематизують у досьє на фірму. Питання, за якими підбирають матеріал для досьє, можна розбити на 2 групи:

1) пов'язані з загальною характеристикою фірми, що включають рід діяльності, номенклатуру виробництва й торгівлі, роль фірми на ринку даного товару;

2) питання за спеціальними аспектами, пов'язані безпосередньо з висновком контрактів.

До останнього ставляться питання, що характеризують кредитоспроможність, фінансове становище фірми, завантаження замовленнями, зацікавленість в одержанні замовлень від іноземних партнерів, з'ясування її взаємодії з іншими фірмами й державними органами, а також ділова характеристика представників фірми, з якою передбачається проведення переговорів. Найціннішою інформацією для досьє вважають відомості, отримані при особистому знайомстві з фірмою. Ці відомості доповнюються інформацією з фірмових довідників, річних звітів фірм і інших джерел.

Досьє фірми складається з документів. До них належать:

- 1) карта фірми;
- 2) відомості про фірму;
- 3) відомості про ділові відносини.

Карта фірми - це базовий документ. Він являє собою анкету, запитання якої характеризують різні сторони діяльності фірми, зокрема :

- 1) країна, поштова адреса, телефон, факс;
- 2) рік заснування;
- 3) предмети торгівлі, виробництва або характер послуг;
- 4) виробничі потужності, торговельний оборот, число працівників;

- 5) дані, що характеризують фінансове становище;
- 6) філії, дочірні підприємства, участь та інші зв'язки;
- 7) найважливіші конкуренти;
- 8) власники, керівники фірми, особи, які мають безпосередній контакт із фірмою;
- 9) оборот у т.ч. на різних ринках;
- 10) негативні сторони, що характеризують фірму (невиконання зобов'язань, рекламації, арбітражні й судові справи і т.д.).

Крім даних, які перераховані в карті, в досьє фірми повинні бути й такі відомості, як:

- характеристика власників, керівників фірми, які безпосередньо контактують із вашими організаціями;
- дані балансів фірми за господарський рік;
- дані про розвиток торговельних відносин з фірмою (відомості про поведження фірми під час переговорів, про висновок угод, про хід їхньої реалізації, про результати угод, про зацікавленість фірми в роботі на українському ринку).

Карта фірми є необхідним джерелом її вивчення. При вивченні державних, напівдержавних і кооперативних організацій поряд з картою фірм використовують інші матеріали.

Важливе місце в досьє займають названі вище документи: "відомості про переговори" і "відомості про ділові відносини". Вони охоплюють інформацію, джерелом якої є особисті спостереження і враження оперативних працівників, отримані в процесі переговорів, у ході виконання контрактів і відвідувань підприємств фірми.

Досьє на фірму поповнюється систематично. При цьому перед початком нового фінансового року й при підготовці великих угод доцільно додатково зібрати відомості про фінансове становище контрагента незалежно від наявності даних за минулий період.



#### **14.4. Проведення переговорів з іноземними партнерами**

Будь-який вид зовнішньоекономічної діяльності припускає ділове спілкування з партнерами. Успішність ділового спілкування залежить від мистецтва фахівця, правильного аналізу ситуації, особливостей ділових партнерів, підготовки до вирішення конкретних питань і правильного вибору стратегії й тактики ділового спілкування.

Будь-яке ділове спілкування припускає рішення ряду тактичних(конкретний очікуваний результат) і стратегічних завдань - установа надалі тривалих, взаємовигідних ділових контактів.

Ділове спілкування може здійснюватися в наступних формах:

- переписка;
- особисті зустрічі (торговельних агентів, делегацій, проведення конференцій, ярмарків і виставок);
- спілкування з використанням технічних засобів (телефону, телетайпа, факсу, Інтернету).

Переговори шляхом переписки. Письмову заявку на укладання договору купівлі - продажу називають офертой. У міжнародній практиці розрізняють два види оферт - тверду й вільну. Тверду оферту робить продавець конкретному покупцеві на певну партію товару, вільна оферта - це пропозиція без зобов'язань з боку продавця. Якщо ініціатива придбання товару виходить від покупця, він розсилає замовлення (тверда оферта) або запит (вільна оферта).

Переговори шляхом особистих зустрічей. На міжнародному ринку склалися певні правила, звичаї і традиції проведення комерційних переговорів. Більшість контрактів укладається завдяки особистим зустрічам, тому практика ведення переговорів заслуговує на особливу увагу.

Приймаюча сторона пропонує загальну програму для гостей і докладну програму, що включає технічні деталі, необхідні для приймаючої сторони.

Спілкування з використанням технічних засобів використовують тільки тоді, коли: країни далеко розташовані одна від одної, контрагенти добре

знайомі й підтримують довгострокові контакти, необхідно повторити замовлення по раніше прийнятому контракту.

### ***Контрольні запитання***

1. За якими критеріями класифікують фірми, які діють на світовому ринку?
2. Які фактори необхідно враховувати при виборі партнера на зовнішньому ринку?
3. Назвіть джерела інформації з вивчення закордонних фірм.
4. Що містить досьє фірми?
5. Що таке карта фірми?
6. Перелічіть форми ділового спілкування.
7. У чому перевага спілкування шляхом переписки?
8. Коли перевага віддається спілкуванню з використанням технічних засобів?
9. Які питання включає загальна програма?
10. Перелічіть різновиди особистих зустрічей.

### ***Термінологічний словник ключових понять***

*Контрагенти, іноземні партнери, ділова репутація, фірмові довідники, досьє на фірму, карта фірми, тверда оферта, вільна оферта, практика ведення переговорів.*

## РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

### Основна

1. Управління зовнішньоекономічною діяльністю: Навч. посібник: 2-ге вид., випр. і доп. / За заг. ред А.І. Кредісова – К.: ВІРА-Р, 2002.– 552 с.
2. Дроздова Г.М. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності підприємства: Навчальний посібник. – К.: ЦУЛ, 2002. – 172 с.
3. Дідківський М.І. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства. Навчальний посібник. — К.: Знання, 2005. – 168 с.
4. Макогон Ю.В. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства. – К.: ЦУЛ, 2006.
5. Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» від 16.04.1991 №959-ІХ. Документ 959-12, остання редакція від 16.11.2006 // База даних «Законодавство України». – Сайт: <http://zakon.rada.gov.ua>
6. Закон України «Про єдиний митний тариф» від 06.02.1992 № 2097-ХІІ. Документ 2097-12, остання редакція від 17.01.2006 // База даних «Законодавство України». – Сайт: <http://zakon.rada.gov.ua>

### Додаткова

1. Рум'янцев А.П., Рум'янцева Н.С. Зовнішньоекономічна діяльність: Навч. Посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 384 с.
2. Кириченко О.А. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: Навч. посіб. - 3-тє вид., перероб. і доп. - К.: Знання-Прес, 2002. – 384 с.
3. Кривов'язюк І.В. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: Навчальний посібник. – Луцьк: Надстир'я, 2005. – 140 с.
4. Вічевич А.М., Матвеев М.Е., Максимець О.В. Основи зовнішньоекономічної діяльності. Навчальний посібник. – Львів: Афіша, 2004. – 272 с.
5. Козловський В.О. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності. Практикум. Навчальний посібник. – Вінниця: ВДТУ, 2000. – 122 с.

## **РЕСУРСИ ІНТЕРНЕТ**

1. [www.mon.gov.ua](http://www.mon.gov.ua)
2. <http://www.management.com.ua>

## ЗМІСТ

1. ЗАГАЛЬНА СТРУКТУРА КРЕДИТНО-МОДУЛЬНОЇ ПРОГРАМИ КУРСУ „МІЖНАРОДНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ” .....	3
2. СТРУКТУРНО-ЛОГІЧНА СХЕМА КУРСУ .....	4
3. ТЕМА 1. ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ. ПРЕДМЕТ, МЕТОД, ЗМІСТ І ЗАВДАННЯ КУРСУ .....	6
4. ТЕМА 2. ТЕОРІЇ УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ .....	23
5. ТЕМА 3. ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА Й ОСНОВНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ЗЕД В УКРАЇНІ .....	36
6. ТЕМА 4. СИСТЕМА ІНСТИТУТІВ І ІНСТРУМЕНТІВ РЕГУЛЮВАННЯ ЗЕД .....	43
7. ТЕМА 5. ВАЛЮТНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ .....	57
8. ТЕМА 6. МИТНО-ТАРИФНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЗЕД В УКРАЇНІ .....	64
9. ТЕМА 7. УПРАВЛІННЯ ЗЕД НА РІВНІ ПІДПРИЄМСТВА .....	74
10. ТЕМА 8. ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНІ ОПЕРАЦІЇ: СУТЬ, ЗМІСТ І ВИДИ .....	86
11. ТЕМА 9. МІЖНАРОДНІ ФІНАНСОВІ ОРГАНІЗАЦІЇ .....	93
12. ТЕМА 10. ОРГАНІЗАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ МІЖНАРОДНИХ ТОВАРНИХ РИНКІВ .....	100
13. ТЕМА 11. СТРУКТУРА І ЗМІСТ МІЖНАРОДНОГО КОНТРАКТУ .....	107
14. ТЕМА 12. ОРГАНІЗАЦІЯ І ТЕХНОЛОГІЯ ТРАНСПОРТНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ .....	122
15. ТЕМА 13. ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ЗОВНІШНЬО- ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ .....	135
16. ТЕМА 14. ПРАКТИКА ВЕДЕННЯ КОМЕРЦІЙНИХ ПЕРЕГОВОРІВ, ПОШУКУ І ПЕРЕВІРКИ ДІЛОВИХ ПАРТНЕРІВ .....	144
18. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА .....	155
19. РЕСУРСИ ІНТЕРНЕТ .....	156

## НАВЧАЛЬНЕ ВИДАННЯ

Пан М.П., Торкатюк В.І., Шутенко А.Л., Вороніна О.С. **Основи зовнішньоекономічної діяльності**: Конспект лекцій для студентів 5 курсу заочної форми навчання за напрямом підготовки 0501 - “Економіка і підприємництво”, спец. 6.050100 – «Економіка підприємства».

Автори: Микола Павлович Пан,  
Володимир Іванович Торкатюк,  
Андрій Леонідович Шутенко,  
Ольга Сергіївна Вороніна

Відповідальний за випуск: В.І. Торкатюк

Редактор: З.М. Москаленко

Комп'ютерний набір і верстка: О.С. Вороніна

План 2008, поз 162-Л

---

Підп. до друку 10.06.2008	Формат 60x84 1 /16	Папір офісний
Друк на ризографі.	Умовн.-друк. арк.6,8	Обл.-вид. арк.7,0
Замовл №	Тираж 150 прим.	

---

61002, Харків, ХНАМГ, вул. Революції, 12

---

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