



**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**ХАРКІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ХАРЧУВАННЯ ТА ТОРГІВЛІ**

*Л.Л. Носач, В.О. Козуб, П.Л. Гринько*

# **СВІТОВИЙ РИНОК ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ**

*Навчально-методичний  
посібник*

*Для студентів напряму підготовки  
030510 «Товарознавство і торговельне підприємництво»  
усіх форм навчання*

**Харків 2014**

УДК 339.5(075.8)

ББК 65.428

Н – 84

Авторський колектив:

Л.Л. Носач, В.О. Козуб, П.Л. Гринько

Рецензенти:

д-р. екон. наук, доц. А.М. Одарченко

канд. екон. наук, проф. Попова Л.О.

Схвалено Вченою радою економічного факультету, протокол № 8 від «25» квітня 2014 року

Н-84 **Світовий ринок товарів та послуг** : навч.-метод. посібник / Л.Л. Носач [та ін.]. – Харків : «Видавництво «Форт», 2014. – 295 с.

Навчально-методичний посібник на засадах модульного підходу до викладання навчальної дисципліни «Світовий ринок товарів та послуг» включає теоретичний та навчально-методичний матеріал для вивчення курсу, який знадобиться студентам в процесі освоєння лекційного матеріалу та розв'язання семінарських та винесених на самостійне опрацювання завдань. Даний посібник розкриває проблематику функціонування світових товарних ринків та ринків послуг, а також особливості ринкових процесів в Україні за умов трансформації та глобалізації сучасного світу. Видання призначено для підготовки бакалаврів галузі знань «Товарознавство і торговельне підприємництво»

УДК 339.5(075.8)

ББК 65.428

© Носач Л.Л., Козуб В.О., Гринько П.Л., 2014

© Харківський державний університет  
харчування та торгівлі, 2014

## ВСТУП

В умовах докорінної лібералізації економічних відносин, коли кожне підприємство має право самостійно виходити на зовнішні ринки різних товарів і послуг, першочерговим стає опанування підприємцями теоретичних засад і практичного світового досвіду встановлення економічних зв'язків із зарубіжними партнерами, диверсифікація у зовнішній простір, здійснення фінансових і товарних операцій у міжнародній торговельній та інвестиційній діяльності.

Дисципліна «Світовий ринок товарів та послуг» висвітлює питання щодо сутності, характерних рис, товарної структури та сучасної інфраструктури світового ринку, дозволяє набути практичні навички оцінювання ситуації на окремих товарних ринках.

Вивчення навчальної дисципліни збагачує уявлення про характер процесів, що відбуваються на світових товарних ринках, дає можливість пізнати їх як суперечливу єдність національних та міжнародних проявів суспільного життя, поглиблює знання про проблеми розробки кон'юнктурних прогнозів поведінки споживачів на окремих товарних ринках, потенційні можливості виходу України на світовий ринок. Важливою складовою світового ринку є діяльність торговельних посередників, що створюють відповідні вузлові структури в цій системі.

**Мета викладання дисципліни** «Світовий ринок товарів та послуг» полягає у формуванні у студентів системи сучасних теоретичних і практичних знань щодо особливостей розвитку сучасного світового ринку відповідно процесів інтернаціоналізації та глобалізації господарського життя.

### **Завдання вивчення дисципліни**

Для досягнення мети викладання курсу «Світовий ринок товарів та послуг» поставлені такі **основні завдання**:

- визначити сутність, характерні риси, середовище та розглянути історичну ретроспективу розвитку світового ринку на основі прогресу продуктивних сил, міжнародного поділу праці, що поглиблюється, поступового втягування все нових національних господарств в систему світогосподарських зв'язків;

- ознайомитися з товарною структурою світового ринку за допомогою сучасних товарних класифікацій і номенклатури, що використовуються у міжнародній торговельній практиці;

- розглянути специфіку здійснення торговельних операцій за напрямками і видами торгівлі, сучасні форми ділової активності у сфері надання послуг, особливості ціноутворення на світових товарних ринках та оцінити потенційні можливості виходу України на світовий ринок;

- проаналізувати сучасні можливості інфраструктури світового ринку: світової транспортної системи, світової мережі масової інформації та комунікацій, єдиної системи комерційної і науково-технічної інформації, єдиної системи метеорологічної служби та інформації, уніфікованої статистичної служби;

▪зробити акцент на специфічності умов та основах формування конкурентного середовища країн світу, конкурентоспроможності країн у контексті глобалізації світових економічних процесів, напрямках підвищення конкурентоспроможності національної економіки;

▪обґрунтувати мотивації використання послуг міжнародних торговельних посередників при здійсненні операцій світового ринку, економічних та інфраструктурних умов розвитку торговельного посередництва в Україні.

**Інтегрований підхід до викладання курсу «Світовий ринок товарів та послуг» дозволить сформувати у студентів такі знання та навички.**

*Студент повинен знати:*

▪визначення основних понять і складових світового ринку;

▪основні цілі, задачі та організаційно-економічні умови функціонування країн на світових ринках;

▪обґрунтування особливостей і факторів, що впливають на розвиток світового ринку з точки зору теорій міжнародної торгівлі;

▪тенденції розвитку форм міжнародних економічних відносин, що обслуговують функціонування світових товарних ринків;

▪закономірності взаємодії країн різної державної належності в сфері міжнародного бізнесу.

*Студент повинен оволодіти навичками:*

▪аналізу тенденцій і процесів, що відбуваються в сфері міжнародних економічних відносин;

▪аналізу дії базових економічних закономірностей на міжнародному рівні і їх специфічного проявлення в інтернаціональній сфері;

▪обґрунтування та реалізації економічного потенціалу господарюючими суб'єктами різної державної належності в області міжнародного обміну товарами, руху факторів виробництва і формуванні міжнародної економічної політики держав;

▪вибору оптимальної стратегії боротьби з економічними спадами, фінансовими і валютними кризами, які виникаючи в окремих країнах або регіонах, в сучасних умовах набувають глобального характеру.

**Самостійна робота студентів з дисципліни «Світовий ринок товарів та послуг» включає:**

- ознайомлення з основними поняттями тем;
- вивчення джерел, що рекомендуються;
- огляд періодичної літератури за окремими питаннями теми;
- написання есе за окремими питаннями теми;
- написання реферату на одну із запропонованих тем;
- складання структурно-логічної схеми досліджуваної теми;
- підготовку опорного конспекту;
- складання тестових завдань за темою, що досліджується.

# **МОДУЛЬ 1. СВІТОВИЙ РИНОК ЯК МЕХАНІЗМ РЕАЛІЗАЦІЇ СВІТОГОСПОДАРСЬКИХ ЗВ'ЯЗКІВ**

## **Тема 1. Світовий ринок: сутнісна характеристика та особливості розвитку.**

### **1.1 Особливості формування світового ринку.**

Розвиток міжнародного поділу праці поклав основу для виникнення світового ринку.

Світовий ринок можна розглядати як сукупність національних ринків окремих країн, що пов'язані між собою міжнародними економічними відносинами. Його становлення проходило на основі удосконалення внутрішніх ринків.

В час розвитку мануфактурного виробництва (XVI—XVIII століття) міські ринки вже стають тісними для виробників. Частку виробленої продукції виробники прагнуть продавати за межами національних кордонів. Так, створюється національний ринок, який включає в себе внутрішній ринок, що орієнтується на іноземних покупців. Накреслимо умовно малюнок формування цих ринкових структур.

На рис. 1.1. представлено взаємодію країн А, В, С з урахуванням перетинання їхніх економічних інтересів. Ці інтереси можуть бути різноманітними, але ми розглянемо тільки торговельні (ринкові) відносини.

Контур А — це умовне відображення внутрішнього ринку будь-якої країни. Ми бачимо, що основна частка виробленої продукції продається на внутрішньому ринку.

Розширення виробництва призвело до пошуку інших ринків. Частка продукції починає продаватись за межами виробництва, що відображає формування національного ринку.

Ринок, де мають місце відносини купівлі-продажу товарів двох і більше країн являє собою міжнародний ринок. **Міжнародний ринок** — це сукупність тих частин національних ринків країн, що взаємодіють між собою з приводу купівлі-продажу товарів та послуг.

Перетворення мануфактурного виробництва в фабрику індустрії в першій половині XIX століття призвело до перетворення локальних центрів міжнародної торгівлі в єдиний світовий ринок. Його остаточне формування завершилось в XIX—XX столітті.

Світовий ринок є феномен товарного виробництва, що переріс національні кордони. Основна його риса — це здійснення міждержавного пересування товарів, послуг, факторів виробництва, фінансових ресурсів. В соціально-економічному плані світовий ринок являє собою сукупність відносин, що виникають через взаємодію внутрішнього і зовнішнього попиту і пропозиції.

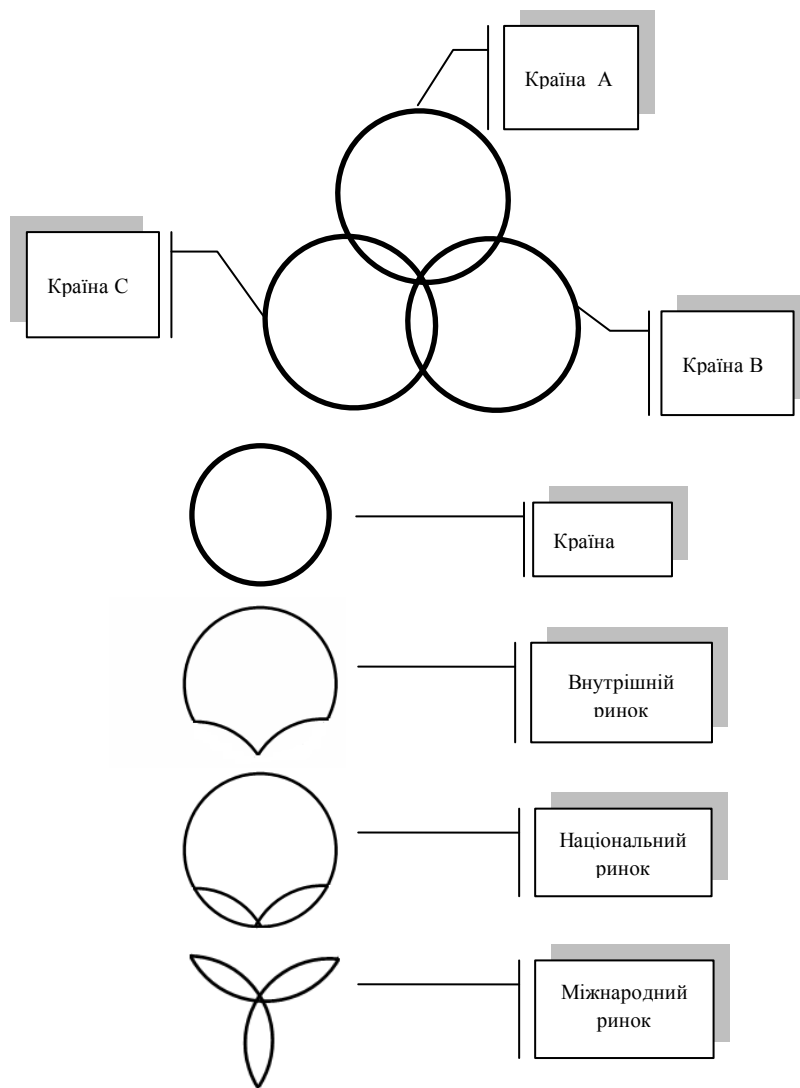


Рис. 1.1. Структура світового ринку

Різні чинники розвитку світових товарних ринків формують відповідну ринкову кон'юнктуру, яка віддзеркалює зміни конкретних умов функціонування ринку та співвідношення попиту й пропозиції, що пов'язані з динамікою цін на товари і прибутками фірм.

Кон'юнктура є невід'ємною особливістю формування і розвитку світових товарних ринків. Короткочасні коливання і зміни товарного ринку досліджуються на мікрорівні з метою врахування у господарській діяльності на рівні підприємств, галузей і всієї національної економіки. Ринкова кон'юнктура використовується у стратегії управління, у виборі форм і методів конкурентної боротьби, у забезпеченні ефективності зовнішньої торговельно-економічної діяльності.

**Кон'юнктурно-формувальний чинник** – це сила, що формує і визначає характер ринкової економічної кон'юнктури, провідними елементами якого є пропозиція і попит.

**Попит** – це платоспроможна потреба в товарах для споживання та поповнення товарних запасів. **Пропозиція** – сума товарів, вироблених для

збуту на ринку, й реалізації товарних запасів. Співвідношення попиту і пропозиції зумовлює **ринкову ціну** на товар. Чинниками групи попиту є рівень особистого й виробничого споживання товарів, обсяг надходжень їх у товарні запаси, прибутки, купівельна спроможність країн. Чинники групи пропозиції – це обсяг виробництва товарів, їхня конкурентна спроможність, рентабельність виробництва, норми прибутків фірм, їхнє адаптування до впровадження досягнень науки і техніки.

**Умови формування кон'юнктури** – це зовнішнє середовище щодо кон'юнктурно-фомувального чинника, яке впливає на нього. Зазначені умови можна поділити на три групи: економічні, соціально-політичні та міжнародні (рис. 1.2.).

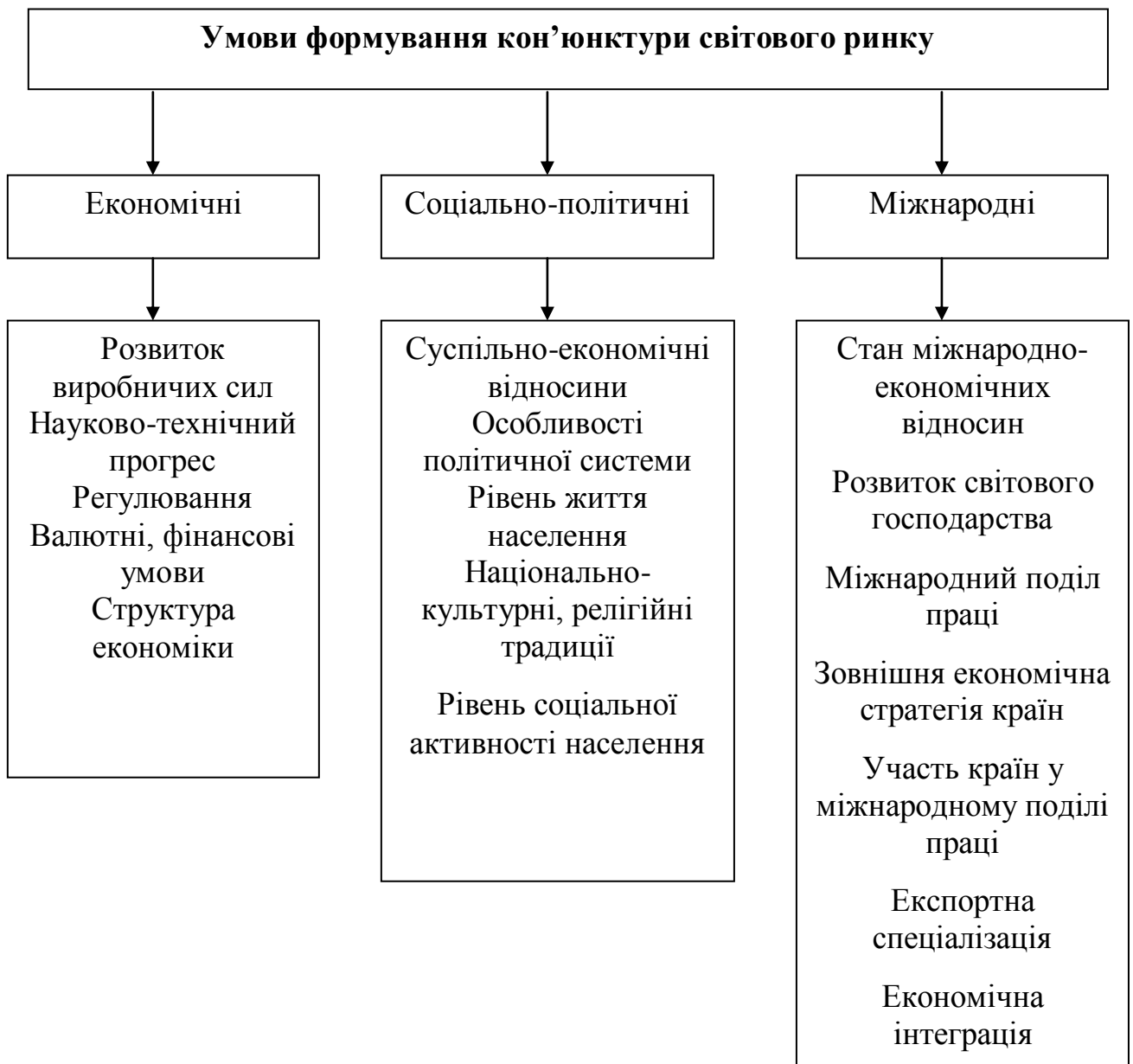


Рис. 1.2. Умови формування кон'юнктури

Результатом взаємодії кон'юнктурно-формуального чинника та умов формування кон'юнктури є різні форми прояву економічної кон'юнктури. Головними їхніми відмінностями, за якими їх відрізняють, є співвідношення попиту і пропозиції, динаміка світових цін, ділова активність на ринку (кількість укладених угод).

В умовах **знижувальної кон'юнктури** спостерігається стабільна перевага пропозиції товару над попитом, падіння цін на товар, зменшення кількості укладених угод. Таке становище на ринку називають **ринком покупця**.

Низька кон'юнктура свідчить про переважання пропозиції товару над попитом до позиції їхнього урівноваження, коли кількість торговельних операцій і ринкові ціни падають до мінімуму, знижуються прибутки фірм.

**Кон'юнктура підвищувальна** – це стабільне переважання попиту над пропозицією, зростання ринкових цін на товар і кількості торговельних угод (**ринок продавця**). Це означає, що висока кон'юнктура має тенденцію до збереження переваги попиту на товар над його пропозицією, починається вирівнювання їхнього балансу, ціни на товар і кількість торговельних операцій сягають максимуму, зростають прибутки фірм.

Короткочасний стан ринку, коли врівноважені попит і пропозиція, називають **ринковою рівновагою**. Затяжний стан ринку переваги пропозиції товару над його попитом, насичення ринку товаром зумовлюють зниження цін, збитки і банкрутство фірм.

**Світовий ринок** – це сфера міжнародного балансу попиту та пропозиції на товари, що експортуються й імпортуються різними країнами.

Основні функціональні взаємозв'язки між внутрішнім попитом та пропозицією і попитом та пропозицією на товари на світовому ринку, кількісні обсяги експорту й імпорту, рівень ціни, за якого здійснюється торгівля, можна проілюструвати положеннями так званої найпростішої моделі міжнародної торгівлі:

- на світовому ринку стикаються попит і пропозиція на товари, котрі імпортуються одними країнами й експортуються іншими;
- обсяг експорту визначається надлишком на національному ринку даного товару, а обсяг імпорту залежить від обсягу дефіциту;
- порівняння рівноважних внутрішніх цін на світовому ринку дає змогу встановити наявність надлишку пропозиції даного товару з одних країн і надлишок попиту на нього в інших країнах;
- мінімальні та максимальні рівноважні ціни внутрішнього ринку різних країн на один і той самий товар задають нижню і верхню межі світової ціни, за якими цей товар реалізуватиметься на світовому ринку;
- міжнародні потоки товарів складаються під впливом прагнення держав експортувати ті товари, котрі відносно є дешевими в умовах автаркії (відособленості країни), а імпортувати відносно дорогі;
- між обсягами експорту й імпорту даного товару, з одного боку, і рівнем світової ціни на нього, з іншого боку, є взаємозв'язок і взаємозалежність. Зміна світової ціни призводить до зміни кількості



експортованих та імпортованих товарів на світовому ринку, а зміна кількості експортованих та імпортованих товарів – до зміни світової ціни.

Таким чином, світовий ринок є сферою міжнародного балансу попиту та пропозиції на товари, що експортуються й імпортуються різними країнами.

Основні функціональні взаємозв'язки між внутрішнім попитом та пропозицією і попитом та пропозицією на товари на світовому ринку, кількісні обсяги експорту й імпорту, рівень ціни, за якою здійснюється торгівля, можна проілюструвати за допомогою найпростішої моделі міжнародної торгівлі або моделі часткової рівноваги, в якій використовуються криві попиту та пропозиції (рис.1.3)

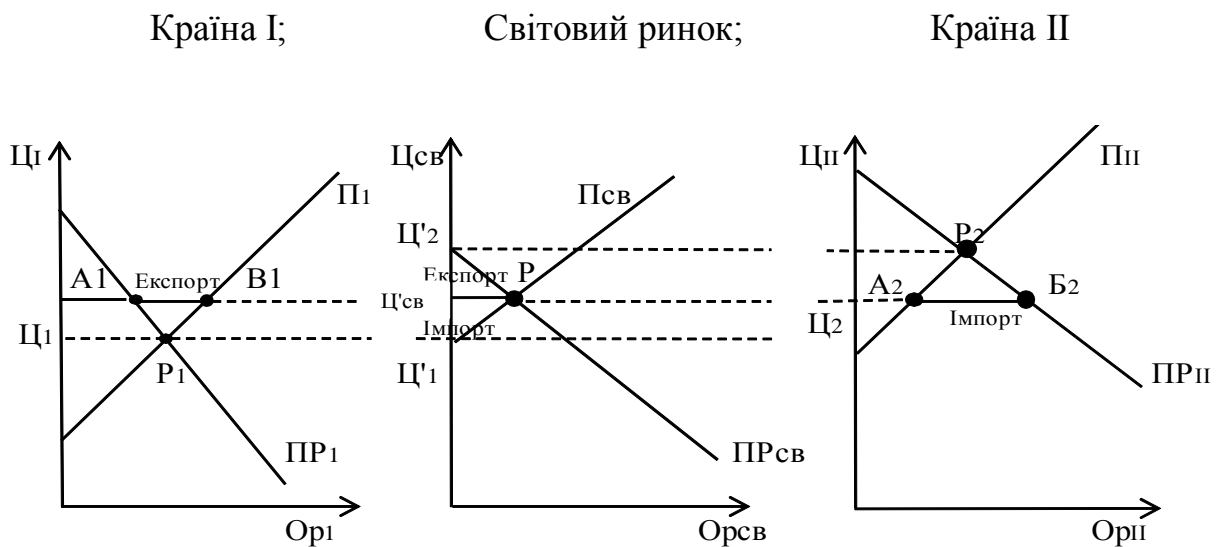


Рис. 1.3. Формування ціни на світовому ринку під впливом експортно-імпортних потоків

Припустимо, що країни I та II відокремлено одна від одної виробляють та споживають один і той самий товар. Попит та пропозиція товару в країні I становлять  $PP_1$ ; та  $\Pi_1$  а у країні II — відповідно  $PP_{II}$  та  $\Pi_{II}$ . На горизонтальній осі показано рівноважні обсяги виробництва товару  $Op_1$ ,  $Op_{II}$ , на вертикальній — його внутрішню ціну  $C_1$ ,  $C_{II}$  відповідно у країнах I та II. Ринкова рівновага попиту та пропозиції на товар досягається у точці  $P_1$  у країні I, де ціна товару становить  $C_1$ , та точці  $P_{II}$  у країні II, де ціна товару —  $C_{II}$ . Оскільки  $C_1 < C_{II}$ , даний товар дешевший у країні I, ніж у країні II, і отже, країні I вигідно його експортувати у країну II та одержати від цього який-небудь прибуток, а країні II вигідно його імпортувати з країни I і тим самим зекономити та знизити його закупки на внутрішньому ринку. Через відмінності у внутрішніх цінах між країнами I та II у країні I за будь-якої ціни на товар, більшої, ніж  $C_1$ , виникає його надлишкова пропозиція. У країні II за будь-якої ціни на товар, меншої, ніж  $C_{II}$  виникає надлишковий попит на нього.

Країни починають торгувати. Рівноважна ціна  $C_I$  у країні I означає, що у точці  $P_I$  попит на товар точно дорівнює пропозиції й у країні I немає товару для експорту. Тим самим визначається точка  $C'_1$  на кривій пропозиції на світовому ринку, яка показує мінімальну ціну, після досягнення якої експорту з країни I не буде. Для країни II рівноважна ціна  $C_2$  означає, що у точці  $P_2$ , в якій попит дорівнює пропозиції, країні не потрібно ніякого імпортного товару, оскільки їй достатньо власних ресурсів. Цим визначається точка  $P'_2$  на кривій попиту на світовому ринку, яка показує максимальну ціну, після досягнення якої імпорт товару країною II припиниться.

Оскільки ми розглядаємо тільки дві країни, кількість товару, який експортується країною I, має відповідати кількості товару, що імпортується країною II, або, іншими словами, надлишкова внутрішня пропозиція у країні I має дорівнювати надлишковому внутрішньому попиту у країні II, тобто графічно  $A_1B_1 = A_2B_2$ , де  $A_1B_1$  — це експорт країни I, а  $A_2B_2$  — імпорт країни II. Обсяг експорту  $A_1B_1$  покаже другу точку, яка визначає  $PP_{CB}$  — криву пропозиції товару на світовому ринку, а обсяг імпорту  $A_2B_2$  — другу точку, що визначає  $PP_{CB}$  — криву попиту на товар на світовому ринку. Нова ринкова рівновага досягається у точці  $P$  за нового рівня світової ціни  $C_{CB}$  — рівноважної ціни товару на світовому ринку. Світовий попит та пропозиція товару за цією ціною визначаються відповідно кривими  $PP_{CB}$  та  $PP_{CB}$ .

Якщо виникає ситуація, коли ціна світового ринку з яких-небудь причин підніметься вище від рівня  $C'_{CB}$ , розширивши тим самим обсяг експорту понад  $A_1B_1$ , то обмеженість попиту кількісними рамками  $A_2B_2$  понизить ціну до рівня  $C'_{CB}$ . Якщо ж ціна світового ринку чомусь впаде нижче від рівня  $C'_{CB}$ , то кількісно попит на імпорт товару перевищить його кількість для експорту  $A_1B_1$ , і ціна повернеться до світового рівня  $C'_{CB}$ .

Таким чином, на світовому ринку обсяги експорту визначаються обсягами надлишкової пропозиції товару, обсяги імпорту — обсягами надлишкового попиту на товари. Факт наявності надлишкової пропозиції та надлишкового попиту на світовому ринку встановлюють, порівнюючи внутрішні рівноважні ціни на однакові товари у різних країнах. Ціна, за якою здійснюється міжнародна торгівля, знаходиться між мінімальною та максимальною внутрішніми цінами рівноваги, які існують у країнах до початку торгівлі. З одного боку, зміна світової ціни веде до зміни кількості товарів, які експортуються та імпортуються на світовому ринку, з іншого — зміна кількості експортованих та імпортованих товарів приводить до зміни світової ціни.

Найпростіша модель світового ринку, яка називається *моделлю часткової рівноваги*, показує основні функціональні взаємозв'язки між внутрішнім попитом і пропозицією та попитом і пропозицією товарів на світовому ринку, визначає кількісні обсяги експорту та імпорту, а *також рівноважну ціну, за якою здійснюється торгівля*.

## 1.2. Світовий ринок як економічна категорія.

Світовий ринок як економічна категорія характеризується з кількох позицій:

1) По-перше, він розглядається як підсистема світового господарства із власною структурою і закономірностями розвитку.

2) Функціонування світового ринку як економічної категорії пов'язується з обміном величезної маси товарів (пізніше послуг) за межами національних економік (і в цьому також є прояв інтернаціоналізації господарського життя).

3) Функціонування світового ринку пов'язано з опосередкуванням міжнародної торгівлі валютно-кредитним і фінансовим забезпеченням відповідного рівня.

В сучасних умовах світовий економічний розвиток характеризується більш широким залученням країн до міжнародних економічних взаємозв'язків і посиленням їхньої взаємозалежності. Процес, що сприяє подоланню відокремленості національних господарств, отримав назву як процес інтернаціоналізації. Можна з певним припущенням сказати, що інтернаціоналізація призвела до створення світового господарства.

**Світове господарство** — це сукупність національних економік окремих країн і регіональних економічних об'єднань, що взаємодіють між собою на підставі міжнародного поділу праці.

Різниця між світовим господарством і світовим ринком полягає в тому, що світове господарство являє собою високу стадію розвитку ринкової економіки, для якої притаманним є не стільки міжнародний рух товарів, скільки міждержавне переміщення факторів виробництва.

**Світове господарство** – це ринкова система, в якій залежності від об'єкта купівлі-продажу відокремлюють три великих групи світових ринків: товарний, грошовий і ринок праці.

До складу світового товарного ринку входять: ринок споживчих товарів, ринок засобів виробництва і ринок послуг.

*Світовий ринок споживчих товарів* за товарно-галузевою структурою об'єднує ринки продовольчих і непродовольчих товарів, ринок житла, ринок споруд невикористаного призначення.

*Світовий ринок засобів виробництва* складається з ринків споруд виробничого призначення, засобів праці, сировини, корисних копалин, матеріалів, енергії й інших видів продукції виробничого призначення.

*Світовий ринок послуг* охоплює ринки лізингових, транспортних, інжинірингових, страхових, туристичних, рекламних та інших послуг, а також ринок ліцензій і ноу-хау.

*Світовий фінансовий ринок* в основному обслуговує рух реальних товарно-матеріальних цінностей. До його складу також входять інвестиційні, грошові та ринки позичкових капіталів.

*Світовий інвестиційний ринок* – це вкладення капіталу в створення або придбання за кордоном підприємств (об'єктів) виробничо-господарського призначення.

На *світовому ринку позичкових капіталів* пропонується на тимчасове використання за плату різноманітні платіжні засоби (гроші, пінні папери). Цей ринок здійснює акумуляцію і перерозподіл грошових ресурсів у світовому економічному просторі.

*Світовий грошовий ринок* утворює систему відносин з обміну іноземних валют і платіжних документів в іноземній валюті за вільними ринковими цінами.

Об'єктом купівлі-продажу на *міжнародному ринку праці* є іноземна робоча сила. Цей ринок складається зі світового ринку кваліфікованих робітників, світового ринку некваліфікованих робітників і світового ринку спеціалістів.

Суб'єктом міжнародних економічних відносин на макроекономічному рівні виступають окремі громадяни, фізичні особи, підприємства і фірми, що здійснюють зовнішньоекономічні операції.

На макроекономічному рівні суб'єктами виступають національні господарства, що регулюють і безпосередньо здійснюють зовнішньоекономічну діяльність. В ньому також беруть участь міжнародні економічні організації і наднаціональні інститути.

Міжнародні економічні відносини являють собою особливу підсистему в межах загальної системи економічних відносин. Основна особливість цих відносин полягає в тому, що вони здійснюються між суб'єктами різних країн.

Світовий ринок як система економічних відносин виконує такі функції:

- оптимізація використання факторів виробництва в світовому просторі;
- інформує виробників і споживачів про наявність і ціну товарів;
- дає об'єктивну оцінку виробничої діяльності з позицій міжнародних стандартів і критерії якості товару.

Набуваючи в процесі переходу від одного стану до іншого якісно нові риси і особливості, він характеризується в своєму сучасному стані:

- ефективністю розподілу ресурсів, що направляються на виробництво необхідних товарів;
- оптимальним використанням результатів НТР;
- гнучкістю і високою адаптованістю до економічних умов, що змінюються;
- здібністю, що підвищується, до задоволення різноманітних потреб, поліпшення якості товарів і послуг;
- стійкістю товарно-грошових відносин між країнами.

*Світовий ринок має ряд відмітних особливостей щодо національних ринків.*

По-перше, на світовому ринку об'єктивно враховуються не тільки економічні інтереси, що реалізуються в процесі обміну товарами і послугами окремих виробників і споживачів, але і інтереси окремих країн -

національні інтереси, і інтереси світової спільноти - інтернаціональні інтереси.

По-друге, суб'єктами пропозиції на світовому ринку виступають не всі національні фірми, що функціонують усередині окремих країн, а що тільки виходять з пропозицією за національні межі; при цьому світовий ринок ставить жорсткі вимоги до ефективності і конкурентоспроможності цих суб'єктів.

По-третє, основна маса суб'єктів (малі підприємства) виступає на світовому ринку не безпосередньо, а через транснаціональні корпорації, з якими вони мають довгострокові контракти.

По-четверте, механізм обміну на світовому ринку припускає не стільки прямі відносини між суб'єктами, скільки опосередковані функціонуванням світових товарних, фондових і валютних бірж.

По-п'яте, методом здійснення відносин на світовому ринку стають не тільки традиційні економічні важелі, що обумовлюють рух товарів на національних ринках, - податки, ціни, плата за ресурси, позиковий відсоток і т.д., але і зовнішньоекономічна політика окремих держав. За умови рівності інших чинників економічного розвитку окремих країн (економічне зростання, конкурентоспроможність, вживані технології і ін.), ефективність функціонування країн на світовому ринку у визначальному ступені залежить від його кон'юнктури.

**Світовий ринок** - динамічна, значною мірою саморегулююча система, що адекватно реагує на зміни. Перехід від індустріального до інформаційного суспільства, який здійснюється на рубежі століть, викликає ряд *нових тенденцій в розвитку світового ринку*.

По-перше, на світовому ринку спостерігаються відтворювальні структурні зрушення; зростаючого значення набуває сфера особистого споживання, яка все більше впливає на масштаби, структуру і якісні параметри обміну між країнами.

По-друге, в масі економічних благ на світовому ринку все більшу роль грають не стандартні матеріальні блага, а науково-технічна продукція (винаходи, розробки, передача технологій, експертних зразків, алгоритми і програми для ЕОМ і т.п.).

По-третє, нові технології підривають значущість природних ресурсів і дешевої праці на світовому ринку; зростає значення тих, що не мають матеріального втілення ресурсів (науковий потенціал, якість робочої сили, екологічні умови) і результатів виробництва (соціальний, інформаційний, екологічний ефект).

По-четверте, обмін комерційною інформацією відбуваються все частіше не безпосередньо між продавцем і покупцем, а на комп'ютерному рівні.

По-п'яте, посилюється взаємозв'язок функціональних елементів світового ринку – ринків споживчих товарів, інвестиційних товарів, валютного ринку, ринку робочої сили, і вживаних на них економічних показників і оцінок.

Найдрібнішою «клітинкою» світового ринку є товари, послуги, що задовольняють особисті і виробничі потреби. Все наявне різноманіття товарів світового ринку потребує класифікації. У останні десятиліття ХХ століття різні міжнародні організації активно працювали над вдосконаленням наявної уніфікованої товарної номенклатури.

### 1.3. Структуру світового товарного ринку

Структура світового товарного ринку розглядається фахівцями у трьох аспектах – регіональному (або географічному), товарно-галузевому та соціально-економічному. Згідно із *регіональною структурою* світового ринку розрізняють ринки окремих країн або їхніх угруповань, а саме ринки Азії, Латинської Америки, Африки, ринок Північної Америки (НАФТА), Австралії і Нової Зеландії (АНСЕРТА), Центральної і Східної Європи (ЦЕФТА), Євразійських країн (СНД), Західноєвропейський спільний ринок країн ЄС (рис. 1.4).

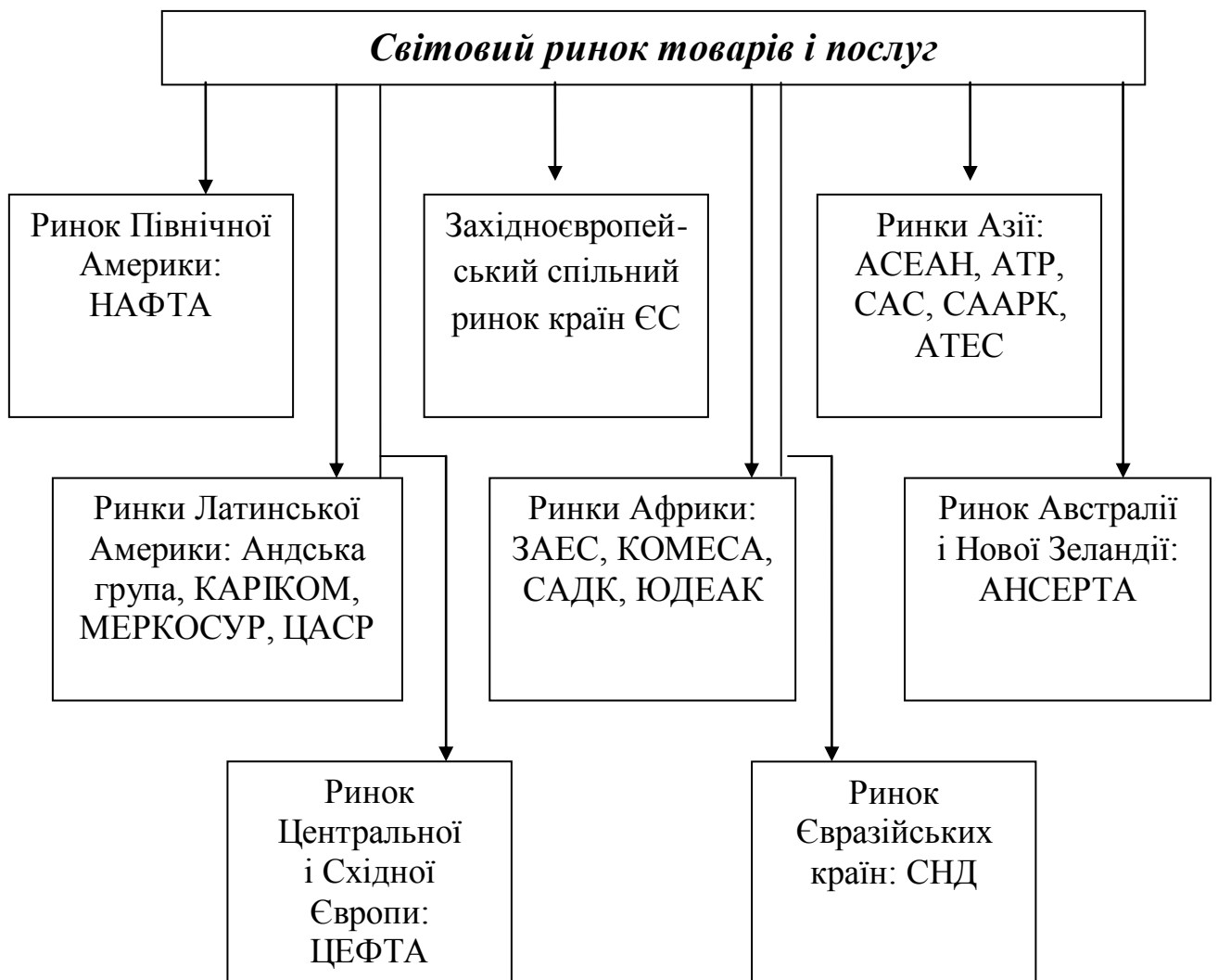


Рис. 1.4. Регіональна структура світового ринку

**Товарно-галузева структура** світового ринку складається з окремих товарних ринків, що відповідають ринку певного товару або його частини. Основою цієї класифікації є Міжнародна класифікація ООН, Стандартна міжнародна торговельна класифікація (СМТК), Брюссельська митна номенклатура, Гармонізована система опису товарів.

Товарно-галузева структура характеризується трьома провідними групами товарів – готові вироби, сировина і напівфабрикати, послуги (рис. 1.3) [3, с. 79].

Кожну товарну групу становлять підгрупи товарів, які можуть бути самостійними ринками. Наприклад, ринок промислової сировини поєднує ринки руд чорних і кольорових металів, дорогоцінного каміння, хімічної сировини тощо.

**За ступенем монополізації та характером торговельних угод світовий ринок структурується як:**

- **монополістичний**, де панує один постачальник (ринок діамантів);
- **олігополістичний**, на якому домінує група великих продавців (ринок нафти);
- **атомістичний**, де спостерігається невисока концентрація пропозицій товарів за участю багатьох постачальників і загострюється конкурентна боротьба (ринки текстильних, швейних товарів та ін.).

**За характером торговельних угод і взаємин продавців та покупців** розрізняють три сектори світового ринку: **закритий, відкритий і пільговий**.

До основних сегментів закритого сектора світового товарного ринку належать внутрішньофірмові постачання, тобто товарообіг між філіями головних і дочірніх підприємств великих монополій або ТНК; субпостачання товарів малих і середніх фірм, які є підрядчиками великих монополій, внутрішня торгівля регіональних інтеграційних об'єднань, постачання товарів за програмами допомоги за особливими міждержавними угодами, зустрічна торгівля. На закритому ринку продавці й покупці взаємодіють на основі некомерційних стосунків, бо їх об'єднує юридична залежність, угоди про міжнародну спеціалізацію та кооперування, системи часткової участі та фінансового контролю, преференційні й спеціальні торговельно-економічні, валютно-кредитні, військово-політичні та інші специфічні договори.

**За соціально-економічною структурою** світового товарного ринку розрізняють ринки промислово розвинутих країн (ПРК), країн, що розвиваються (КР) та країн з перехідною економікою (КПЕ), країн соціалістичної орієнтації (КСО).

Ведуча роль у світовому господарстві приділяється групі *країн з розвинутою ринковою економікою*, що розташовані в Західній Європі, Північній Америці і Тихоокеанському басейні, займають визначальну позицію у світовій економіці.

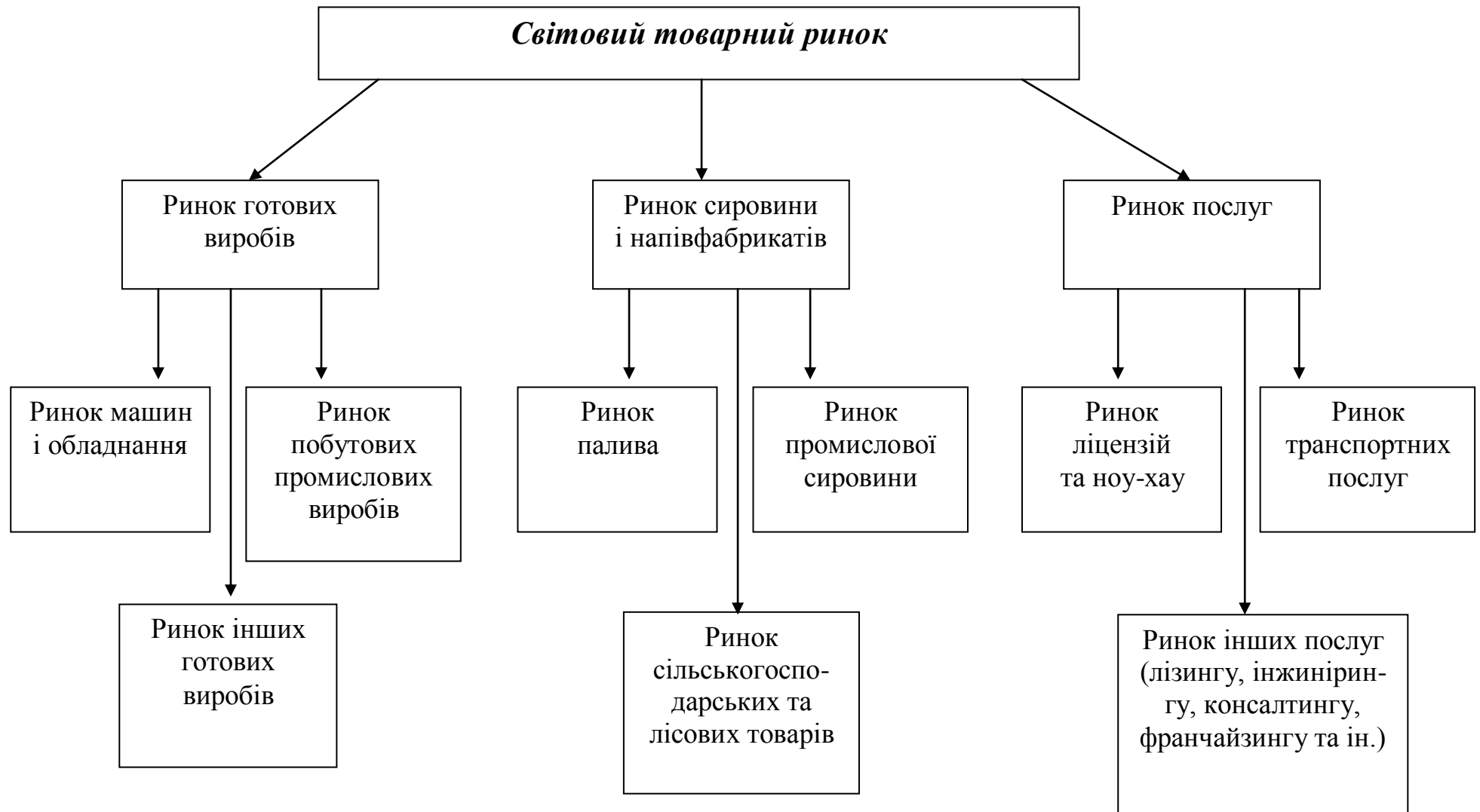


Рис. 1.5. Товарна структура світового ринку



Відповідно до класифікації країн у «Світовому економічному огляді ООН» до **промислово розвинутих країн** відносяться: 24 високорозвинені країни. Найпотужнішу групу серед цих країн складають країни так званої «Великої сімки». Великобританія, Італія, Канада, Німеччина, США, Франція, Японія, які виробляють найбільші обсяги ВВП у всьому світі і зосереджують у своїх руках значну частину міжнародної торгівлі. Стан економіки «сімки» є визначальним не тільки для всіх промислово розвинутих країн, включаючи ЄС, але для усього світу. Тому економічна політика, що проводиться урядами цих країн, впливає не тільки на національну, але і на світову економіку. У 1997 році до складу «сімки» була включена Росія, а сама група одержала сьогоденішню назву «вісімки».

**Промислово розвинуті країни** – це країни з високим економічним потенціалом, що розвиваються на основі великих обсягів технічно передового капіталу і висококваліфікованої робочої сили. На них припадає майже половина ВВП та виробництва промислової продукції світу, більша частина оборотів світової зовнішньої торгівлі. Для цих країн характерні такі риси: усі вони постіндустріальні; їх великі корпорації контролюють прямо або опосередковано основну частку продуктивних сил світового господарства; правлячі кола та капітал цих країн три мають у своїх руках реальні засоби контролю над світовими політичними та економічними процесами.

Особливе місце, наближене до центру, займає в територіальній структурі світового ринку **група НІК** (Південна Корея, Тайвань, Сінгапур, Бразилія, Мексика й ін.). Тісна торговельно-економічна співпраця промислово-розвинутих країн з цими державами зумовила формування в них системи відносин, адекватних що склався в провідних державах, і привело до виділення НІК із загальної маси держав, що розвивалися. Відповідно до методики ООН, виділяють *критерії, по яких ті або інші держави відносяться до «нових індустріальних країн»:*

- 1) обсяг валового внутрішнього продукту (ВВП) на душу населення;
- 2) середньорічні темпи його приросту;
- 3) питома вага обробної промисловості у ВВП (повинна складати більш 20%);
- 4) обсяг експорту промислових виробів і їхня частка в загальному вивозі;
- 5) обсяг прямих інвестицій за кордон.

У відповідності з цими критеріями до «нових індустріальних країн» відносять:

- чотири «малих дракони» Південно-Східної Азії (Південну Корею, Тайвань, Сінгапур, Гонконг), а також НІК Латинської Америки – Аргентину, Бразилію, Мексику, що є НІК першого покоління.

- Слідом за ними йдуть «нові індустріальні країни» наступних поколінь:

- країни другого покоління – Малайзія, Таїланд, Індія, Чилі;

- третього покоління – Кіпр, Туніс, Туреччина, Індонезія, Венесуела, Колумбія, Перу, Уругвай;

- четвертого покоління – Філіппіни, Китай та інші.

Як підсумок з'являються цілі зони «новоіндустріальності», полюса економічного росту, що поширюють свій вплив, насамперед на прилеглі регіони.

Серед причин висунення «нових індустріальних країн» з іншого світу, що розвивається, виділяють наступні:

- Деякі «нові індустріальні країни» виявилися в сфері *особливих політичних і економічних інтересів промислово розвинутих країн*. Так, сфера політичних інтересів США поширювалася на Тайвань і Південну Корею, з метою протидії «комуністичному впливу» у Східній Азії.

- *Підприємницький капітал* НІК Азії направлявся головним чином в *обробну промисловість і сировинні галузі*. У свою чергу, у латиноамериканських НІК він йшов у *торгівлю, сферу послуг, обробну промисловість*. Широка експансія закордонного приватного капіталу привела до того, що в «нових індустріальних країнах» фактично немає жодної області економіки, де б не було іноземного капіталу.

- *Діяльність міжнародних корпорацій*, що налагоджували виробництва на території країн, що розвиваються.

- *Привабливе географічне положення* «нових індустріальних країн» Азії, які знаходяться на перехресті торгово-економічних шляхів, біля центрів світового господарства – США, Японії.

- Майже в усіх НІК *склалися автократичні або близькі до них політичні режими*, лояльні до промислово розвинутих країн, що забезпечило політичну стабільність, демократичні і політичні перетворення, економічні реформи, високий ступінь гарантій безпеки інвестицій іноземних інвесторів.

- Значну роль зіграли такі *неекономічні фактори*, як працьовитість, старанність, дисциплінованість, ощадливість населення «нових індустріальних країн» Азії.

За прогнозами міжнародних експертів, Східна Азія може перегнати до 2010 року по обсягу ВВП Західну Європу, а до 2020 року – Північну Америку.

У значній мірі НІК властиве своєрідне змагання між двома моделями розвитку НІК – азійської і латиноамериканської. Перша, *азіатська*, – передбачає розвиток національної економіки з переважною орієнтацією на зовнішній ринок, на експорт. Цієї моделі дотримували наприкінці ХІХ ст. США, після другої світової війни – західноєвропейські країни, Японія, а надалі – НІК Азії.

Друга модель, *латиноамериканська*, – орієнтована на імпортозаміщення, вона у значній мірі властива латиноамериканським НІК. Стратегія розвитку імпортозаміщення дозволяє створити ряд нових і важливих виробництв, підвищити рівень самозабезпеченості по багатьом позиціям, для цього необхідний «тепличний» режим функціонування національної економіки, заснований на відсутності конкуренції з боку іноземних компаній, дешевих

кредитах і т.п., що не сприяє створенню гнучкої й ефективної економічної системи. У результаті в країнах, що як основну лінію модернізації економіки використовували імпортозаміщення, неминує настає криза, зв'язана з консервацією відставання, виникненням перешкод для появи в економіці галузей-локомотивів, що забезпечують досягнення прогресу світового рівня. На практиці стадію імпортозаміщення пройшли більшість країн, що розвиваються, у тому числі і «нові індустріальні країни» Азії. Але як основну лінію модернізації економіки вони реалізували більш ефективну і гнучку модель експортоорієнтованої економіки, що містить у собі одночасне використання політики імпортозаміщення протягом визначеного періоду.

Велику частину країн сучасного світу, включаючи країни Азії (без Японії), Африки і Латинської Америки складають **країни, що розвиваються**, більшість з яких були колоніями і напівколоніями імперіалістичних держав і відстали у своєму економічному розвитку, оскільки їх економіка носила аграрно-сировинний характер. Зараз у країнах, що розвиваються, з тим або іншим ступенем інтенсивності йде формування національного капіталу. З погляду розвитку економічного потенціалу, участі в міжнародному поділі праці і положення у світовому господарстві всі 132 держави, що розвиваються, можна класифікувати виходячи з методики ООН, МБРР і ОЕСР.

Про глибоку диференціацію усередині цих груп держав, що розвиваються, свідчить той факт, що на частку країн, де проживає 16% населення, приходиться 58% загального валового продукту країн, що розвиваються, а на частку тих з них, де живе близько 60% населення – всього 16,5% валового продукту. У кількісному вираженні більшість країн, що розвиваються, знаходиться в Африці – 50, потім в Азії – 30, у Європі і на Близькому Сході – 18, і в Західній Півкулі – 34.

*Основними рисами країн, що розвиваються, є:*

- багатокладний характер економіки країн, що розвиваються, тобто економіка цих країн спирається на багатокладну соціально-економічну структуру (коли існує як капіталістичний устрій, так і родоплемінні та патріархальні відносини).

- низький рівень розвитку продуктивних сил, відсталість у промисловості, сільському господарстві і розвитку соціальної інфраструктури (за винятком більш розвинутих країн);

- бідність, перенаселення, великий рівень безробіття, велика частка населення, зайнята в сільському господарстві низька продуктивність праці; незначні обсяги заощаджень і інвестицій; низька частка промислової продукції у ВВП; низький рівень розвитку інфраструктури; нерівномірність розподілу доходів і власності; висока народжуваність, відносно висока смертність і відповідно високі темпи росту населення; висока частка голодуючого населення; низька частка у світовій торгівлі;

- нерівномірність розподілу економічного потенціалу по регіонах; низька частка грамотного населення; слабкий рівень розвитку охорони здоров'я.

- величезна заборгованість розвинутих країнам;
- залежне положення в системі світового господарства;
- периферійний характер капіталізму, який виникає і розвивається, як імітаційна модель під впливом іноземного капіталу, технологій і ідеології.

Більшість країн, що розвиваються, за рівнем життя населення відстає від передових країн промислової Півночі в 20-50 разів.

Необхідність участі в міжнародному поділі праці країн, що розвиваються, пояснюється тим, що вони не виробляють цілого ряду необхідних для відтворення товарів. У той же час, вони є виробниками сировини, необхідної для розвинутих країн і джерелом порівняно дешевої робочої сили.

Поряд із країнами, де хоча й у суперечливих формах, але спостерігається відомий економічний прогрес, досить велику групу складають **найменш розвинуті країни** (країни Тропічної Африки, острівні держави в Тихому океані, деякі країни Азії, Карибського басейну). Відповідно до класифікації ООН до найменш розвинутих країн відносяться: Афганістан, Ангола, Бангладеш, Бенін, Бутан, Буркіна-Фасо, Бурунді, Вануату, Гамбія, Гвінея, Гвінея-Бісау, Гаїті, Джибуті, Демократична Республіка Конго (ДРК — колишній Заїр), Замбія, Західне Самоа, Ємен, Кірібаті, Коморські острови, Лаос, Лесото, Ліберія, Мадагаскар, Малаві, Мальдіви, Малі, Мавританія, Мозамбік, М'янма, Непал, Нігер, Руанда, С'єрра-Леоне, Соломонові острови, Сомалі, Судан, Танзанія, Того, Тавалу, Уганда, Центральна-Африканська Республіка, Чад, Екваторіальна Гвінея, Еритрея, Ефіопія). Ця група країн не має запасів корисних копалин, у них немає не тільки обробної, але і видобувної промисловості. Сільське господарство відстало і малопродуктивне. Зберігається сильна нерівність у розподілі доходів, бідність і нестаток більшості населення. Переважає натуральний тип господарства, хоча в більшості і цих країн йде поступовий розвиток його ринкової організації. Не маючи умов навіть для розвитку експортного виробництва, вони не змогли домогтися істотних зрушень в економіці. Більш того, у багатьох з них рівень виробництва ВВП на душу населення нижче, ніж 30—40 років тому, хоча цим країнам надається пільгова економічна допомога й особливий преференційний митний режим.

І нарешті, країни з перехідною економікою (СНД і Східна Європа), залежно від ступеня подолання масштабних суперечностей, різними темпами включаються в світовий ринок, займаючи положення або ближче до центру, або до периферії.

**Країни з перехідною економікою** — це угруповання держав, які перебувають у процесі реформування політичної та соціально-економічної структури, трансформації існуючих тут раніше адміністративно-командних економічних систем у ринкову економіку. Йдеться про країни так званого другого світу, тобто сукупність постсоціалістичних держав Центральної та Східної Європи і колишні радянські республіки: Албанія, Вірменія, Азербайджан, Білорусь, Боснія і Герцеговина, Болгарія, Угорщина, Грузія, Казахстан, Киргизія, Латвія, Литва, Македонія, Молдавія, Монголія, Польща,

Росія, Румунія, Словаччина, Словенія, Таджикистан, Туркменістан, Хорватія, Чехія, Узбекистан, Україна, Естонія, Сербія і Чорногорія.

У процесі перебудови своїх економічних систем різні держави використовують різноманітні *моделі системних реформ як у внутрішній, так й у зовнішній сферах*. Основними моделями здійснення зазначених ринкових трансформацій є: перша — це модель «шокової терапії», або швидких радикальних реформ; друга — модель поступового, повільного або еволюційного реформування; цю модель визначають як «*градуалістський підхід*». Переважно радикальні методи реформування своєї економіки обрали Польща, меншою мірою Чехія, частково Естонія. Більшість держав Східної та Центральної Європи (Болгарія, Угорщина, Словаччина, Словенія, Румунія) та весь регіон СНД надали перевагу еволюційному характеру ринкових перетворень.

Враховуючи неоднакові стартові умови, різний час започаткування перетворень (80-ті роки в країнах Центральної та Східної Європи, початок 90-х років — у пострадянських республіках), а також суттєві відмінності у реалізації зазначених реформ, зрозумілою є різниця у швидкості просування шляхом ринкового реформування різних постсоціалістичних країнах. Найбільшого успіху у цьому напрямі досягли Польща, Угорщина, Чехія, Словенія, Естонія, Словаччина. Певною мірою результативними також можна вважати заходи урядів більшості балканських і решти балтійських країн. Щодо переважної більшості держав колишнього СРСР, реально відчутними тут є лише окремі елементи структурних ринкових реформ.

*Основні напрями системних ринкових перетворень*, що мають бути реалізовані в процесі трансформації усіх перехідних суспільств, можна розподілити на чотири широкі аналітичні категорії, які тісно пов'язані та взаємодіють між собою:

1. *Перегляд ролі держави*, який серед іншого передбачає: проведення законодавчої реформи, складовими якої є конституційна, майнова, банківська, контрактна та інші реформи; реформування законодавчих інститутів; регулювання діяльності природних монополій; реалізацію необхідних інструментів та інституційних механізмів непрямого керування економікою, а саме — податкової системи, контролю за бюджетом і видатками, інститутів непрямого кредитно-грошового регулювання; відповідні зміни у соціальній сфері, тобто створення системи страхування від безробіття при непрацевдатності, реформування системи соціальних послуг (охорони здоров'я, освіти тощо), пенсійного забезпечення.

2. *Макроекономічна стабілізація*, основними інструментами якої є проведення жорсткості податкової та кредитної політики, вирішення проблеми надлишкової грошової маси, перегляд показників витрат з метою врегулювання зовнішніх розрахунків.

3. *Розвиток приватного сектору, приватизація, реформа виробничої структури* передбачають: спрощення процедур закриття й відкриття підприємств; оформлення права приватної власності; чітке формування та розподіл права власності (власність на землю, промисловий капітал,

житловий фонд і реальну нерухомість); галузеву й виробничу реформу, ліквідацію монополій.

4. *Реформа цін і ринків* – тобто реформування всіх видів ринків: ринку товарів і послуг, праці, фінансового ринку тощо, лібералізацію цін, лібералізацію зовнішньої торгівлі, вивільнення структури заробітної плати, реформування процентних ставок.

*Функціональна структура світового ринку* як елементи, що становлять, включає відносно відособлені утворення, що забезпечують функціонування системи: міжнародні ринки окремих товарів і послуг, робочої сили, ринок позикових капіталів, валютний ринок, інфраструктура світового ринку і т.п.



### **Контрольні запитання**

1. Дайте визначення загального поняття ринку.
2. Визначте особливості формування ціни на світовому ринку.
3. Які існують умови формування кон'юнктури світового ринку?
4. За якими ознаками класифікують ринкові структури?
5. Назвіть основні передумови та напрямки формування світового ринку. Коли остаточно сформувався світовий ринок?
6. Розкрийте сутність світового ринку як економічної категорії.
7. Розкрийте сутність поняття світового господарства.
8. Назвіть характерні риси та тенденції розвитку сучасного світового господарства.
9. Назвіть основні різновиди ринків.
10. Вкажіть характерні риси та відмінні особливості світового ринку.
11. Розкрийте особливості світового ринку, які визначають сучасні тенденції його функціонування.
12. Охарактеризуйте структуру світового товарного ринку.
13. Надайте характеристику діяльності групи країн з розвинутою ринковою економікою.
14. Назвіть критерії які відносять країни до групи НІК.
15. Визначте особливості діяльності країн з перехідною економікою.?

# СЕМІНАРСЬКЕ ЗАНЯТТЯ

## **Тема 1. Світовий ринок: сутнісна характеристика та особливості розвитку.**

### **Ключові терміни**

**Міжнародний ринок** — це сукупність тих частин національних ринків країн, що взаємодіють між собою з приводу купівлі-продажу товарів та послуг.

**Попит** — це платоспроможна потреба в товарах для споживання та поповнення товарних запасів.

**Пропозиція** — сума товарів, вироблених для збуту на ринку, й реалізації товарних запасів.

**Кон'юнктура світового ринку** — співвідношення попиту і пропозиції на ринку.

**Знижувальна кон'юнктура** — стабільна перевага пропозиції товару над попитом, падіння цін на товар, зменшення кількості укладених угод.

**Кон'юнктура підвищувальна** — це стабільне переважання попиту над пропозицією, зростання ринкових цін на товар і кількості торговельних угод (*ринок продавця*).

**Ринкова рівновага** — короточасний стан ринку, коли врівноважені попит і пропозиція.

**Світовий ринок** — це сфера міжнародного балансу попиту та пропозиції на товари, що експортуються й імпортуються різними країнами.

**Світове господарство** — це сукупність національних економік окремих країн і регіональних економічних об'єднань, що взаємодіють між собою на підставі міжнародного поділу праці.

**Регіональна структура** світового ринку розрізняє ринки окремих країн або їхніх угруповань.

**Товарно-галузева структура** світового ринку складається з окремих товарних ринків, що відповідають ринку певного товару або його частини.

**Монополістичний ринок** — на ринку панує один постачальник (ринок діамантів);

**Олігополістичний ринок** — на ринку домінує група великих продавців (ринок нафти);

**Атомістичний ринок** — на ринку спостерігається невисока концентрація пропозицій товарів за участю багатьох постачальників і загострюється конкурентна боротьба (ринки текстильних, швейних товарів та ін.).

**Промислово розвинуті країни** — це країни з високим економічним потенціалом, що розвиваються на основі великих обсягів технічно передового капіталу і висококваліфікованої робочої сили.

**НІК** – нові індустріальні країни (Південна Корея, Тайвань, Сінгапур, Бразилія, Мексика й ін.), які характеризуються тісною торговельно-економічною співпрацею промислово-розвинених країн з цими державами.

**Азіатська модель розвитку НІК** – передбачає розвиток національної економіки з переважною орієнтацією на зовнішній ринок, на експорт, у значній мірі властива л країнам Азії.

**Латиноамериканська модель розвитку НІК** – орієнтована на імпортозаміщення, у значній мірі властива латиноамериканським країнам.

**Країни, що розвиваються** - складають велику частину країн сучасного світу, включаючи країни Азії (без Японії), Африки і Латинської Америки; більшість з них були колоніями і напівколоніями імперіалістичних держав і відстали у своєму економічному розвитку, оскільки їх економіка носила аграрно-сировинний характер.

**Країни з перехідною економікою** — це угруповання держав, які перебувають у процесі реформування політичної та соціально-економічної структури, трансформації існуючих тут раніше адміністративно-командних економічних систем у ринкову економіку.



### **Питання для опрацювання:**

- 1.1 Особливості формування світового ринку.
- 1.2. Світовий ринок як економічна категорія.
- 1.3. Структуру світового товарного ринку.



### **Обов'язкові та додаткові завдання**

#### **Завдання 1.**

*З'ясуйте, у чому відмінність трьох економічних понять: світовий ринок, світове господарство, міжнародна економіка?*

Ринкова економіка характеризується рядом ознак:

1. Розвинена сфера міжнародного обміну товарами на базі міжнародної торгівлі;
2. Розвинена сфера міжнародного руху чинників виробництва, перш за все у формах вивозу-ввезення капіталу, робочої сили і технології;
3. Міжнародні форми виробництва на підприємствах, розташованих в декількох країнах, в першу чергу в рамках транснаціональних корпорацій;
4. Самостійна міжнародна фінансова сфера, не пов'язана з обслуговуванням ні міжнародного руху товарів, ні руху чинників виробництва;
5. Система міжнаціональних і наднаціональних, міждержавних і недержавних механізмів міжнародного регулювання в цілях забезпечення збалансованості і стабільності економічного розвитку;
6. Економічна політика держав, що витікає з принципів відкритої економіки.



### Завдання 2.

Затрати праці (у годинах) на виробництво печива та цукерок в Україні та Польщі такі:

	Печиво	Цукерки
Україна	12	4
Польща	2	8

А. У виробництві якого товару Україна має відносну перевагу і чому?

Б. Розрахуйте альтернативну ціну цукерок, виражену через ціну печива, для України та для Польщі.

В. В якому інтервалі буде знаходитись ціна рівноваги на цукерки у випадку розвитку торгівлі між двома країнами?

Г. Якщо відносна ціна рівноваги на цукерки внаслідок торгівлі буде дорівнювати 4, на якому з товарів буде спеціалізуватися кожна з країн і чому?

Д. Підрахуйте вигреш Польщі від торгівлі, якщо вона буде спеціалізуватися на виробництві печива

**Примітка:** Здатність провадити товар або послугу з відносно меншими витратами заміщення – це відносна (порівняльна) перевага. Абсолютна перевага – це можливість країни провадити який-небудь товар більш ефективно (тобто з меншими витратами на одиницю продукції) у порівнянні з іншими країнами, що провадять той же товар.

Відносна (альтернативна) ціна товару 1, виражена через вартість товару 2 складе:

$$P = \frac{A_1}{A_2}$$

де  $A_1$  й  $A_2$  - відповідно витрати на виробництво товару 1 і витрати на виробництво товару 2 у розглянутій країні.

Якщо альтернативні витрати (поняття тотожно альтернативній ціні) на виробництво тих самих товарів у країні 1 нижче, ніж у країні 2, то формула відносної переваги має вигляд:

$$\frac{A_1}{A_2} < \frac{A_1'}{A_2'} \quad \text{або} \quad P_1 < P_2$$

Формула показує, що країна 1 ( $P_1$ ) має відносну (порівняльну) перевагу у виробництві товару 2 ( $P_2$ ).

### Завдання 3.

Фірми А, В, С експортують товар до США.

Показник	Фірма А	Фірма В	Фірма С
Середні питомі витрати, дол.	10	10	10
Ціна товару на внутрішньому ринку, дол.	10	12	9
Експортна ціна товару, дол.	11	11	9
Ціна товару в США, дол.	12	13	10

Яка з трьох фірм-експортерів товару може бути звинувачена в демпінгу на американському ринку?

**Примітка:**

*Демпінг* — це продаж товару за кордоном за ціною, нижчою його "нормальної ціни", який завдає або загрожує завдати матеріальної шкоди промисловості, утвореної на території країни-імпортера, або який суттєво затримує утворення такої.

Згадана «нормальна ціна» — це ціна аналогічного товару, за якою він реалізується у країні виробництва (експорту) при нормальному розвитку торгових операцій.

Під аналогічним товаром розуміють товар, який в усьому аналогічний товару, звинуваченому у демпінгу, а якщо такого товару немає, то товар, який не є аналогічним у всьому, але має характеристики, подібні з товаром, що розглядається.

**Завдання 4.**

Припустимо, що країни Росія та Німеччина виробляють тільки два товари – цукор і сталь, рівень витрат на їх виробництво характеризується даними, наведеними у таблиці, а максимальні витрати заміщення залишаються незмінними при будь-яких обсягах виробництва.

Країни	Витрати на випуск 1 тони сталі	Витрати на випуск 1 тони цукру
Росія	160	110
Німеччи на	140	140

- а) Чи має Росія абсолютну перевагу у виробництві сталі?
- б) Чи має Німеччина порівняльну перевагу у виробництві цукру?
- в) Які товари будуть експортувати та імпортувати Росія і Німеччина в умовах вільної торгівлі?
- г) В яких межах повинно встановитися співвідношення світових цін на сталь та цукор в умовах вільної торгівлі між Росія і Німеччина?



**Тестові завдання.**

1. Форма господарської взаємодії, за якої усе, призначене для продажу, збувається самим виробником всередині країни – це:

- а) національний ринок;
- б) внутрішній ринок;
- в) світовий ринок.

2. Внутрішній ринок, частина якого орієнтується на іноземних покупців, це:

- а) світовий ринок;
- б) національний ринок;
- в) фінансовий ринок;
- г) місцевий ринок.

3. Серед форм міжнародних економічних відносин основною і центральною ланкою світогосподарських зв'язків є:

- а) міжнародна міграція робочої сили;
- б) міжнародний рух капіталу;
- в) міжнародна торгівля;
- г) валютно-кредитні відносини.

4. *Визначте послідовність еволюції форм ринку:*

- а) міжнародний ринок;
- б) місцевий ринок;
- в) внутрішній ринок;
- г) регіональний ринок;
- д) світовий ринок;
- е) національний ринок.

5. *Світовий ринок – це:*

а) динамічна система, яка поєднує у єдиний господарський механізм різнонаціональних продавців та покупців, виробників і споживачів товарів за допомогою цінових та споживчих критеріїв обміну з використанням нормативно-правової та інституційної інфраструктури міжнародних економічних відносин;

б) цілісна система господарських зв'язків між національними економіками різних країн, належних до них, або утворених ними суб'єктами господарського життя, а також міжнародними організаціями, яка має характерні лише для себе взаємозв'язки, закономірності та реалізує ті специфічні інтереси, які пов'язані з використанням переваг міжнародного співробітництва, поділу праці та чинникового розміщення;

в) динамічна система взаємопов'язаних національних економік та відносин між належними до них суб'єктами економічного життя, яка діє на принципах міжнародного поділу праці та охоплює усі стадії циклу економічного відтворення.

6. *Основою для виникнення світового ринку стали:*

- а) міжнародна спеціалізація;
- б) міжнародний поділ праці;
- в) міжнародне кооперування виробництва;
- г) інтернаціоналізація виробництва.

7. *Характерними рисами світового ринку є:*

- а) оптимізація використання чинників виробництва;
- б) економічна політика держав у підтримці міжнародного руху товарів і чинників виробництва;
- в) виконання санаційної ролі;
- г) виникнення економіки відкритого типу в рамках багатьох держав і міждержавних об'єднань;
- д) міждержавне переміщення товарів під впливом не тільки внутрішніх, а й зовнішніх попиту і пропозиції.

8. *За характером торговельних угод і взаємин продавців та покупців розрізняють наступні сектори світового ринку:*

- а) атомістичний;
- б) регіональний;

- в) відкритий;
- г) монополістичний;
- д) пільговий;
- е) закритий.

9. Якщо Україна витрачає на виробництво льону 7 умовних одиниць праці, а на виробництво цибулі — 18, а Корея — відповідно 9 та 15 одиниць праці, то Україна має:

- а) абсолютну перевагу у виробництві цибулі, а Корея — у виробництві льону;
- б) абсолютну перевагу у виробництві льону, а Корея — у виробництві цибулі;
- в) порівняльну перевагу у виробництві льону, а Корея — у виробництві цибулі.

10. Яка із груп країн торгує перш за все між собою, обмінюючись глибоко спеціалізованою наукомісткою продукцією, послугами, технологіями?

- а) промислово розвинуті країни
- б) країни, що розвиваються
- в) країни з перехідною економікою
- г) відсталі країни

11. Якщо Україна за годину виготовляє 5 кг сиру або 1 м<sup>2</sup> полотна, а Німеччина — 1 кг сиру або 3 м<sup>2</sup> полотна, то Україна має:

- а) абсолютну перевагу у виробництві сиру, а Німеччина — у виробництві полотна;
- б) абсолютну перевагу у виробництві полотна, а Німеччина — у виробництві сиру;
- в) відносну перевагу у виробництві сиру та абсолютну у виробництві полотна.

12. Якщо Франція виготовляє за 1 годину 1 комплект білизни або 4 л вина, а Україна — 6 комплектів білизни або 2 л вина:

- а) то Україна має порівняльну перевагу у виробництві білизни;
- б) Україна має порівняльну перевагу у виробництві вина;
- в) Франція має порівняльну перевагу у виробництві вина.

13. Країна А може виробляти 1 т пшениці або 4 т нафти, використовуючи одну одиницю ресурсів. Країна Б може виробляти 2 т пшениці або 5 т нафти, використовуючи також одну одиницю ресурсів.

- а) Країна А буде експортувати пшеницю та імпортувати нафту;
- б) Країна Б буде експортувати пшеницю та імпортувати нафту;
- в) Країна А буде імпортувати пшеницю та експортувати нафту;
- г) Країна Б буде імпортувати пшеницю та імпортувати нафту.

14. Україна вирішила встановити контроль над зовнішньою торгівлею для зниження дефіциту платіжного балансу. Одним з наслідків цього рішення буде:

- а) зниження українського імпорту;
- б) зниження українського експорту;

- в) збільшення українського імпорту;
  - г) збільшення українського експорту.
15. Для торгівлі сучасного етапу розвитку світового ринку характерним є:
- а) збільшення частки внутрішньофірмових поставок у світовій торгівлі;
  - б) підвищення ролі країн, що розвиваються;
  - в) активізація зустрічної торгівлі;
  - г) зменшення питомої ваги США, Великобританії та Франції у світовому експорті;
  - д) поширення усталених і довготермінових відносин.



### ***Завдання для самостійної роботи***

#### **1. Самостійно опрацювати наступні питання:**

- 1.1. Світове господарство як сукупність національних господарств. Світове господарство і світовий ринок.
- 1.2. Особливості розвитку світового ринку товарів і послуг відповідно до основних подій світових процесів.

#### **2. Підготувати реферат за власним вибором на тему:**

- 2.1. Вихід на світовий ринок як один з напрямків процесу формування елементів глобальної економіки.
- 2.2. Міжнародна спеціалізація виробництва і торгівлі товарами та послугами.
- 2.3. Відкритість національної економіки як умова розвитку світового ринку.
- 2.4. Характерні особливості і тенденції розвитку світової економіки на сучасному етапі.
- 2.5. Особливості розвитку і вплив економіки США, Західної Європи і Японії на світове економічне зростання.
- 2.6. Проблеми розвитку зовнішньоекономічних зв'язків і захисту національного ринку.

## **Тема 2. Міжнародна торгівля товарами та послугами на світовому ринку**

### **2.1. Значення торгівлі товарами в системі міжнародної економічної діяльності**

Міжнародна торгівля товарами була історично першою і до певного часу головною сферою міжнародних економічних відносин. Лише наприкінці ХХ ст. провідну роль у системі міжнародної економіки почали відігравати різноманітні форми фінансових операцій. Але значення міжнародної торгівлі і тепер дуже суттєве.

Світова торгівля є рушієм виробництва як окремих країн та регіонів, так і світового господарства в цілому, оскільки вона забезпечує раціональніше використання матеріальних та людських ресурсів на всіх рівнях господарювання.

Міжнародна торгівля є важливим засобом збалансованості між виробничими можливостями та перевагами споживачів, дає змогу отримувати продукти, в яких відчувається дефіцит, і реалізувати надлишок, який не поглинається внутрішнім ринком. Тим самим міжнародна торгівля дає змогу досягти вищого рівня задоволення потреб для населення кожної з торгуючих країн (хоча, може, і не однаковою мірою).

Значення міжнародної торгівлі в системі міжнародної економіки зумовлене тим, що її підґрунтям є важливі чинники та доцільність міжнародного обміну товарами й послугами.

До чинників, що зумовлюють необхідність міжнародної торгівлі, належать:

- виникнення світового ринку;
- нерівномірність розвитку окремих галузей у різних країнах;
- тенденція до безмежного розширення розмірів виробництва;
- прагнення отримати вищі прибутки завдяки використанню дешевої робочої сили та сировини з країн, що розвиваються.

Суттєве значення міжнародної торгівлі підтверджується тим, що сьогодні жодна країна світу не може обійтись без зовнішньої торгівлі. Усі країни так чи інакше залежать від міжнародної торгівлі. Але ступінь залежності у них різний. Вона визначається як співвідношення вартості міжнародної торгівлі (експорт та імпорт) до внутрішнього національного продукту:

$$Дзал = \frac{E + I}{ВНП} \times 100\%.$$

За цим показником усі країни можна розділити на три групи: високозалежні (45–93%), середньозалежні (14–44%) та низькозалежні (2,7–13%).

Країни з високим ступенем залежності – це, як правило, країни, які розвиваються або мають невеликі території, що і зумовлює їх дуже високий

рівень відкритості економіки: Бруней – 45,3%, Об'єднані Арабські Емірати – 49,5%, Македонія – 69,8%, Бельгія і Люксембург – 49,6%, Панама – 30,3%, Сінгапур – 93%.

До країн з середнім ступенем залежності відносять в основному великі розвинуті країни (Німеччина, Великобританія, Франція).

До країн з низьким ступенем залежності відносять країни, котрі орієнтуються на власний економічний потенціал, і країни, що в економічному відношенні слаборозвинуті, котрі через це не можуть перейти до відкритої економіки. До цієї групи відносять: Заір – 2,7%, Ліберію – 3,8%, Бразилію і Японію – 7,2%, США – 8,7%, Сомалі – 11,2%.

Для будь-якої країни активна участь у міжнародній торгівлі є джерелом важливих економічних переваг. Такі переваги передусім дають можливість ефективніше використовувати наявні ресурси, активізувати потенціал спеціалізації виробництва, ширше залучати до всіх сфер соціально-економічного життя досягнення науки і техніки, підвищувати рівень структурної оптимізації економіки, повніше задовольняти зростаючі потреби населення.

І навпаки – розрахунок на імпортозаміщення і протекціонізм та всі інші прямі й непрямі обмеження потенціалу національної міжнародної спеціалізації у довготерміновій перспективі є серйозною та небезпечною помилкою. Можна погодитися з необхідністю застосування тактичних обмежень торгівлі. Така практика доволі поширена в міжнародних економічних відносинах і є об'єктом міжнародних переговорів та узгоджень.

*Основними функціональними елементами міжнародної товарної торгівлі є експортно-імпортні операції* – купівля-продаж товарів, що мають матеріально-речовинну форму, за умови, що такі товари у разі зміни власника з метою реалізації його споживчих потреб перетинають кордони національних митних територій.

Міжнародна торгівля товарами, як найстаріша форма міжнародної економічної діяльності, у процесі своєї еволюції відобразила всі значущі особливості розвитку виробництва, соціально-економічного прогресу. Товарна торгівля, тобто обмін матеріальними цінностями, які можуть приносити певні блага, користь їх споживачеві, вже не є, як раніше, безумовно домінуючою формою міжнародної економічної діяльності. За обсягами (у грошовому еквіваленті) вона навіть значно поступається деяким іншим формам міжнародного співробітництва. Але саме здатність країни, її господарських структур проводити ефективну політику на товарних ринках є найкращим індикатором та ключовим чинником міжнародної конкурентоспроможності її макроекономічного комплексу.

Причинами, які зумовлюють інтерес до міжнародних торговельних відносин, є додаткові можливості отримувати прибутки від розширення ринків збуту, заощаджувати кошти завдяки іноземним закупівлям більш дешевих або ефективних товарів, необхідність отримувати дефіцитні, нетипові для даної місцевості ресурси. Товарна торгівля є також і засобом наповнення внутрішнього ринку продуктами особистого та виробничого

споживання, які не можуть виготовлятися у певній країні або взагалі, або з достатньою ефективністю. У подібних випадках торгівлі специфічними місцевими або тубільними товарами, а також товарами, виробництво яких у певній країні є недоцільним, інтернаціональний обмін покликаний допомогти подолати географічну, кліматичну, технологічну обмеженість і задовольнити міжнародний попит у зв'язку з природною нестачею тієї чи іншої продукції.

Ще однією важливою роллю міжнародної торгівлі є конкурентне стимулювання ринкового середовища всередині країни: сам той факт, що іноземні виробники мають змогу пропонувати свої товари внутрішнім покупцям та претендувати на традиційні сфери збуту, «життєвий простір» національних підприємців стимулює їх, змушує дбати про технологічне оновлення, модернізацію виробництва, поліпшення якості продукції та про застосування більш прогресивних методів менеджменту й маркетингу.

Крім того, розглядаючи позитивну роль міжнародної торгівлі для характеру технологічного розвитку, слід особливо відзначити товарний технологічний трансферт. Він забезпечується надходженням до країни товарів, під час виробництва яких застосовуються ноу-хау, принципово нові винаходи та прилади. Товарний технологічний трансферт може відігравати подвійну роль у поширенні технологій: відповідні машини та обладнання можуть використовуватись під час виробництва високотехнологічної продукції, а також бути зразками для налагодження наукомісткого виробництва за аналоговим принципом.

## ***2.2. Систематизація видів і форм міжнародної торгівлі***

У сучасній міжнародній практиці господарської діяльності широко прийнятою є така класифікація видів міжнародної торгівлі (табл. 2.1).

**Експорт товарів** – це продаж та вивезення товарів за кордон з метою їх реалізації на зовнішніх ринках через передання у власність контрагенту в іншій країні.

Це вузьке тлумачення експорту, оскільки йдеться тільки про експорт товарів (ще є експорт послуг та капіталів) у формі закордонної реалізації товарів за гроші. У більш широкому розумінні експортом можна назвати продаж товарів за кордон за будь-якої форми оплати, включаючи товарну.

Обсяги експорту визначають обсяги імпорту. За відсутності інших форм співробітництва у довготерміновій перспективі обсяги імпорту мають дорівнювати величині експорту. Точніше, можливі коливання двох показників, які за результатами окремого року можуть впливати на збільшення або зменшення зовнішньої заборгованості країни, чи, навпаки, її кредитних активів.



## Класифікація міжнародної торгівлі товарами

Купівля-продаж товарів	Товарообмінні операції
1) експорт; 2) імпорт; 3) реекспорт; 4) реімпорт	1) бартерні операції; 2) торговельні компенсаційні операції: – компенсаційні угоди; – зустрічні закупівлі (офсетні угоди, поставки на комплектацію); – авансові закупівлі; – викуп застарілої продукції; – операції з давальницькою сировиною; 3) промислові компенсаційні операції (операції «бай-бек», угоди про «розподіл продукції», «експлуатаційну компенсацію», договори цесії).

Відносний (стосовно величини імпорту) дефіцит експортного потенціалу, тобто негативне сальдо товарної торгівлі, може «гаситися» торгівлею послугами (як це є в Україні, яка має чималий зиск від транзиту своєю територією енергоносіїв зі сходу на захід), припливом капіталів (як у багатьох країнах Центральної та Східної Європи в 90-х роках) та іншими засобами.

Потужна експортна база визначає й умови валютно-фінансового співробітництва, стабільність монетарного сектора країни. Наприклад, твердість німецької марки, довіра до неї у світі в останні десятиліття ХХ ст. значною мірою завдячували експортному потенціалу ФРН. Німеччина тривалий час займала чільне місце в списку провідних світових експортерів.

На підприємницькому рівні економіки щодо мотивації до експортної діяльності, то типовою для багатьох новоутворених господарських структур на Заході є орієнтація на зарубіжні ринки від самого початку. Це пов'язано, зокрема, зі значно суворішою конкуренцією на національних ринках. Для великих корпорацій диверсифікація збуту за допомогою експорту є засобом гарантування стабільності на ринку, оскільки зниження попиту на одному ринку може бути компенсованим збутом на інших.

**Імпорт товарів** – це купівля та ввезення товарної продукції з-за кордону з метою її реалізації на внутрішньому ринку та використання на території країни.

Імпорт забезпечує для виробничих та індивідуальних споживачів, а також для країни, до якої ввозяться товари, низку додаткових порівняно з автаркічною ситуацією переваг і можливостей, а саме:

- доступ до дешевих і більш якісних товарів – готових виробів, сировинних та інших матеріалів, вузлів і комплектуючих деталей;
- наповнення ринку дефіцитними товарами або товарами, які взагалі не виробляються на національній території;

- зростання конкуренції та стимулювання завдяки цьому оптимізації підвищення виробництва на національній території;
- налагодження сталих виробничих зв'язків щодо кооперування виробництва з інонаціональними партнерами;
- розвиток технології завдяки поширенню ввезення наукомістких товарів.

Від зміни експортних та імпортних цін залежить вигравш від міжнародної торгівлі. Співвідношення експортних та імпортних цін називається **умовами торгівлі**. Умови торгівлі, які називаються товарними умовами торгівлі, можуть бути виражені співвідношенням експортних та імпортних цін на визначений товар через співвідношення індексу експортних та індексу імпортних цін в цілому. В останньому випадку використовується формула:

$$T = \frac{Px}{Pim},$$

де  $Px$  – індекс експортних цін;

$Px = \sum x_i p_i$  ( $x_i$  – частка кожного і-го товару в сумарній вартості експорту в базисному році;  $p_i$  – співвідношення поточної ціни і-го товару до його ціни в базисному році);

$Pim$  – індекс імпортних цін;

$Pim = \sum im_i p_i$  ( $im_i$  – частка кожного і-го товару в сумарній вартості імпорту в базисному році).

Якщо індекс умов торгівлі  $T=1$ , то це означає, що ціни експорту та імпорту рівні й умови торгівлі залишились незмінними. Якщо  $T>1$ , то це означає, що на кожну одиницю експортованого товару можна придбати більше імпортних товарів. Оскільки більший обсяг імпорту стає можливим замість колишньої кількості експорту, то добробут країни зростає. Таким чином, умови торгівлі поліпшились порівняно з базовим періодом.

Якщо індекс умов торгівлі  $T<1$ , то це означає, що на кожну одиницю експортованого товару можна придбати менше імпортних товарів. Оскільки менший обсяг імпорту стає можливим замість колишньої кількості експорту, добробут країни скорочується, отже умови торгівлі погіршилися.

**Дохідні умови торгівлі** – це індекс, що показує потенціальну спроможність країни імпортувати товари за рахунок виторгу одержуваного від експорту в цілому. Він обчислюється як товарні умови торгівлі, помножені на кількісний індекс експорту. Зростання показників свідчить, що завдяки зростаючим доходам від експорту імпортний потенціал збільшується.

**Реекспорт** – це продаж та вивезення до іншої країни товарів, які раніше були завезені ззовні, без їхнього перероблення.

Підстави для реекспорту можуть бути різними. Найбільш типовими є замовлення кінцевого імпортера, який не може або не бажає з причин політичного, економічного характеру виходити на ринок первісного експортера. Подібні операції можуть мати місце під час здійснення великих

проектів, коли іноземні фірми, що працюють у певній країні, здійснюють закупівлі в третіх країнах.

Політичними причинами, через які кінцевий імпортер не працює на ринку первісного експорту, можуть бути санкції, блокада, які застосовуються проти якоїсь країни та які можна подолати за допомогою фірми з нейтральної країни. Причини економічного характеру – це, наприклад, відсутність у первісного експортера чи кінцевого імпортера напрацьованих каналів торговельних зв'язків, що компенсуються за допомогою фірми з третьої країни.

Реекспортні угоди укладаються при реалізації товарів на товарних біржах та на аукціонах.

Причиною реекспорту може також бути бажання певної фірми здійснити зарубіжний збут продукції, яку було ввезено до країни, але з тієї або іншої причини не було реалізовано на внутрішньому ринку.

**Реімпорт** – це ввезення до країни товарів, які раніше були вивезені з неї за кордон та які не піддавалися там переробленню.

На відміну від реекспорту, який може і не передбачати ввезення товару до країни-реекспортера, реімпорт має чітку ознаку: товар двічі перетинає кордон, під час вивезення, а також під час ввезення назад до країни.

Реімпорт виникає внаслідок забракування первісним імпортером товарів, розірвання угоди з тієї або іншої причини. Предметом реімпорту можуть ставати товари, які були завезені на консигнаційні склади, але не знайшли кінцевого покупця. Те саме може траплятися з виробами, зокрема високотехнологічними, які виставлялися на аукціонах, але не були реалізовані.

Міжнародна торгівля товарами, з одного боку, відкриває країнам та споживачам, котрі в них живуть, доступ до товарів, виробництво яких є для них нетиповим, а з іншого – дає можливість підвищити ефективність господарювання завдяки спеціалізації. Отже, кожна зі сторін в обмін на частку своєї продукції може отримувати продукції більше, ніж вона могла б виготовити сама, відмовившись від спеціалізованого виробництва.

Купівля-продаж товарів і послуг на світовому ринку має свої особливості залежно від існуючого механізму регулювання торгівлі між країнами або їх угрупованнями, специфіки взаємодії суб'єктів торгівлі – продавців (експортерів) і покупців (імпортерів) – та об'єктивних характеристик конкретного товарного ринку, що визначають механізми торгівлі, форми угод, торговельні традиції тощо.

*Форми міжнародної торгівлі доцільно класифікувати за такими критеріями:*

- 1) регулювання торговельно-економічних відносин між країнами (групами країн);
- 2) специфіка торговельно-економічної взаємодії суб'єктів торгівлі – експортерів та імпортерів;
- 3) особливості предмета торгівлі.

В основу систематизації форм торгівлі за критерієм специфіки регулювання покладено наявність відповідних міждержавних і багатосторонніх угод, які визначають тип торговельного режиму даної країни з кожною окремою країною-партнером. Виокремлюється:

- звичайна торгівля;
- торгівля за режимом найбільшого сприяння;
- преференційна, прикордонна та дискримінаційна торгівля.

**Звичайна торгівля** не передбачає надання однією державою іншій на взаємній основі або в односторонньому порядку будь-яких пільг у торговельному режимі. У торговельних відносинах за умови звичайної торгівлі застосовуються наступні інструменти регулювання товарних потоків – кількісні обмеження, адміністративні формальності, звичайна (непільгова) система оподаткування імпорتنих товарів, застосування підвищеної ставки митного оподаткування.

**Торгівля за режимом найбільшого сприяння** передбачає, що держави, які домовляються, на взаємній основі надають одна одній привілеї та пільги щодо ставок мита і митних зборів, а також інших правил і механізмів здійснення зовнішньоторговельних операцій.

**Преференційна торгівля** передбачає надання однією державою іншій на взаємній основі або в односторонньому порядку пільг у торговельному режимі. Подібні торговельні преференції застосовуються в усіх сферах торговельного та економічного регулювання таких, як митний тариф, оподаткування, кількісні обмеження, валютні операції, кредитування, страхування, стандартизація, ціноутворення.

Різновидом преференційної є **прикордонна торгівля** як вид міжнародного товарообміну між підприємствами та організаціями, що розташовані в прикордонних районах сусідніх держав. Основною рисою прикордонної торгівлі є її спрямованість на задоволення місцевих потреб щодо виробництва товарів у межах прикордонної території, а також товарів, призначених для споживання в межах цієї ж території.

**Дискримінаційна торгівля** виникає у результаті застосування в торговельно-економічних відносинах жорстких обмежувальних заходів (ембарго, торговельна блокада) або інших інструментів, що дискримінують права торговельного партнера.

*За специфікою взаємодії суб'єктів торгівлі виокремлюють:*

- традиційну;
- компенсаційну (зустрічну);
- орендну торгівлю;
- торгівлю за кооперацією.

Найпоширенішою серед цих форм є **традиційна (проста) торгівля**, тобто «вільний» експорт та імпорт товарів і послуг, який не зумовлений коопераційними зв'язками та зобов'язаннями щодо збалансованого обміну товарів. Така торгівля регулюється Конвенцією ООН щодо Договорів міжнародної купівлі-продажу товарів (1980 р.), відомого під назвою Віденська конвенція. При традиційній торгівлі в обов'язки продавця

(експортера) входить: поставити товар, передати документи стосовно нього й передати право власності на товар відповідно до вимог договору та чинної Конвенції, а в обов'язки покупця (імпортера) – сплатити ціну за товар і прийняти поставку товару відповідно до вимог договору та чинної Конвенції.

У **компенсаційній (зустрічній) торгівлі** специфіка взаємовідносин експортера та імпортера в тому, що продаж товарів (послуг) пов'язується з відповідною закупкою або, навпаки, закупівля товарів (послуг) зумовлюється продажем. При цьому оплата передбачається поставками товарів та/або послуг у доповнення чи замість фінансового регулювання, а угода може бути оформлена як одним, так і кількома пов'язаними контрактами.

Сутність та особливості торговельних компенсаційних операцій розглянуто у розділі 2.6 «Поняття та форми товарообмінних операцій».

За **орендної торгівлі** специфіка взаємовідносин експортера та імпортера в тому, що продаж товарів (переважно машин та обладнання) з акту купівлі-продажу перетворюється фактично на процес купівлі-продажу, який може тривати кілька років і результатом якого не завжди буде перехід права власності на предмет угоди. Основою цієї форми торгівлі є орендні відносини. У світовій практиці розрізняють три види оренди залежно від термінів дії угоди:

➤ *рентинг* – короткотермінова оренда на термін від кількох днів до кількох місяців (транспортні засоби, товари для туризму та відпочинку);

➤ *хайринг* – середньотермінова оренда на період від кількох місяців до року (транспортні засоби, дорожньо-будівельне обладнання, сільськогосподарські машини, монтажне обладнання тощо);

➤ *лізинг* – довготермінова оренда на термін понад один рік (широкий спектр обладнання, нерухомість).

Сутністю лізингу є оренда основних засобів виробництва для їх використання у виробничому процесі орендаром, у той час як самі товари купуються орендодавцем і він зберігає право власності на них до кінця угоди. У більшості випадків лізинг є специфічною формою фінансування за участю спеціалізованої лізингової компанії, яка купує право власності на майно для третьої сторони і передає його в оренду на коротко-, середньо- і довготерміновий періоди.

**Торгівля за кооперацією** на відміну від традиційної торгівлі характеризується довготерміною узгодженістю безпосередніх виробничих зв'язків.

Сутність торгівлі за кооперацією у тому, що юридично самостійні виробники різних країн у результаті здійснення на договірній основі спільної діяльності створюють окремі види продукції, що мають чітко визначене адресне призначення і є складовими кінцевої продукції. Міжнародна кооперація виробництва є об'єктивним наслідком його спеціалізації, проявом зростаючої взаємозалежності між фірмами різних країн. Найбільшого розвитку виробнича кооперація набула в таких галузях, як автомобільна, суднобудівельна, тракторобудівельна, електротехнічна тощо. За об'єктами зв'язків розрізняють виробничу, науково-технічну, збутову, маркетингову

кооперацію, промислове співробітництво. Спільною рисою усіх типів міжнародної кооперації є попереднє узгодження дій і заінтересованість сторін у результативності спільної діяльності.

За специфікою предмета торгівлі можна виокремити такі форми міжнародного торговельного обміну: торгівля сировинними товарами; торгівля промисловими товарами, машинами та обладнанням, у тому числі товарами широкого вжитку та машинно-технічною продукцією (готовою, в розібраному вигляді, комплектним обладнанням); торгівля продукцією інтелектуальної праці, в тому числі патентами і ліцензіями та інжиніринговими послугами; торгівля послугами.

Важливою рисою сучасної міжнародної торгівлі є розвиток електронної торгівлі.

Термін «електронна торгівля» охоплює дистриб'юцію, маркетинг, продаж чи доставку товарів або послуг електронними засобами. Швидкі темпи зростання електронної торгівлі спостерігаються завдяки використанню Інтернету для комерційних цілей. Комерційна операція поділяється на три етапи: реклама та пошук, замовлення та оплата, постачання.

До продуктів, які постачаються електронним способом, відносять:

- комп'ютерне програмне забезпечення (сьогодні це основний продукт, який продається через Інтернет);
- фінансові та страхові послуги;
- аудіо- та відео- товари (фільми, ігри, музика);
- туристичні послуги (замовлення авіаквитків та місць у готелях);
- телекомунікаційні послуги;
- послуги інформаційних технологій та інші.

Є наступні засоби електронної торгівлі: телефон, факс, телебачення, система електронних платежів та грошових переказів, електронний обмін даними та Інтернет.

Обсяги електронної торгівлі у 2012 р. оцінювались у сотні млрд. дол. і вони щорічно зростають. Суттєва частка загальних обсягів електронної торгівлі припадає на США. Використання електронного засобу реалізації товарів і послуг зростає у Китаї та у Європі, хоча темпи такого зростання набагато нижчі, ніж у США.

Саме переваги електронної роздрібною торгівлі спричинили її бурхливий розвиток в останні роки. За прогнозами експертів ця тенденція спостерігатиметься й надалі (рис. 2.1).

Обсяги електронної роздрібною торгівлі в Європі (понад 80% обороту) зосереджені у топ-п'ятірці країн Євросоюзу, позиції яких за останні кілька років є практично незмінними. Сюди належать Великобританія (44%), Німеччина (16%), Франція (12%), Іспанія (6%) та Італія (5%). Частка України в товарообороті електронної торгівлі поки що незначна. У той же час, якщо порівняти частки on-line транзакцій, то Україна випереджає такі країни, як Італія й Іспанія.

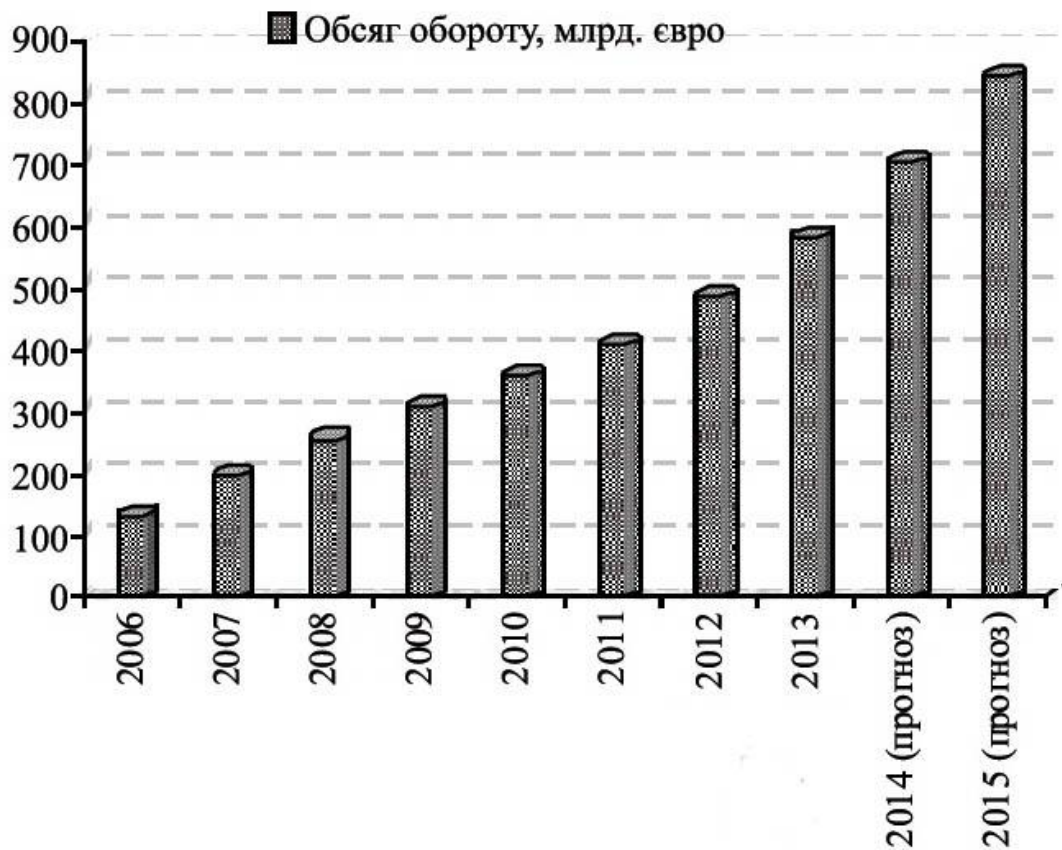


Рис. 2.1. Обсяги електронної роздрібної торгівлі в країнах Європи (у т.ч. прогноз)

Як видно з рис. 2.2, частка транзакцій коливається від 5,5% до 0,2% в національному обороті.

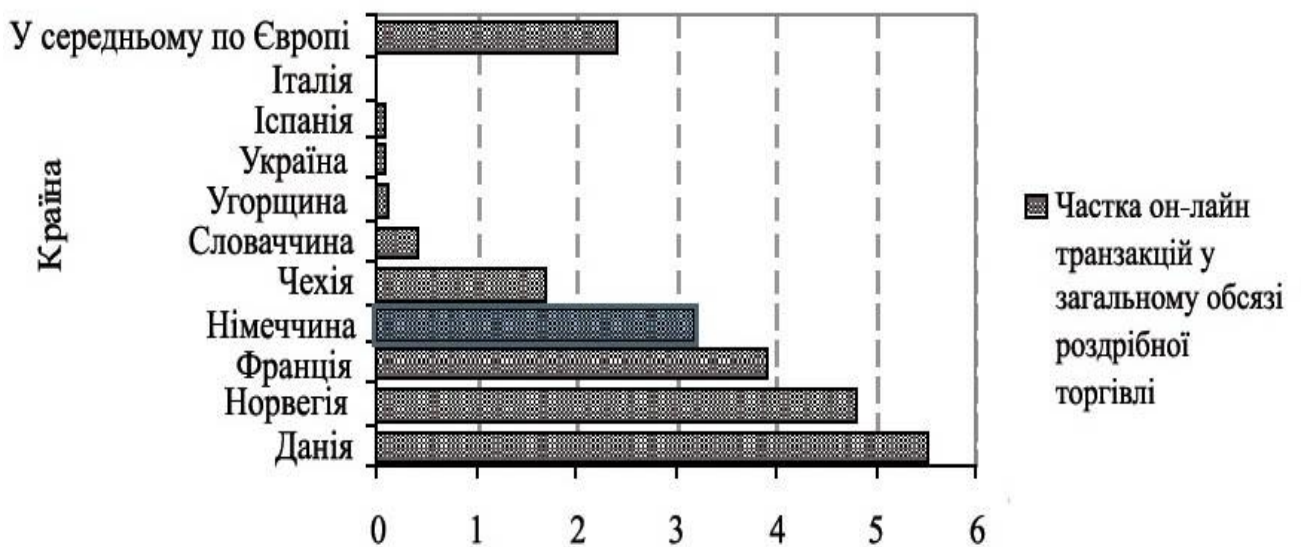


Рис. 2.2. Частка он-лайн транзакцій у загальному обсязі електронної торгівлі в Європі (2012 р.)

Зауважимо, що спостерігається стійка тенденція збільшення частки електронної торгівлі в товарообороті, причому в усіх країнах (включаючи й Україну). Така тенденція зумовлена прискоренням розвитком електронної форми торгівлі (рис. 2.3).

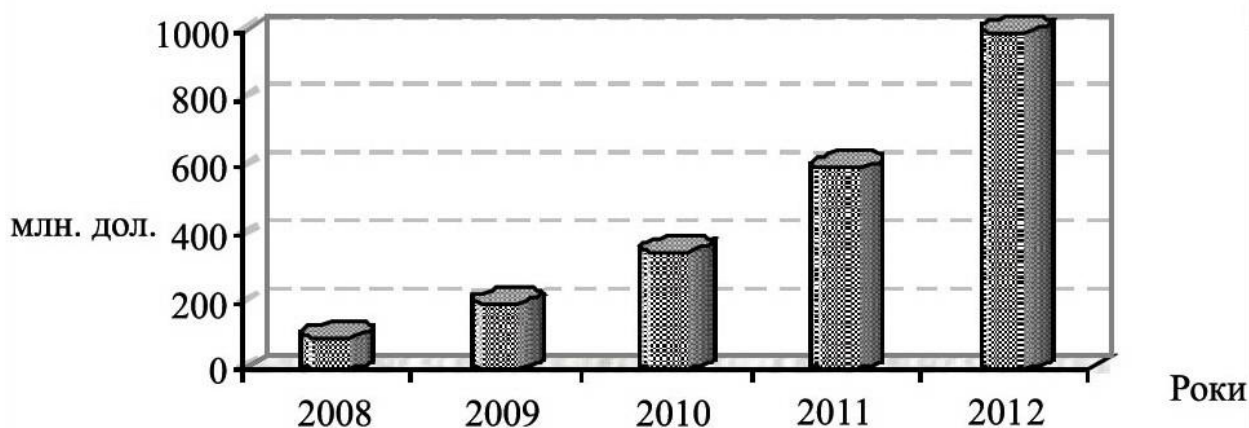


Рис. 2.3. Обсяги електронної торгівлі в секторі роздрібно́ї торгівлі в Україні

За п'ять років (2007-2012) оборот електронної роздрібно́ї торгівлі в Україні зріс зі 150 млн. дол. США до 1 млрд. дол., тобто у 6,6 разу. Підкреслимо, що темпи зростання товарообороту вітчизняної реальної (off-line) торгівлі були значно нижчими і не перевищували 3,2 разу за всіма каналами реалізації.

Таке зростання пояснюється низкою причин, зокрема:

- висока доступність і широкий вибір товарів у мережі Інтернет обумовили її
- випереджаючі темпи у порівнянні з реальною торгівлею;
- в електронній торгівлі витрати обігу значно нижчі, ніж у сфері реальної торгівлі. За рахунок раціоналізації інфраструктурних змін зменшується частка постійних витрат, а також скорочується ланковість товаропросування (в реальній торгівлі коефіцієнт організаційної ланковості складає 3-4).

Основою зростання товарообороту електронної торгівлі є мережа віртуальних об'єктів, насамперед електронних магазинів. У кібернетичному просторі України функціонує значна кількість віртуальних магазинів. За даними різних моніторингових компаній їх нараховується не менше 6 тис. од. Водночас така кількість у порівнянні з реальним сектором торгівлі України складає лише 5%. Важливо підкреслити, що темпи розвитку електронних магазинів дуже високі. Їх кількість за останні 10 років зросла практично в 60 разів.



### **2.3. *Поняття та форми товарообмінних операцій***

Специфічною формою міжнародної торгівлі є міжнародні товарообмінні операції. Вони передбачають ввезення та вивезення товарів через кордони національної митної території, але у безгрошовій або частково безгрошовій формі.

**Міжнародні товарообмінні операції** – це транскордонний обмін товарами на еквівалентній основі згідно з конкретними цілями та умовами реалізації угод.

Сутність товарообмінних операцій, або зустрічної торгівлі, в тому, що експортно-імпортні операції доповнюються прийняттям партнерами зустрічних зобов'язань щодо постачання (закупівлі) погоджених товарів і послуг.

Головною рисою товарообмінних операцій є повне або часткове товарне балансування міжнародного обміну. За неповного покриття товаром або товарною партією зустрічних поставок застосовуються адекватні грошові доплати.

Реальні обсяги зустрічної торгівлі підрахувати важко. Однак спроби оцінити ці обсяги здійснюються різними експертними агентствами та фахівцями і, за даними деяких з них, частка натурального товарообміну в загальному обсязі світової торгівлі зростала з 2% до приблизно чверті на початку 80-х років, досягнувши нині близько 50%. Інші експерти дають більш помірні оцінки ваги зустрічної торгівлі в сучасних експортно-імпортних операціях, вважаючи, що вона становить до третини таких операцій. Пояснити зростання значення зустрічної торгівлі можна ускладненням процесів взаємних технологічних поставок, збільшенням активності ТНК, зростанням обсягів спекулятивних операцій у світі. Разом з тим, не можна не зазначити, що хронологічно найбільш значні прирости натурального товарообміну припадали на сплески світових цін на нафту, які призводили до виникнення дефіцитів на засоби платежів, а також до того, що провідні індустриальні країни прагнули до забезпечення більш передбачуваних каналів енергопоставок.

Відповідно до реальних господарських завдань, а також умов, в яких перебувають виробники продукції та її споживачі, можна виокремити деякі форми зустрічної торгівлі, а саме:

- бартерні операції;
- торговельні компенсаційні операції;
- промислові компенсаційні операції.

**Бартерна операція** – це обмін певного товару (певної кількості товару або товарної партії) на інший товар без використання грошової форми розрахунків відповідно до принципу вартісної еквівалентності обмінюваної продукції.

Головна особливість бартерної операції у тому, що даний безвалютний товарообмін здійснюється на основі рівності вартостей обмінюваних товарів за світовими цінами.

До переваг бартеру та товарообмінних операцій слід віднести: можливість прискореного освоєння нових ринків збуту; забезпечення більшої гарантованості поставок необхідних товарів; можливість набуття досвіду роботи із зарубіжним партнером та накопичення необхідної у майбутньому комерційної інформації.

Недоліками бартеру є обмежена здатність державних органів регулювання ефективно контролювати бартер, можливість зниження цінних показників продукції, що обмінюється, нездатність митних органів завжди забезпечувати адекватні надходження до Державного бюджету, які були б за умови грошових розрахунків.

**Торговельні компенсаційні операції** – це такий товарообмін, за якого сторони здійснюють взаємні поставки кількох товарів (товарних партій).

Найбільш очевидною відмінністю компенсаційних операцій від бартеру є включення в операції обміну одразу кількох товарів (товарних партій) з кожного боку. Іншою відмінністю є принципова можливість використання грошової форми розрахунків або компенсації у тих випадках, коли товарні цінності з одного боку не повністю покривають за вартістю поставки з іншого боку.

До торговельних компенсаційних операцій належать наступні.

**1. Зустрічні закупівлі.** Ця форма зустрічної торгівлі дає змогу партнерам гнучко виконувати свої зобов'язання з урахуванням повної або часткової оплати товарів у грошовій чи товарній формі, заліку фінансових вимог без переказу валютних коштів, досягнення збалансованості взаємопоставок.

Серед різновидів зустрічних закупівель виокремлюють наступні:

*Офсетні угоди* – це контракти, за яких експортер погоджується закупити в країні імпортера певну кількість товарів протягом певного терміну. Інколи замість двостороннього обміну товарами компенсацією за односторонні поставки може бути надання права вкладати капітал у певні проекти.

*Поставки на комплектацію.* Згідно з умовами таких контрактів експортер може зобов'язати включити в майбутню експортну продукцію елементи, які виготовляються в країні імпортера. Типовим прикладом подібних угод є реалізація великих технічних замовлень на виготовлення комплектного обладнання в галузях машино-, літако-, суднобудування тощо, коли імпортер здійснює поставки стандартних вузлів і деталей – двигунів, генераторів, акумуляторів та інше.

*Авансові закупівлі.* Такий тип угод має місце тоді, коли експортер здійснює попередні закупівлі продукції у майбутнього імпортера під зобов'язання останнього закупити в нього продукцію у майбутньому.

**2. Операції з давальницькою сировиною.** Давальницька операція – це постачання однією країною сировини, напівфабрикатів, комплектуючих деталей для їх наступної переробки, складання в країні торговельного партнера і зворотнє постачання готових виробів у країну першого експорту. Передумовами даних операцій є наявність в одній країні необхідних покладів корисних копалин, потужностей для їх видобування та підготовки сировини,

а в іншій країні – промислового потенціалу, який необхідний для її перероблення.

Підвидом операцій на давальницькій сировині є *толлінг* (англ. toll – податок), який передбачає виготовлення виробником продукції з сировини чи матеріалів замовника. Толлінг широко застосовується у пострадянських країнах та країнах, що розвиваються. Частково це пов'язано з відставанням промислової бази та з необхідністю виходити на світовий ринок із сировиною в ролі толлінгерів. У галузевому аспекті характерним є використання такої форми співробітництва в нафтопереробці, кольоровій металургії і особливо в алюмінієвій промисловості.

**3. *Викуп застарілої продукції*** – це вид операцій, за якого відбувається часткова компенсація вартості нових машин і технічного обладнання застарілими аналогами. Тобто викуп техніки, що була у вживанні, відбувається при збуті більш нових моделей і модифікацій. За цією формою торгівлі експортер одержує можливість продати сучаснішу і дорожчу продукцію, а імпортер – можливість звільнитися від морально застарілої техніки, а також продати її за залишковою вартістю, тобто врахувати її у вартість нової придбаної техніки. Цей вид торгівлі широко використовують виробники і споживачі автомобілів, комп'ютерів, сільськогосподарської техніки.

Вимушеність експортера погоджуватися на подібні контрактні умови пояснюється також гострою конкуренцією, взагалі реаліями сучасного “ринку покупця”, який ще у 50-х роках ХХ ст. прийшов на заміну “ринку продавця”. Разом з тим, доклавши певних зусиль з тим, щоб надати старій техніці потрібних функціональних властивостей і товарного вигляду, він може повторно продати оновлену продукцію на менш вибагливому ринку. Вигоди ж для імпортера очевидні: за менші кошти він отримує нову, прогресивнішу та ефективнішу техніку.

**4. *Компенсаційні угоди***. Компенсаційні угоди означають обмін товарів відповідно до товарних списків, які готуються контрагентами. Кожний з контрагентів готує списки товарів: як тих, які він бажає продати, так і тих, які він має намір купити. На переговорах сторони з'ясовують номенклатуру, кількісні параметри поставок, а також ціни обмінюваних товарів.

**Промислові компенсаційні операції** – це поставки з однієї країни до іншої машин та обладнання, будівництво промислових об'єктів і передання технологій, які оплачуються зворотними поставками товарів, виготовленими з їх використанням.

Такі операції є особливо масштабними за обсягами залучених матеріальних цінностей, а також можуть мати тривалі терміни виконання контрактних зобов'язань.

**Класичною формою** промислових компенсаційних операцій є так звані «бай-бек» (buy-back) операції, сутністю яких є зустрічні поставки: створення однією країною в іншій промислових потужностей і компенсація витрат з боку останньої відповідною продукцією.

**Угода про «розподіл продукції»** передбачає пропорційний розподіл виробленої продукції між учасниками промислових компенсаційних операцій, причому частка, яка відшкодовується як плата за контрактними зобов'язаннями, становить 20–30, інколи до 40%.

Ще одним різновидом вищеназваних операцій є механізм **«експлуатаційної компенсації»**, за якого структура, котра здійснювала введення промислового об'єкта, сама експлуатує його, отримуючи відповідну компенсацію, після чого об'єкт передається замовникові.

У випадку, коли структура, яка була виконавцем, підрядчиком під час створення промислового об'єкта, не заінтересована в такому отриманні продукції, укладається договір цесії, перевідступлення права власності на кінцеву продукцію. Змістом таких операцій є перепродаж продукції або організація (передусім з боку виконавця) її збуту третій стороні.

Вигоди, пов'язані з реалізацією промислових компенсаційних операцій, виявляються у забезпеченні будівельникам об'єктів і постачальникам машин та обладнання доступу до сировинних ресурсів, ринків технологічної продукції та будівельно-монтажних послуг, залучення на вигідних умовах до виробничих ланок, які мають увійти для них у більш загальний технологічний процес. Переваги замовників об'єктів – це можливості акумуляції капіталів, відкриття додаткових резервів для промислового піднесення, створення нових робочих місць, виходу на ринки, які забезпечуються довготерміновими коопераційними контрактами та налагодження сталих зв'язків з контрагентами.

Недоліком промислових компенсаційних операцій інколи називають негнучкість цієї форми коопераційної торгівлі, яка потребує акумуляції великих капіталів, дуже значних за обсягом і тривалих кредитів, а також масштабних урядових гарантій і страхувального забезпечення. Відзначається і віддаленість термінів окупності інвестицій.

## ***2.4. Сучасні тенденції у структурі та динаміці світової торгівлі товарами***

У світовому господарстві на частку торгівлі припадає приблизно 80% від усього обсягу міжнародних економічних відносин.

**Світова всесвітня торгівля** – це торгівля, яка передбачає переміщення товарів та послуг за межі державних кордонів. Її ще можна трактувати як відносини країн з метою вивезення (експорту) та ввезення (імпорту) товарів і послуг.

Міжнародна торгівля протягом багатьох десятиріч залишається основним і одним із найдинамічніших секторів світової економіки.

Важливою характеристикою міжнародної торгівлі є її географічна і товарна структура, тобто структура з точки зору географічного розподілу і товарного наповнення.

**Географічна структура міжнародної торгівлі** – це розподіл торговельних потоків між окремими країнами та їх групами, створеними за територіальною або організаційною ознакою.

**Територіальна географічна структура** узагальнює дані про масштаби міжнародної торгівлі країн, що належать до однієї частини світу або укрупненої групи країн (промислово розвинуті країни, країни з перехідною економікою, країни, що розвиваються).

**Організаційна географічна структура** узагальнює дані про міжнародну торгівлю або між країнами, що належать до інтернаціональних торговельно-політичних об'єднань, або торгівлю між країнами, що виокремлені у певну групу за вибраним критерієм (країни-експортери нафти, країни – цілковиті боржники тощо).

Географічна структура міжнародної торгівлі сформувалась під впливом світогосподарського поділу праці, тобто поглибленого міжнародного поділу праці та науково-технічного прогресу.

Перше місце за обсягом торгівлі на світовому ринку займає Західна Європа – понад 2/5. Друге місце належить Азіатському регіону. Азіатські нові індустріальні країни (НІК) – Південна Корея, Тайвань, Сінгапур, а також Китай, Малайзія, Індонезія – входять до однієї групи 30-ти країн – лідерів світової торгівлі. Третє місце за обсягом зовнішньоторговельних операцій припадає на Північноамериканський регіон (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

**Географічна структура світової торгівлі товарами по окремих регіонах у 2010 р. (джерело [www.un.org])**

Експорт		Регіон	Імпорт	
Обсяг			Обсяг	
млрд дол.	%		млрд дол.	%
12490,0	100,0	Світ	12682,0	100,0
1602,4	12,8	Північна Америка	2178,0	17,2
458,9	3,7	Латинська Америка	442,9	3,5
5016,0	40,2	Європа	5161,5	40,7
4587,6	36,7	Європейський Союз	4732,7	37,3
451,6	3,6	СНД	333,1	2,6
303,4	2,4	Російська Федерація	191,8	1,5
383,9	3,1	Африка	405,2	3,2
689,7	5,5	Ближній Схід	493,9	3,9
3887,7	31,1	Азія	3667,8	28,9
580,7	4,6	Японія	552,0	4,4
1201,5	9,6	Китай	1005,7	7,9
162,6	1,3	Індія	250,0	2,0

Перше місце за обсягом експорту та імпорту на світовому ринку посідає Європа, друге — Азія, третє — країни Північної Америки.

Внесок у світову торгівлю регіонів Латинської Америки, Близького Сходу та Африки незначний. Країни Центральної Європи, як і країни СНД, також відіграють незначну роль у міжнародній торгівлі, їхні зовнішні економічні зв'язки перебувають на стадії формування.

Товарна структура міжнародної торгівлі формується під впливом конкурентних переваг, які має народне господарство країни. Конкурентні переваги є у випадках, якщо в країні ціни на експортні товари (або внутрішні ціни) нижчі від світових. Відмінності в цінах зумовлені різними витратами виробництва, які залежать від двох груп чинників.

Першу групу чинників формують природні конкурентні переваги. До них належать природно-географічні чинники (зовнішні): клімат, мінеральні копалини, родючість ґрунтів тощо.

Другу групу чинників (соціально-економічних) формують набуті конкурентні переваги. Ці чинники характеризують науково-технічний і економічний рівень розвитку країни, її виробничий апарат, масштаби і серійність виробництва, виробничу та соціальну інфраструктуру, масштаби науково-дослідних робіт. Вони визначають конкурентні переваги, що були надбані в процесі розвитку народного господарства.

У торгівлі товарами характерною тенденцією є зростання частки торгівлі продукцією обробної промисловості (близько % вартісного обсягу світового експорту) і скорочення частки сировини й продовольства (близько %). У продукції обробної промисловості провідне місце належить устаткуванню і транспортним засобам (близько 50% експорту товарів цієї групи), а також хімічним товарам, чорним та кольоровим металам, текстилю. Серед сировини та продовольчих товарів найбільшу роль відіграють продовольство й напої, мінеральне паливо та інша сировина (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

**Зростання обсягів світового товарного експорту та виробництва за основними групами товарів, 2010% (Джерело: [www.wto.org])**

	2001/2010	2008	2009	2010
Світовий товарний експорт	5,0	8,5	6,0	1,5
С/г продукція	4,0	6,0	5,0	2,5
Паливо та видобувна продукція	3,0	4,0	3,5	0,5
Обробна промисловість	6,0	10,5	7,5	2,0
Світове товарне виробництво	2,5	4,0	1,5	- 0,5
Сільське господарство	2,5	1,5	2,5	3,0
Гірничовидобувна промисловість	1,5	1,0	0,0	1,0
Обробна промисловість	2,5	5,5	1,5	-1,5
Світовий ВВП	3,0	3,5	3,5	1,5

У світовій торгівлі товарними видами продукції найвищі показники зростання за 2001-2010 рр. має продукція обробної промисловості (6,0%). Світовий експорт палива та видобувної продукції досяг найменшого

показника зростання (3,0%). Темпи зростання світового експорту в 2,0 рази перевищують зростання світового товарного виробництва.

Товарна структура в розрізі регіонів характеризується даними табл. 2.4.

Наведені в табл. 2.4 дані свідчать про взаємозв'язки між рівнем економічного розвитку країн і структурою їхнього зовнішньоторговельного обігу. Так, для країн Західної Європи, Північної Америки та Азії, які належать до промислово розвинутих і нових індустріальних країн і в яких переважають набуті конкурентні переваги, в структурі експорту переважає продукція обробної промисловості (82,2% обсягу зовнішньоторговельного обігу). А в країнах Близького Сходу та Африки, які володіють багатими природними ресурсами, досить висока частка видобувної промисловості. Країни СНД інтенсивно використовують свої природні конкурентні переваги, а тому в їхній товарній структурі, що відрізняється від середніх світових показників, висока частка продукції добувних галузей промисловості (відхилення від середнього показника становить 44,9 відсоткових пунктів) і порівняно низька — продукції обробної промисловості (відхилення від середнього показника становить 43 відсоткових пунктів).

Таблиця 2.4

**Структура світового експорту основної групи товарів за регіонами, 2010 р. (Джерело: [www.wto.org])**

Регіон	Сільське господарство		Добувна промисловість		Обробна промисловість		Разом	
	млрд дол.	%	млрд дол.	%	млрд дол.	%	млрд дол.	%
Європа	602,6	9,5	767,9	12,1	4953,6	78,3	6324,1	100
Азія	260	6,1	540,2	12,7	3447,8	81,2	4248	100
Північна Америка	212,1	10,9	345,9	17,8	1389,2	71,3	1947,2	100
Латинська Америка	156,9	26,8	255,8	43,7	172,6	29,5	585,3	100
СНД	47,7	6,9	470	67,9	174,8	25,2	692,5	100
Африка	37,9	7,1	393,9	74,1	99,9	18,8	531,7	100
Близький Схід	24,2	2,4	756,5	75,6	220,3	22,0	1001,0	100
Разом	1341,4	8,8	3530,2	23,0	10458,2	68,2	15329,8	100

Провідні експортери та імпортери у світовій торгівлі товарами представлені в табл. 2.5.

Таблиця 2.5

**Основні країни-експортери та країни-імпортери у світовій торгівлі товарами в 2010 р. (Джерело : [www.cia.gov] )**

<b>Країни-експортери</b>	<b>Обсяг, млрд дол.</b>	<b>Частка, %</b>	<b>Країни-імпортери</b>	<b>Обсяг, млрд дол.</b>	<b>Частка, %</b>
Китай	1,904	10,6	США	2,236	12,5
США	1,497	8,3	Китай	1,743	9,8
Німеччина	1,408	7,8	Німеччина	1,198	6,7
Японія	788,0	4,4	Японія	808,4	4,5
Франція	587,1	3,3	Франція	688,5	3,9
Нідерланди	551,8	3,1	Велика Британія	639,5	3,6
Корея Південна	556,5	3,0	Італія	556,4	3,1
Італія	523,9	3,3	Південна Корея	524,4	2,9
Російська Федерація	520,9	2,9	Нідерланди	493,1	2,8
Велика Британія	479,7	2,7	Гонконг	482,6	2,7
Канада	462,4	2,6	Індія	461,4	2,6
Гонконг	427,9	2,6	Іспанія	363,1	2,0
Сінгапур	414,8	2,3	Сінгапур	366,3	2,6
Мексика	349,7	1,9	Канада	461	2,6
Бельгія	344,9	1,9	Бельгія	355,1	2,0
Саудівська Аравія	359,9	2,0	Мексика	350,8	2,0
Швейцарія	312,5	1,7	Російська Федерація	322,5	1,8
Тайвань	307,1	1,7	Швейцарія	294,1	1,7
Іспанія	303,6	1,7	Тайвань	279,4	1,6
Індія	299,4	1,7	Австралія	243,4	1,4
Австралія	272,1	1,5	Бразилія	219,6	1,2
Бразилія	256,0	1,4	Туреччина	232,9	1,3
ОАЕ	252,6	1,4	Польща	208	1,2
Малайзія	225,6	1,3	ОАЕмірати	185,6	1,0
Таїланд	221,6	1,2	Австрія	183,3	1,0
Польща	193,9	1,1	Швеція	179,6	1,0
<b>Світ</b>	<b>17,97</b>	<b>100,0</b>	<b>Світ</b>	<b>17,82</b>	<b>100,0</b>

З таблиці видно, що з перших 20 провідних країн-експортерів та імпортерів вісім знаходяться в Західній Європі, що свідчить про ключову роль цього регіону в світовій економіці.

Порядок країн не один і той самий для експортуючих і імпортуючих країн. Так, наприклад, п'яте місце Нідерландів у списку експортуючих країн і сьоме в списку імпортуючих свідчить про пасивний торговельний баланс країни.



Сукупний експорт цих 20 країн становить 69,6% світового експорту, а сукупний імпорт — 72,2% світового імпорту. На решту країн припадає 30,4 та 27,8% відповідно.

В останні роки відбулися певні зміни й в товарній структурі світової торгівлі, яка значною мірою визначається законом порівняльних переваг.

Конкурентні переваги є у випадках, коли в країні ціни на експортні товари (або внутрішні ціни) нижчі від світових. Відмінності в цінах зумовлені різними витратами виробництва, котрі залежать від природно-географічних або соціально-економічних чинників.

Протягом останніх десятиліть у світовій торгівлі відбувся значний розвиток спеціалізації у виробництві товарів, яка супроводилася структурними змінами як основних груп товарів (продовольчі товари та сировина; руди, мінерали та кольорові метали; паливо; промислові товари), так і окремих видів усередині груп товарів. Товарну структуру світового експорту та її динаміку характеризують дані представлені в додатку.....

Тобто дана тенденція дістала відображення у збільшенні поставок на світовий ринок машин та транспортного обладнання, телекомунікаційного й офісного обладнання, продукції хімічної промисловості, продукції автомобілебудування, гірничовидобувної промисловості. При цьому в структурі експорту скоротилася питома вага сільськогосподарської продукції, напівфабрикатів, текстилю, одягу, чавуну та сталі.

У товарній структурі експорту та імпорту промислово розвинутих країн вища частка експорту готової продукції у порівнянні з її імпортом, вища питома вага імпорту палива, приблизно рівна частка імпорту та експорту сировини, харчових і сільськогосподарських продуктів, зменшення частки експорту та збільшення частки імпорту текстильних виробів, збільшення імпорту хімічних продуктів, машин і транспортного устаткування.

У товарній структурі країн, що розвиваються, спостерігається скорочення частки палива, харчових продуктів та сільськогосподарської сировини – в експорті та машин, продукції металообробної промисловості – в імпорті.

У країнах з перехідною економікою з усіх позицій частка як у експорті, так і в імпорті (крім палива) в загальному обсягу товарообігу істотно



### **Контрольні запитання**

1. Яке значення має міжнародна торгівля у системі міжнародної економіки?
2. Назвіть чинники, які зумовлюють необхідність міжнародної торгівлі.
3. Як визначається ступінь залежності країн від міжнародної торгівлі?
4. Назвіть види міжнародної торгівлі товарами.
5. Вкажіть основні функціональні елементи міжнародної товарної торгівлі.

6. Що розуміють під поняттям «світова торгівля»?
7. Що розуміють під географічною структурою міжнародної торгівлі? Охарактеризуйте її сучасні тенденції.
8. В чому суть товарної структури світової торгівлі? Дайте їй характеристику на сучасному етапі розвитку.
9. За якими класифікаційними критеріями розрізняють форми міжнародної торгівлі?
10. Назвіть та охарактеризуйте форми міжнародної торгівлі за специфікою регулювання.
11. Назвіть та охарактеризуйте форми міжнародної торгівлі за специфікою взаємодії суб'єктів.
12. У чому полягає специфіка взаємовідносин експортера та імпортера при орендній торгівлі?
13. Як можна класифікувати лізингові операції у світовій торгівлі?
14. Назвіть форми міжнародної торгівлі за специфікою предмета торгівлі.
15. У чому полягає сутність операцій купівлі-продажу товарів та якими є їх різновиди?
16. У чому полягає сутність умов торгівлі?
17. Що розуміють під еластичністю експорту та імпорту?
18. Назвіть основні види міжнародних товарообмінних операцій, дайте їм порівняльну характеристику.
19. На які групи можна поділити сукупність показників розвитку міжнародної торгівлі?
20. Охарактеризуйте сфери застосування обсягових показників розвитку світової торгівлі.
21. Які показники належать до результуючих показників розвитку міжнародної торгівлі?
22. Розкрийте суть структурних показників у розвитку міжнародної торгівлі.
23. Які типи показників використовуються для аналізу зовнішньоторговельної інтенсивності та економічної ефективності?
24. У чому суть показників динаміки та зіставлення розвитку світової торгівлі?

# СЕМІНАРСЬКЕ ЗАНЯТТЯ

## **Тема 2. Міжнародна торгівля товарами та послугами на світовому ринку**

---

### **Ключові терміни**

**Експортно-імпортні операції** – купівля-продаж товарів, що мають матеріально-речовинну форму, за умови, що такі товари у разі зміни власника з метою реалізації його споживчих потреб перетинають кордони національних митних територій.

**Експорт товарів** – це продаж та вивезення товарів за кордон з метою їх реалізації на зовнішніх ринках через передання у власність контрагенту в іншій країні.

**Імпорт товарів** – це купівля та ввезення товарної продукції з-за кордону з метою її реалізації на внутрішньому ринку та використання на території країни.

**Умови торгівлі** – співвідношення експортних та імпортних цін називається

**Дохідні умови торгівлі** – це індекс, що показує потенціальну спроможність країни імпортувати товари за рахунок виторгу одержуваного від експорту в цілому.

**Реекспорт** – це продаж та вивезення до іншої країни товарів, які раніше були завезені ззовні, без їхнього перероблення.

**Реімпорт** – це ввезення до країни товарів, які раніше були вивезені з неї за кордон та які не піддавалися там переробленню.

**Звичайна торгівля** не передбачає надання однією державою іншій на взаємній основі або в односторонньому порядку будь-яких пільг у торговельному режимі.

**Торгівля за режимом найбільшого сприяння** передбачає, що держави, які домовляються, на взаємній основі надають одна одній привілеї та пільги щодо ставок мита і митних зборів, а також інших правил і механізмів здійснення зовнішньоторговельних операцій.

**Преференційна торгівля** передбачає надання однією державою іншій на взаємній основі або в односторонньому порядку пільг у торговельному режимі.

**Дискримінаційна торгівля** виникає у результаті застосування в торговельно-економічних відносинах жорстких обмежувальних заходів (ембарго, торговельна блокада) або інших інструментів, що дискримінують права торговельного партнера.

**Традиційна (проста) торгівля**, тобто «вільний» експорт та імпорт товарів і послуг, який не зумовлений коопераційними зв'язками та зобов'язаннями щодо збалансованого обміну товарів.

**Рентинг** – короткотермінова оренда на термін від кількох днів до кількох місяців.

**Хайринг** – середньотермінова оренда на період від кількох місяців до року.

**Лізинг** – довготермінова оренда на термін понад один рік.

**Міжнародні товарообмінні операції** – це транскордонний обмін товарами на еквівалентній основі згідно з конкретними цілями та умовами реалізації угод.

**Бартерна операція** – це обмін певного товару (певної кількості товару або товарної партії) на інший товар без використання грошової форми розрахунків відповідно до принципу вартісної еквівалентності обмінюваної продукції.

**Торговельні компенсаційні операції** – це такий товарообмін, за якого сторони здійснюють взаємні поставки кількох товарів (товарних партій).

**Світова всесвітня торгівля** – це торгівля, яка передбачає переміщення товарів та послуг за межі державних кордонів. Її ще можна трактувати як відносини країн з метою вивезення (експорту) та ввезення (імпорту) товарів і послуг.

**Географічна структура міжнародної торгівлі** – це розподіл торговельних потоків між окремими країнами та їх групами, створеними за територіальною або організаційною ознакою.

**Територіальна географічна структура** узагальнює дані про масштаби міжнародної торгівлі країн, що належать до однієї частини світу або укрупненої групи країн (промислово розвинуті країни, країни з перехідною економікою, країни, що розвиваються).

**Організаційна географічна структура** узагальнює дані про міжнародну торгівлю або між країнами, що належать до інтернаціональних торговельно-політичних об'єднань, або торгівлю між країнами, що виокремлені у певну групу за вибраним критерієм (країни-експортери нафти, країни – цілковиті боржники тощо).



### **Питання для опрацювання:**

- 2.1. Значення торгівлі товарами в системі міжнародної економічної діяльності.
- 2.2. Поняття та форми товарообмінних операцій.
- 2.3. Сучасні тенденції у структурі та динаміці світової торгівлі товарами



### **Обов'язкові та додаткові завдання**

#### **Завдання 1.**

На основі даних таблиці потрібно визначити ступінь залежності країн від міжнародної торгівлі. Які з країн найбільшою мірою залежать від

зовнішньоекономічної сфери і чи позитивним це є для національного господарства?

Країна	Обсяг експорту, млрд дол. США	Обсяг імпорту, млрд дол. США	ВВП, млрд дол. США
США	625	487	7400
Німеччина	521	416	2497
Японія	411	538	5390
Франція	289	231	1585
Великобританія	260	189	1167
Італія	234	354	1112
Канада	201	172	575
Нідерланди	198	264	415
Росія	104	692	370,2
Україна	18	29	36
<i>Світ в цілому</i>	?	?	?

### Завдання 2.

Відповідно номенклатури Гармонізованої системи опису та кодування товарів складіть таблицю «Товарна структура експорту та імпорту України у 2011 році (допускається 2010 рік). Дайте порівняльну характеристику експорту та імпорту України. Зробіть висновки.

### Завдання 3.

Зовнішня торгівля України у за рік характеризувалась такими даними (млн. дол. США):

Показник	Країни СНД	Інші країни	Разом
Експорт товарів	8 841	6 706	?
Імпорт товарів	12 913	6 930	?

Розрахуйте щодо кожної групи країн:

- А. Торгове сальдо.
- Б. Торговий оборот.
- В. Відносну частку країн СНД в українському експорті та імпорті.
- Г. Відносну частку інших країн в українському експорті та імпорті.

#### **Примітка:**

*Зовнішньоторговельний баланс країни* — співвідношення вартості товарів, експортованих і імпортованих протягом певного проміжку часу (наприклад, за один календарний рік). Торговельний баланс має своє сальдо. Торговельне сальдо — це річний (квартальний або щомісячний) показник зведення зовнішньоторговельних операцій країни. Якщо торговельний баланс має позитивне сальдо, це означає, що в грошовому еквіваленті (товарний об'єм переводиться в грошовий) товарів за кордон (експорт) було відправлено більше, ніж отримано з інших країн (імпорт).



## **Тестові завдання.**

1. *Світова (міжнародна) торгівля – це:*

- а) форма участі країни в системі міжнародної кооперації та міжнародного поділу праці, яка передбачає концентрацію зусиль даної країни, її господарських суб'єктів на виробництві певних товарів і послуг;
- б) торгівля між країнами або різнонаціональними контрагентами, яка складається з експорту й імпорту товарів і послуг;
- в) купівля та ввезення товарної продукції з-за кордону з метою їх реалізації на внутрішньому ринку та використання на території країни;
- г) транскордонний обмін товарами на еквівалентній основі згідно з конкретними цілями та умовами реалізації угод.

2. *До основних видів операцій купівлі-продажу належать:*

- а) зустрічна торгівля;
- б) експорт;
- в) компенсаційні угоди;
- г) реекспорт.

3. *Видами товарообмінних операцій вважаються:*

- а) імпорт;
- б) бартер;
- в) експорт;
- г) зустрічні закупівлі.

4. *Вивезення товарів, робіт, послуг, результатів інтелектуальної діяльності, в тому числі виняткових прав на них, з митної території країни за кордон без зобов'язання їх зворотного ввезення – це:*

- а) реекспорт;
- б) імпорт;
- в) генеральна торгівля;
- г) експорт;
- д) реімпорт.

5. *Ввезення товарів, робіт, послуг, результатів інтелектуальної діяльності, в тому числі виняткових прав на них, на митну територію країни з-за кордону без зобов'язання про зворотне вивезення – це:*

- а) імпорт;
- б) зустрічна торгівля;
- в) експорт;
- г) торгівля за кооперацією;
- д) преференційна торгівля.

6. *Сума вартості експорту та імпорту всіх країн світу (вартість усіх товарів, що перетинають державні кордони) – це:*

- а) зовнішньоторговельний обіг;
- б) світовий товарообіг;
- в) генеральна торгівля;
- г) зовнішньоторговельне сальдо.

7. Сума вартості експорту та імпорту країни або груп країн за певний період: рік, квартал, місяць – це:

- а) світова торгівля;
- б) зовнішньоторговельний обіг;
- в) спеціальна торгівля;
- г) світовий товарообіг;
- д) фізичний обсяг зовнішньої торгівлі.

8. Умови торгівлі – це:

- а) тимчасове підвищення ставки мита;
- б) тариф з урахуванням обумовленого часу й обсягу;
- в) співвідношення індексів імпортних та експортних цін;
- г) операційний валютний ризик.

9. За специфікою регулювання розрізняють такі форми міжнародної торгівлі:

- а) звичайна;
- б) традиційна (проста);
- в) преференційна;
- г) торгівля послугами.

10. За специфікою взаємодії суб'єктів розрізняють такі форми міжнародної торгівлі:

- а) торгівля за кооперацією;
- б) традиційна (проста);
- в) компенсаційна (зустрічна);
- г) дискримінаційна;
- д) преференційна.

11. За специфікою предмета торгівлі розрізняють такі форми міжнародної торгівлі:

- а) торгівля інжиніринговими послугами;
- б) оренда (лізинг);
- в) компенсаційна (зустрічна);
- г) торгівля комплектним обладнанням.

12. До міжнародних зустрічних угод не належать такі угоди:

- а) бартерні;
- б) спотові;
- в) торговельні компенсаційні;
- г) промислові компенсаційні.

13. До оренди не належить:

- а) рентинг;
- б) франчайзинг;
- в) хайринг;
- г) лізинг.

14. Основою системи показників розвитку міжнародної торгівлі є:

- а) група обсягових індикаторів;
- б) результуючі показники;
- в) показники динаміки та зіставлення.

15. До результатуючих показників розвитку міжнародної торгівлі належать:

- а) фізичний обсяг зовнішньої торгівлі;
- б) індекси стану балансу;
- в) індекс концентрації експорту;
- г) коефіцієнт імпоротної залежності країни;
- д) регіональні структури експорту та імпорту.

16. До структурних показників розвитку міжнародної торгівлі належать:

- а) коефіцієнт імпоротної залежності країни;
- б) індекс чистої торгівлі;
- в) індекс географічної концентрації експорту, імпорту;
- г) товарна структура експорту;
- д) індекс диверсифікації експорту.

17. До показників інтенсивності розвитку міжнародної торгівлі належать:

- а) експортна квота;
- б) інтенсивність і рівень внутрішньогалузевого обміну;
- в) обсяг імпорту на душу населення;
- г) ефективність зовнішньоторговельного обігу;
- д) товарна структура імпорту.

18. До показників ефективності розвитку міжнародної торгівлі належать:

- а) рентабельність експорту;
- б) ефективність імпорту;
- в) зовнішньоторговельна квота;
- г) індекс диверсифікації експорту;
- д) ефективність зовнішньоторговельного обігу.



### **Завдання для самостійної роботи**

#### **1. Самостійно опрацювати наступні питання:**

1.1. Методика розрахунку основних показників розвитку міжнародної торгівлі.

1.2. Класифікація форм світової торгівлі та їх характеристика.

#### **2. Підготувати реферат на тему:**

2.1. Територіальний аспект структури та динаміки світової торгівлі.

2.2. Переваги та недоліки міжнародної електронної торгівлі.

2.3. Посилення тенденції глобалізації на ринках товарів та послуг.

2.4. Особливості надання інженерно-технічних та консультативних послуг на світовому ринку.



## **Тема 3. Особливості функціонування світових товарних ринків**

### **3.1. Система класифікації товарів у міжнародній торгівлі**

У складі світового ринку виокремлюють сектори, зорієнтовані на певний вид товару. Їх називають світовими товарними ринками. Як правило, ринок певного виду товару прийнято називати світовим, якщо він має такі ознаки: а) участь у ринку багатьох країнах; б) багатомасштабність угод; в) регулярність товарообмінних операцій; г) ведення розрахунків по торгових операціях у вільноконвертованій валюті.

Світові товарні ринки охоплюють ринок будь-якого конкретного товару чи групи товарів, що характеризуються визначеними ознаками виробничого характеру чи слугують для задоволення однієї і тієї ж потреби (світовий ринок зерна, світовий ринок взуття тощо).

Зовнішньоторговельний оборот будь-якої країни характеризується визначеними класифікаційними ознаками, тобто критеріями угруповання товарів за статтями експорту та імпорту.

**Товари** – це матеріальні предмети, що мають споживчу вартість. Це будь-яке рухоме майно (у тому числі валютні цінності, культурні цінності), електрична, тепла та інші види енергії, а також транспортні засоби.

В основу класифікації товарів можуть бути покладені наступні ознаки.

**1. Міжнародна мобільність.** Для визнання торгівлі міжнародною, продаж товару – експортом, а купівлі – імпортом, необхідно, щоб товар перетнув кордон держави і даний факт був зареєстрований у відповідній звітності. При цьому немає значення змінює товар власника чи ні. Наприклад, якщо телевізор продано (передано) японською компанією своїй філії в Україні, він вважається експортом Японії та імпортом України, незважаючи на те, що власником товару залишилась японська компанія.

У міжнародній економіці товар розглядається не як продукт виробництва, а як об'єкт попиту і пропозиції.

Товар (послуга) стає таким за певних умов, а саме:

- якщо він комусь потрібен;
- якщо на нього спрямовані дві основні сили ринкової економіки – попит і пропозиція;
- якщо хоча б одна з цих сил (попит і пропозиція) діють з-за кордону.

Здатність виготовити продукт для внутрішнього ринку не означає, що він буде визнаний товаром на світовому ринку, тобто його куплять за кордоном. Товари можуть не продаватись за кордоном з таких причин:

- у зв'язку з їх неконкурентоспроможністю;
- через початкову неможливість поставити їх на зовнішній ринок;
- через їх принципову неторговність.

Виходячи з міжнародної мобільності, товари поділяються на «ринкові», тобто на такі, що торгуються, і на «неринкові», такі, що не торгуються.

До «ринкових», як правило, відносять такі групи товарів: сільського господарства, полювання, лісового господарства, рибальства, товари видобувної й обробної промисловості, до «неринкових» – комунальні послуги і будівництво, оптову і роздрібну торгівлю, ресторани, готелі, оборону, соціальні послуги, охорону здоров'я, суспільні роботи і т. п.

Головні відмінності між «ринковими» товарами і «неринковими» товарами у наступному (табл. 3.1) [10, с. 35].

Таблиця 3.1

**Відмінності між «ринковими» товарами та «неринковими» товарами за основними ознаками**

<i>Ознака</i>	<i>«Ринкові» товари</i>	<i>«Неринкові» товари</i>
Ціни	Визначаються співвідношенням попиту і пропозиції на світовому ринку і перебувають під впливом попиту і пропозиції на них як всередині країни, так і за кордоном	Визначаються співвідношенням попиту і пропозиції на національному ринку. Коливання цін на такі товари в інших країнах не мають значення
Підтримання внутрішнього балансу попиту і пропозиції	Підтримання балансу не особливо істотне, оскільки недостатність внутрішнього попиту можна компенсувати збільшенням попиту за кордоном, а нестачу внутрішнього споживання – збільшенням поставок іноземних товарів	Підтримання балансу дуже важливе. З його порушенням можливі соціально-економічні диспропорції
Внутрішні ціни	Їх динаміка та рівень слідує за динамікою і рівнем цін в інших країнах	Вони можуть істотно відрізнятись від цін інших країн, а їх зміна може не призводити до зміни зарубіжних цін на такі товари

Розподіл товарів на «ринкові» і «неринкові» багато в чому залежить від транспортних витрат на їх переміщення за кордон і від торговельних бар'єрів, що існують на цьому шляху. Скорочення транспортних витрат у зв'язку з розвитком технологій призводить до збільшення кількості «ринкових» товарів, а зростання державного протекціонізму відповідно призводить до їх скорочення.

**2. Призначення.** За цією ознакою товари поділяються на:

➤ товари споживчого попиту, що призначені для особистого споживання, індивідуального використання і відрізняються широкою номенклатурою та асортиментом (телевізори, холодильники, пральні машини, відеомагнітофони, автомобілі і т. д.);

➤ товари виробничого призначення, що використовуються у процесі виробництва інших товарів та визначають специфіку конкретної

галузі виробництва (технологічне устаткування) чи мають загальне призначення (мотори, крани). До них відносяться також транспортні засоби і пристрої, що застосовуються у виробничому процесі.

**3. Термін використання.** Товари поділяються на товари короткотермінового і тривалого використання.

**4. Рівень попиту і ціна.** За даною ознакою товари класифікуються на:

- товари повсякденного попиту;
- товари вибіркового попиту;
- престижні товари;
- предмети розкоші.

**5. Характер споживання і ступінь обробки.** Це – сировина, напівфабрикати, готові вироби, комплектуючі вироби, деталі.

**6. Спосіб виготовлення.** Продукція поділяється на стандартну (випускається для невідомого кінцевого споживача) та унікальну (виробляється на основі попередніх замовлень покупця і виготовляється з урахуванням погоджених заздалегідь між постачальником і покупцем техніко-економічних параметрів).

Вибір ознаки лежить в основі класифікації, що поділяє усі товари на розділи, групи і підгрупи. Перелік товарних найменувань у відповідній класифікаційній системі називається номенклатурою товарів.

Метою міжнародних товарних номенклатур є упорядкування відомостей про зовнішньоторговельні зв'язки, ефективний метод збереження інформації і спрощення процедури пошуку потрібної товарної позиції.

На практиці найчастіше в міжнародних відносинах використовувалися наступні *товарні класифікації і номенклатури*:

- розроблена і опублікована в 1986 році 3-а редакція Стандартної міжнародної торгової класифікації (СМТК) ООН;
- виданий в 1989 році класифікатор товарів по укрупнених економічних угрупованнях (КУЕГ) ООН;
- прийнята в 1988 році Брюссельська Гармонізована митна номенклатура;
- опублікована в 1983 році Гармонізована система опису і кодування товарів (ГСОКТ), розроблена Радою митної співпраці.

У СМТК класифікація товарів на рівні груп здійснюється: за видами сировини, з якої виготовлено товар; за ступенем обробки товару; за призначенням товару; за місцем товару в міжнародній торгівлі.

Класифікатор використовується для публікації даних щодо зовнішньої торгівлі країнами – членами ООН і міжнародними організаціями.

Гармонізована система опису і кодування товарів є міжнародними вимогами до класифікації і статистичної інформації з товарів, що надходять у зовнішню торгівлю.

Товари в номенклатурі ГС групуються за такими ознаками:

- походження (продукти рослинного, тваринного походження);

- призначення (продовольчі товари і напої; промислова сировина; паливо і мастильні матеріали; машини й устаткування, включаючи інструменти; транспортні засоби, промислові товари народного споживання);
- ступінь обробки (сировинні товари виробничого і невиробничого призначення; напівфабрикати виробничого і невиробничого призначення; готові вироби).

Система кодування в ГС дає змогу надати інформацію у зручній формі для збору, передачі й обробки, а також здійснювати її комп'ютерну обробку. Код кожного товару має шість цифр. Перші дві цифри позначають товарну групу, чотири (дві перші і дві наступні) – товарну позицію, шість (дві останні і чотири попередні) – субпозиції.

Класифікатор товарів за укрупненими економічними угрупованнями застосовується для статистики міжнародної торгівлі. Він базується на товарах, включених у СМТК і ГС. Крім того, у зазначеному Класифікаторі дано визначення основних понять, зокрема таких, як:

- сировинні товари – продукти сільського господарства, лісового господарства, рибальства і полювання або будь-які корисні копалини, вартість яких незначно залежить від обробки;
- напівфабрикати – продукти, що вимагають подальшої обробки або включені до складу інших товарів, перш ніж вони стали знаряддям виробництва або предметом споживання;
- готові вироби – усі промислові вироби, призначені для споживання і використання у домашньому господарстві, а також капітальне обладнання для промисловості, сільського господарства і транспорту, промислові товари нетривалого користування, що застосовуються у промисловості як матеріали і паливо.

### **3.2. Сутність світових цін на товари**

Національні ринки конкретних товарів, які утворюють світовий товарний ринок, мають певну специфіку. Ця специфіка обумовлює різноманіття комерційних і торгово-політичних чинників, що впливають на динаміку і рівень світових цін. Для світового ринку характерна множинність застосовуваних цін. Тобто це означає, що на один і той же товар може бути низка цін залежно від умов ринку тієї чи іншої країни, регіону та характеру угод. При виокремленні з безлічі цін світової ціни використовують, як правило, два критерії:

- за цією ціною укладаються великі комерційні угоди, що передбачають непов'язані експортні та імпорتنі операції;
- світовими визнаються ціни угод, здійснених у найважливіших центрах світової торгівлі (Чикагська торгова біржа, Лондонська біржа металів тощо).

Відповідно до економічних чинників, дію яких відчують учасники угод, особливостей виробництва товару, що є предметом трансакції,

характеру самого товару, наявної інформації про використовувані ціни, а також доцільних методик укладання конкретних контрактів використовуються різні способи визначення ціни. У зв'язку з цим використовуються різні об'єктивні дані та різні види цін, а саме:

- ціни за торговельними угодами з платежем у вільноконвертованій, у неконвертованій і в частково конвертованій валюті;
- ціни за кліринговими угодами;
- ціни трансфертні;
- ціни за програмами у рамках державної допомоги та ін.

Зростання у міжнародній торгівлі частки внутрішньокорпоративних товарних потоків істотно підвищує значення трансфертних (внутрішньофірмових) цін у системі світових цін.

Трансфертні ціни – умовно-розрахункові ціни, які використовуються у межах ТНК для встановлення господарських зв'язків між їхніми підрозділами, що знаходяться в різних країнах. Вони формуються залежно від стратегії транснаціональних корпорацій.

Світові ціни – це ціни реалізації товарів на світовому ринку.

Світові ціни – це ціни найбільш впливових ринкових агентів. Залежно від того, про який товар ідеться, це ціни, якими користуються країни (експортери чи імпортери), біржі та аукціони, провідні фірми.

Свого часу перехід на світові ціни відбувався для українських виробників, які у 80-х роках існували в системі планового збуту та централізованих поставок з використанням системи штучних цін, у дуже болючий спосіб. Особливо “дошкуляло” підвищення цін на енергоносії, що було протягом 1991–1994 рр. помітною причиною постійного підвищення цін та нестабільності на валютному ринку.

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

Зазначені ціни є дещо абстрактними і насправді їх реальний зміст проявляється у різних системах та джерелах ціноутворення. Такими джерелами є:

- *довідкові ціни* – це ціни на аналогічні товари, які застосовуються у міжнародній торгівлі та на внутрішніх ринках при оптовій торгівлі різних країн (основним джерелом довідкових цін є бюлетені, прейскуранти, журнали, спеціалізовані газети, каталоги);

- *біржові котирування* – ціни продажу товарів, пропозиції або попиту на них на товарних біржах, але переважно вони відображають саме реальні цінові параметри угод;

- *ціни аукціонів* – фіксують умови продажу відповідно до найвищої пропозиції ціни покупцями у певний момент та у конкретному місці. Подібне ціноутворення у міжнародній торгівлі застосовується до певних груп товарів (вовна, хутра, чай) і є сигналом для відповідних виробників щодо потенційної оцінки покупцями їх товару;

- *ціни пропозицій великих фірм* – цінова пропозиція продавця;
- *середні експортні та імпорتنі ціни* – обчислюються статистично з використанням масиву даних щодо міжнародних торговельних операцій, що відбулися протягом певного періоду (як правило, за рік).

На підставі вивчення цін з використанням одного або декількох з числа перелічених джерел у процесі переговорів та консультацій устанавлюється ціна для конкретної угоди. Але залежно від характеру товару, умов реалізації контракту, ринкової кон'юнктури способи фіксації ціни можуть варіюватися. Виокремлюють такі форми цін залежно від моменту їх остаточного визначення:

- *тверді ціни* – встановлюються у момент підписання контракту, вони не змінюються протягом терміну виконання контракту;
- *рухомі ціни* – встановлюються тоді, коли об'єктом контракту є товари з тривалим терміном створення і орієнтовно визначаються у момент підписання контракту, але можуть коригуватися залежно від динаміки ринкових цін на відповідні товари;
- *ціни з наступною фіксацією* – встановлюються тоді, коли об'єктом контракту є товари з тривалим терміном створення та залежать не тільки від динаміки ринкових цін, а й від якості кінцевих виробників, а також реальних витрат виробника, які не завжди легко передбачити заздалегідь;
- *ціни, що ковзають (змінні ціни)* – в контракті зазначається початкова ціна та її структура – вміст у ній різного роду витрат і компонентів. При цьому саме динаміка компонентів (зміна цін на сировину, енергоносії, оплату праці) визначає і “ковзання” остаточної суми ціни.

Прагнення продавця включити в ціну всі наведені вище її компоненти та максимізувати прибуток, з одного боку, а також прагнення покупця придбати товар за якомога нижчою ціною і відповідні цінові заохочення з боку продавців, з іншого – породили диверсифіковану систему цінових знижок. Найбільш поширеними у світовій торговій практиці є такі **знижки**:

- *прості (або загальні) знижки* – з прейскурантної або довідкової ціни є типовою ціною поступкою продавця під час переговорного процесу, яка залежить від ситуації на ринку та характеру товару (на готові вироби – 1/5 – 1/3 ціни товару; на сировину – 3–7%);
- *прогресивні (гуртові) знижки* надаються покупцям у разі збільшення обсягу замовлення та величини товарної партії (10–15%);
- *сезонні знижки* мають сезонний характер і надаються при купівлі товару, споживання якого не є характерним або масовим для певної пори року;
- *спеціальні знижки* застосовуються у стосунках продавців з привілейованими покупцями і можуть вирівнюватися залежно від характеру відносин між контрагентами та типу операцій (при продажу нових товарів);
- *дилерські знижки* (різниця між роздрібною та контрактною цінами) надаються постійним посередникам, агентам, торговцям, за рахунок яких формується їх прибуток та покриваються посередницькі витрати (10–20% від роздрібної ціни);

➤ *бонусні знижки* (або *знижки з обігу*) надаються постійним посередникам та оптовим покупцям за реалізацію великої кількості товарів, причому не в розрахунку на окремі партії, а згідно з обумовленим річним обігом (5–7%, за деякими видами обладнання та машинотехнічних виробів – 5–25%);

➤ *знижки “сконто”* застосовуються у готівкових розрахунках, якщо платежі за контрактом відбуваються раніше обумовленого терміну. Фактично величина знижки “сконто” визначається величиною позичкового кредиту на певному національному ринку;

➤ *закриті знижки* застосовуються у внутрішньофірмовій торгівлі, а також при реалізації поставок відповідно до окремих міжурядових домовленостей.

### **3.3. Специфічні риси здійснення зовнішньоторговельних операцій на світовому ринку за різними товарними групами**

У останнє десятиліття в міжнародному обміні істотно зросли частка і роль послуг. Останні ростуть вищими темпами в порівнянні із зовнішньою торгівлею; для двократного зростання їм було потрібно лише 7-8 років, в порівнянні з 15 роками, які були необхідні для аналогічного збільшення об'єму експорту товарів. Найбільша частка експорту послуг в світі належить промислово розвиненим країнам - 90 %. Жодна країна, що розвивається, не входить в 107 найбільших в світі експортерів послуг.

Що стосується торгівлі товарами, то в сучасних умовах величезний вплив на товарну структуру світового ринку зробив науково-технічний прогрес. Зокрема, збільшилася частка готових виробів і скоротилася питома вага продовольства і сировини (окрім палива). Більше 1/3 всієї світової торгівлі в середині 90-х років – це торгівля машинами і устаткуванням. Найбільш високими темпами росте експорт електротехнічного і електронного устаткування (25% всього експорту машинно-технічної продукції).

Залежно від *об'єкту угоди зовнішньоторговельні операції* можна поділити на угоди купівлі-продажу товарів, послуг, результатів творчої діяльності. Головне місце серед зовнішньоторговельних операцій належить угодам купівлі-продажу товарів в матеріально-речовинній формі. Вони можуть бути класифіковані відповідно різних товарних груп: торгівля сировиною, продовольчими товарами, торгівля машинами і устаткуванням, торгівля готовою продукцією споживчого призначення.

На міжнародну *торгівлю сировиною* робить вплив ряд чинників.

1. Основним чинником, який впливає на здобич і міжнародну торгівлю сировиною є структурна економічна перебудова в розвинених країнах, що веде до швидкого зниження матеріало- і енергоємності виробничої продукції

і в цілому ВВП, швидкій модернізації виробництва на базі маленької і безвідходної технології.

2. Зниження темпів зростання добувної промисловості і міжнародної торгівлі сировиною обумовлене також зміною умов розробки ресурсів у міру активного використання надр – виснаженням копалин з конкурентноздатними експлуатаційними характеристиками, погіршенням геологічних, транспортних умов здобичі сировини, яка пояснює зростання фондомісткості областей, які здобувають сировину.

3. Зниження темпів споживання і здобичі сировини і палива є також наслідком загального уповільнення темпів зростання економіки розвинених країн. Певну роль зіграла і політика країн, що розвивалися, які є основними виробниками і експортерами сировини, направлена на досягнення економічної самостійності і розвитку національної оброблювальної промисловості.

4. Великий вплив на розвиток торгівлі сировиною надає створення економічних угруповань країн-експортерів сировини, а також укладання міжнародних торгових угод для забезпечення збалансованості попиту і пропозиції, недопущення різких коливань цін на сировині. Їх учасниками є як країни-експортери, так і країни-імпортери сировини.

*Специфіка торгівлі сировиною* полягає, зокрема, у великих об'ємах угод, значній частині у відпускній ціні, витратах на транспортування, обробку і зберігання.

Важливою *особливістю* експортно-імпортних операцій з сировиною є зацікавленість імпортера в рівних постачаннях йому сировини для забезпечення безперервного виробничого процесу. Особливістю торгівлі сировиною є наявність великої кількості виробників і незначна відмінність у властивостях однорідної продукції, наявність організованих світових ринків збуту поряд із звичайними і довгостроковими комерційними контрактами такої форми, як біржові і аукціонні угоди, товарообмінні операції і т.д.

*Торгівля продовольчими товарами* також має свої особливості.

1. Роздробленість виробництва, велика диференціація якості окремих партій товару, сезонність виробництва, обмежені терміни зберігання визначають традиційно велику роль на ринках продовольчих товарів торгових фірм-посередників, які приймають на себе витрати по зберіганню товару, доведенню його якості до рівня вимог споживача, організацію транспортування, фінансування і безпосередню реалізацію.

2. Другою особливістю зовнішньої торгівлі продовольчими товарами є специфіка формування цін на них, що в основному залежить від ціноутворення на товарних і ф'ючерсних біржах, як основних центрів торгівлі.

3. Великий вплив на зовнішню торгівлю продовольчими товарами надає рівень державного втручання, яке використовує різні форми: тарифні і нетарифні обмеження імпорту, субсидії, кредитування і інші заходи заохочення експорту, створення державних і сумісних компаній, укладання



міжурядових угод, встановлення монополії на зовнішню торгівлю продовольчими товарами і т.д.

Таблиця 3.2

**Основні експортери та імпортери на світових ринках сировинних товарів**

Найменування ринку	Основні експортери (Е) та імпортери (І)
Світові ринки продовольства: Ринок зернових, в тому числі: – пшениця;  – кукурудза; – рис  Ринок хлібопродуктів і продукції борошномельної промисловості Ринок харчосмакових товарів: – білий перець  – чай – кава  Ринок цукру Ринок м'яса і м'ясомолочних продуктів, у т.ч.: – телятини; – свинини; – баранини; – конини; – птиці  Ринок молочних продуктів (вершкового масла; сиру; молока (сухого чи порошку конденсату)) 2. Світові ринки сільськогосподарської сировини: 2.1. Ринок каучуку  2.2. Ринок бавовнику 2.3. Ринок вовни  3. Світові ринки руд і металів, у т.ч.: 3.1. Ринок залізної руди 3.2. Ринок мідних концентратів і рафінованої міді 3.3. Ринок алюмінію  3.4. Ринок рафінованого свинцю  3.5. Ринок цинкових руд і концентратів 3.6. Ринок олов'яних концентратів 3.7. Ринок нікелю	Е: США, Канада, Австралія, Аргентина, Франція І: Китай, Бразилія, Японія, Єгипет Е: США, Аргентина Е: Китай, Індія, Японія, Індонезія, Філіппіни, Таїланд, США, В'єтнам І: Індонезія, Бангладеш, Північна Корея, Іран, Саудівська Аравія, Бразилія Е: Німеччина І: Японія  Е: Індія, Бразилія І: США, Німеччина І: Великобританія Е: Бразилія, Колумбія, Індонезія, В'єтнам І: США, країни ЄС Е: Куба, Бразилія, Китай, Індія (з цукрової тростини)  Е: Австралія, Бразилія, Аргентина, Нова Зеландія, Уругвай Е: Данія, США, Канада, країни Бенілюксу Е: Австралія і Нова Зеландія І: Італія, Франція, країни Бенілюксу, Австрія Е: США, країни ЄС  Е: країни ЄС, Нова Зеландія, США, Австралія, Аргентина  Е: Таїланд, Індонезія, Малайзія; І: країни Америки, Європи, Японія, азіатські країни, що розвиваються Е: США, Узбекистан, Австралія, Пакистан, Туркменістан І: Росія, Японія, Південна Корея, Індонезія, країни ЄС Е: Австралія, Нова Зеландія, Аргентина, Уругвай, ПАР, країни СНД  Е: Австралія, Росія, Бразилія Е: США, Чилі, Португалія, Філіппіни, Росія, Канада, Казахстан І: Японія, Німеччина, Іспанія, Південна Корея Е: Норвегія, Канада, Австралія, Бразилія І: Японія, США, Німеччина, Франція, Італія, Південна Корея, Тайвань Е: Австралія, Канада, Мексика

3.8. Ринок кадмію	I: США, країни ЄС
3.9. Ринок золота	E: Канада, Швеція, Перу, Мексика
4. Світовий ринок палива, в т.ч.:	I: Німеччина, Франція, Бельгія, Японія
4.1. Ринок нафти і нафтопродуктів	E: Австралія, Перу, Болівія, Канада
4.2. Ринок природного газу	I: країни ЄС, США, Японія
4.3. Ринок вугілля	E: Канада, острів Нова Каледонія
	I: Японія, США, Німеччина, Бразилія, Південна Корея, Тайвань
	I: Японія
	E: Південно-Африканська Республіка, США, Австралія, Канада
	E: країни Близького і Середнього Сходу
	I: Японія
	E: Нідерланди, Росія, Алжир, Канада, Індонезія
	I: Японія, Південна Корея, Тайвань, ФРН, Франція, Італія, США
	E: Австралія, США, ПАР, Колумбія, Індонезія, Венесуела, Китай, Росія
	I: Японія, країни ЄС

*Товари широкого споживання* є готові вироби споживчого призначення. Зовнішньоекономічний обмін готовими виробами має свої особливості, пов'язані з величезною номенклатурою вироблюваної продукції і різноманітністю послуг, які надаються в процесі виробництва, обміну і споживання готової продукції.

Товари широкого споживання можна класифікувати за різними ознаками:

- за призначенням: одяг, взуття, меблі, побутова техніка і т.д.;
- по характеру попиту: товари повсякденного масового попиту (продукти харчування, мило, сірники) і товари вибіркового попиту (відеотехніка, телевізори, фотоапарати);
- по термінах використання: товари короткострокового (парфумерія, миючі засоби) і довгострокового користування (автомобілі, холодильники).

*Основним способом реалізації товарів широкого споживання є роздрібна торгівля*, коли продавець має вихід на покупця і має можливість отримати інформацію про потреби споживачів, рівень і динаміку попиту на товар. Видатною для реалізації товарів масового споживання є їх новизна, якість. Для реалізації споживчих товарів потрібна реклама, причому більш насичена, ніж для сировини і навіть машин і устаткування. Вона повинна бути постійною і здійснюватися у міру пропозиції на ринок нових моделей, які швидко змінюються.

До незалежних торгових компаній, які займаються реалізацією товарів широкого споживання на зовнішніх ринках, відносять:

- агентські будинки, що є видом посередницьких торгових фірм. Велика їх частинка західноєвропейського походження.
- багатопрофільні торгові компанії або торгові доми, ТНК, що включають разом з торговою компанією виробничі, банківські, страхові, транспортні і роздрібні фірми. Вони здійснюють широкий діапазон заходів

через велику мережу іноземних філій і дочірніх фірм, проникають на ринки багатьох країн.

➤ роздрібно-посилочні фірми – свою діяльність за кордоном здійснюють в двох формах: через філії здійснюють роздрібну торгівлю і посилочні операції, а також скуповують товари у маленьких фірм місцевих виробників. Через роздрібно-посилочні фірми, у основному американського і західноєвропейського походження, реалізується близько 20 % постачань готовій продукції країн, що розвиваються.

*Машини і устаткування* - найбільш динамічна стаття міжнародної торгівлі. На них доводиться близько 1/3 сучасної міжнародної торгівлі, а в експорті промислово розвинених країн частина машин і устаткування досягає 80%.

У канали міжнародної торгівлі поступають нові, раніше невідомі ринку машинотехнічні, електротехнічні, електронні і інші вироби. Широке використання в самому машинобудуванні мікропроцесорної техніки дозволило поповнити ринок машин роботами, гнучкими виробничими системами і т.д.

Старання підприємств замінити устаткування раніше терміну його фізичного зносу, привело до розвитку торгівлі машинами і оснащенням, які вже були у використанні. Такі машини продаються в досить хорошому експлуатаційному стані, а ціна їх залежно від рівня зносу складає лише 25-40% їх вартості.

Розвитку торгівлі машинами і оснащенням також сприяє поява таких нових форм міжнародної торгівлі, як постачання машинобудівної продукції в розібраному вигляді, у вигляді комплектного устаткування, оренди машин, використання різних форм стрічної торгівлі і, зокрема, торгівлі на компенсаційній основі, розміщення замовлень через торги, створення загальних підприємств, розвиток виробничий-збутової кооперації, торгівля ліцензіями, надання інжинірингових послуг.

*Особливістю торгівлі машинами і устаткуванням* є те, що відносини між продавцем і покупцем не закінчуються разом з постачанням продукції, як це має місце після постачання сировини, продовольчих товарів і товарів широкого споживання. При постачаннях оснащення ці відносини, по суті, тільки починаються. Після постачання складного технологічного оснащення експортер, як правило, бере на себе зобов'язання (якщо це обумовлений в контракті) виконати наступні операції:

- здійснити монтаж устаткування;
- навчити місцевий персонал;
- забезпечити безперервну роботу устаткування в гарантійний період, який триває не менше року після пуску в експлуатацію;
- забезпечити регулярне постачання запасних частин, а якщо це передбачено умовами окремої операції, то здійснити технічне обслуговування в післягарантійний період.

*Технічне обслуговування* – це виробничий процес у сфері обороту і виробничого або особистого споживання, направлений на забезпечення надійної роботи машинотехнічних виробів із заданими характеристиками.

У сфері обороту процес технічного обслуговування складається з двох частин:

1. Розпаковування, розконсервації, виправлення пошкоджень, отриманих при транспортуванні, заправки паливом, перевірки заводських регулювань, обкатки.

2. Передпродажне доопрацювання, яке включає:

доукомплектування продукції, що експортується, вузлами і агрегатами, усунення виробничих дефектів, заміну деяких вузлів і деталей для того, щоб машини відповідали умовам експлуатації в країні імпортера, і було конкурентноздатним на місцевому ринку.

Ці роботи можуть виконуватися продавцем, покупцем або посередником, але у будь-якому випадку за рахунок продавця.

У сфері споживання технічне обслуговування складається з двох етапів: технічного обслуговування в гарантійний період і технічного обслуговування в післягарантійний період. Для деяких видів технологічного устаткування з тривалими термінами амортизації експортери за бажанням покупців здійснюють також модернізацію устаткування на базі останніх технічних досягнень.

*Технічне обслуговування в гарантійний і післягарантійний період включає наступні елементи:*

- сприяння покупцеві в монтажі і пуску устаткування в експлуатацію;
- здійснення профілактичного огляду і усунення дефектів устаткування;
- забезпечення покупця технічною документацією на устаткування на мові країни імпортера або третьої країни (за домовленістю);
- навчання фахівців покупця правилам експлуатації устаткування і навикам його технічного обслуговування;
- регулярне надання покупцеві інформації про всі зміни, які вносяться до машин заводом-виробником.

*Постачання запасних частин* може здійснюватися, як один з елементів технічного обслуговування раніше поставлених машин і устаткування, так і як самостійна комерційна операція.

У першому випадку, будучи засобом для підтримки в експлуатаційному стані раніше поставленого виробником устаткування, запасні частини виступають як підлеглий, супутній товар, в другому – будучи виробленими і поставленими на ринок фірмами, незалежними від виробника машин і устаткування вони виступають як самостійний товар.

Запасні частини як товар мають деякі особливості. Кожна машина складається з сотні або навіть тисячі деталей, і будь-яка з них в процесі експлуатації може вийти з ладу і вимагати заміни. Тому перед їх виробниками стає завдання максимально оптимізувати номенклатуру і об'єм запасних частин, що випускаються, щоб, з одного боку, можливо повніше

забезпечити ними покупців, а з іншої – запобігти надлишку запасних частин, які не потрібні. Як свідчить практика, основна частина продажу доводиться на досить обмежену номенклатуру запасних частин.



### **Контрольні запитання**

1. Назвіть ознаки світового товарного ринку.
2. Які ознаки можуть бути покладені в основу класифікації товарів? Дайте їм характеристику.
3. Що таке номенклатура товарів?
4. Які види класифікаторів товарів використовуються у міжнародній торгівлі?
5. Визначте сутність світових цін на товари.
6. Назвіть основні види цін міжнародних контрактів.
7. Вкажіть форми цін залежно від моменту їх остаточного визначення.
8. Які цінові знижки є найпоширенішими у світовій торговій практиці?
9. У чому сутність світового ринку промислових товарів?
10. Назвіть характерні особливості міжнародної торгівлі промисловими товарами.
11. Охарактеризуйте сучасні тенденції розвитку світових ринків найважливіших груп промислових товарів.
12. Які особливості сучасної торгівлі машинно-технічною продукцією на світовому ринку?
13. У чому сутність поняття “сировинні товари”?
14. Які види ринків належать до світових ринків сировинних товарів?
15. Назвіть основні країни-експортери та країни-імпортери на світових ринках сировинних товарів.
16. Розкрийте поняття офerti та її акцепту.
17. Охарактеризуйте порядок укладання міжнародного комерційного контракту.
18. Опишіть структуру міжнародного контракту.
19. Охарактеризуйте процес виконання міжнародного комерційного контракту.
20. У чому полягає сутність зобов'язань та їх види?

# СЕМІНАРСЬКЕ ЗАНЯТТЯ

## Тема 3. Особливості функціонування світових товарних ринків

---

### Ключові терміни

**Товари** – це матеріальні предмети, що мають споживчу вартість.

**Сировинні товари** – продукти сільського господарства, лісового господарства, рибальства і полювання або будь-які корисні копалини, вартість яких незначно залежить від обробки.

**Напівфабрикати** – продукти, що вимагають подальшої обробки або включені до складу інших товарів, перш ніж вони стали знаряддям виробництва або предметом споживання.

**Готові вироби** – усі промислові вироби, призначені для споживання і використання у домашньому господарстві, а також капітальне обладнання для промисловості, сільського господарства і транспорту, промислові товари нетривалого користування, що застосовуються у промисловості як матеріали і паливо.

**Світові ціни** – це ціни реалізації товарів на світовому ринку; ціни найбільш впливових ринкових агентів. Залежно від того, про який товар ідеться, це ціни, якими користуються країни (експортери чи імпортери), біржі та аукціони, провідні фірми.

**Трансфертні ціни** – умовно-розрахункові ціни, які використовуються у межах ТНК для встановлення господарських зв'язків між їхніми підрозділами, що знаходяться в різних країнах.

**Ціни ринку** – це ціни, за якими ведеться торгівля на конкретному національному чи регіональному ринку.



### Питання для опрацювання:

- 2.1. Система класифікації товарів у міжнародній торгівлі.
- 2.2. Сутність світових цін на товари.
- 3.3. Специфічні риси здійснення зовнішньоторговельних операцій на світовому ринку за різними товарними групами



### Обов'язкові та додаткові завдання

#### Завдання 1.

Підприємство укладає зовнішньоторговельну угоду у 2008 році з іноземною фірмою на поставку обладнання у 2011 році за цінами на умовах

«КОВЗАННЯ».

На дату укладання контракту:

- Базисна ціна товару складала 10 млн. ум. од.
- Витрати на сировину – 45 %.
- Витрати на зарплату – 40 %.
- Постійні витрати – 15 %.
- Індекс цін на сировину за період «ковзання» – 1,54.
- Індекс цін на заробітну плату за період «ковзання» – 1,2.

На основі наведених даних розрахуйте, яку суму імпортер має сплатити експортеру у 2009 році за придбання обладнання.

**Примітка:**

Під «умовами ковзання» розуміють умови перерахунку базової ціни в кінцеву, за якою замовник розраховується з постачальником. У своїй пропозиції фірма вказує ціну і дату пропозиції (базисна ціна), порядок розкладання цієї ціни на складові елементи. У контракті, фіксуються наступні погоджені в переговорах умови: базисна ціна, питома вага її складових елементів; ціни матеріалів до моменту висновку угоди, тобто базові ціни і ставки; умови ковзання. Залежність кінцевої ціни від зміни цін на матеріали і тарифів заробітної плати встановлюють за формулою:

$$P_1 = P_0 (A (a_1/a_0) + B (v_1/v_2) + C),$$

де  $P_1$  – кінцева ціна устаткування;

$P_0$  – базова ціна ;

$A$  – частка в ціні витрат на матеріали;

$B$  – частка витрат на заробітну плату;

$C$  – незмінна частина ціни;

$a_0$  – базова ціна (індекс цін) матеріалів;

$a_1$  – ціна матеріалів за період ковзання, тобто під час виконання замовлення;

$v_0$  – базові ставки (індекс) заробітної плати;

$v_1$  – зміна тарифів зарплати за період виконання замовлення.

**Завдання 2.**

Україна вводить тариф на імпорт кави у розмірі 20 ум. од. за тону. На основі даних, наведених у таблиці, розрахуйте наступні величини:

1. Обсяг експорту кави Бразилії.
2. Вартість експорту кави Бразилії.
3. Розмір надходжень до державного бюджету України від тарифних зборів.

Показники	
Світова ціна на каву	300 ум. од. за 1 т.
Обсяг внутрішнього споживання	8 млн. т.
Обсяг внутрішнього виробництва	20 млн. т.

### Завдання 3.

Підприємство укладає зовнішньоторговельну угоду з іноземною фірмою у 2011 році на експорт хутра. На основі наступних даних Вам необхідно визначити експортну ціну на хутро з використанням принципу власних витрат виробництва у міжнародному ціноутворенні.

Показники	Розрахунок
1. Собівартість і прибуток підприємства	406,25
2. Сума акцизу за ставкою 35 %	?
3. Вільна оптова ціна підприємства без ПДВ	?
4. Сума ПДВ за ставкою 20 %	?
5. Вільна оптова відпускна ціна підприємства	?
6. Торговельна надбавка 25 %	?
7. Експортна ціна виробу	?

тис. грн.



### **Тестові завдання.**

- До міжнародних класифікацій товарів не належить:*
  - Гармонізована система опису і кодування товарів;
  - Стандартна міжнародна торговельна класифікація;
  - Класифікатор товарів за широкими економічними категоріями;
  - Міжнародний універсальний класифікатор товарів.
- В основу класифікації товарів можуть бути покладені такі ознаки:*
  - спосіб розрахунків;
  - рівень попиту і ціна;
  - рівень пропозиції;
  - призначення;
  - термін виготовлення;
  - спосіб виготовлення.
- Ціни, за якими ведеться торгівля на конкретному національному чи регіональному ринку, це:*
  - ціни ринку;
  - світові ціни;
  - ціни зовнішньої торгівлі;
  - ціни споживача;
  - ціни тендерні;
  - ціни фактичні.
- Грошове вираження міжнародної ціни виробництва, що складається на світовому ринку, ціни найбільш впливових ринкових агентів – це:*
  - монопольні ціни;
  - світові ціни;
  - номінальні ціни;
  - фактичні ціни;



д) контрактні ціни.

5. Джерелами світового ціноутворення є:

- а) біржові котирування;
- б) ціни аукціонів;
- в) ціни споживача;
- г) ціни фактурні;
- д) ціни пропозицій великих фірм;
- е) середні експортні та імпорتنі ціни.

6. Розрізняють такі форми цін міжнародного контракту залежно від моменту їх остаточного визначення;

- а) рухомі ціни;
- б) роздрібні ціни;
- в) тверді ціни;
- г) ціни з наступною фіксацією;
- д) ціни порівняльні;
- е) змінні ціни;
- є) ціни фактичні.

7. Ціни, які встановлюються тоді, коли об'єктом міжнародного контракту є товари з тривалим терміном створення і орієнтовно визначаються у момент підписання контракту, але можуть корегуватися залежно від динаміки ринкових цін на відповідні товари – це:

- а) ціни з наступною фіксацією;
- б) змінні ціни;
- в) рухомі ціни.

8. Ціни, які встановлюються тоді, коли об'єктом міжнародного контракту є товари з тривалим терміном створення та залежать не тільки від динаміки ринкових цін, а й від якості кінцевих виробників, а також реальних витрат виробника, які не завжди легко передбачити заздалегідь, це:

- а) ціни з наступною фіксацією;
- б) курсові ціни;
- в) регульовані ціни;
- г) ціни договірні.

9. Найбільш поширеними у світовій торговій практиці є такі знижки:

- а) прогресивні;
- б) спеціальні;
- в) сезонні;
- г) закриті;
- д) складні;
- е) бонусні.

10. Для міжнародної торгівлі промисловими товарами характерні такі особливості:

- а) зростання виробництва високотехнологічних виробів;
- б) перехід від одиничних до системних продажів;
- в) підвищуються вимоги імпортерів до екологічної безпеки товарів;

- г) довготермінове перевищення пропозиції над попитом;
- д) зниження тривалості життєвого циклу більшості видів товарів.

11. Основними світовими виробниками продукції мікроелектроніки є:

- а) Японія;
- б) США;
- в) Франція;
- г) Тайвань;
- д) Італія;
- е) Південна Корея.

12. Світовий ринок текстилю та одягу визначають наступні регіони:

- а) Південна Америка;
- б) Західна Європа;
- в) Африка;
- г) Близький Схід;
- д) Центральна Європа;
- е) Східна Азія.

13. Найпоширенішою формою торгівлі транспортними засобами на світовому ринку є:

- а) торгівля продукцією у розібраному вигляді;
- б) торгівля комплектним устаткуванням;
- в) торгівля готовою продукцією;
- г) усі відповіді правильні.

14. До узагальненого поняття «сировинні товари», як правило, належать:

- а) чорні та кольорові метали;
- б) мінеральна сировина;
- в) хімічні добрива;
- г) товари широкого вжитку;
- д) хімічна продукція;
- е) фармацевтична продукція.

15. Основними ринками сировинних товарів є:

- а) ринок руд і металів;
- б) ринок сталеливарної продукції;
- в) ринок палива;
- г) ринок зернових;
- д) усі відповіді правильні.



### **Завдання для самостійної роботи**

#### **1. Самостійно опрацювати наступні питання:**

- 1.1. Проблеми та перспективи лібералізації світового ринку сільськогосподарської продукції.
- 1.2. Світова торгівля машинно-технічною продукцією.
- 1.3. Сучасні тенденції світових ринків сировинних товарів.

1.4. Особливості розвитку світових ринків промислових товарів

**2. Підготувати реферат на тему:**

2.1. Правила визначення країни походження товару.

2.2. Форми розрахунків за експортно-імпортними операціями.

2.3. Особливості торгівлі товарами (група за власним вибором) на українському та світовому ринку.

## **Тема 4. Теоретичні основи світової торгівлі послугами**

### ***4.1. Загальна сутність міжнародної торгівлі послугами***

Світовий ринок послуг є сферою обміну послуг між країнами. Разом зі світовими товарними ринками, він є невід'ємною частиною міжнародних економічних відносин.

Міжнародна торгівля послугами – комплекс різноманітних видів економічної діяльності.

Різноманітність міжнародних послуг, їх подальша диверсифікація цілком відповідають характеру сучасного розвитку людства, економічних систем, науково-технічного прогресу. Транспортні, інформаційні, культурно-рекреаційні послуги, зв'язок, торгівля оптова й роздрібна, кредитно-фінансові операції, страхування, операції з нерухомістю, у сфері обігу, виробничі послуги, ремонт та обслуговування автотранспорту – ось лише частка переліку сучасних послуг у системі міжнародної економічної діяльності.

Еволюція природи та характеру послуг, інтеграція науки і виробництва, торгівлі та промисловості привели до суттєвих змін в умовах діяльності ринків, у суб'єктній інституційній структурі.

Прискореному розвитку послуг сприяє те, що більшості з її секторів властива вища норма прибутку, відносно короткі терміни окупності інвестицій порівняно з багатьма «товарними» секторами виробництва.

Зростання потреб у послугах безпосередньо пов'язане з дією таких основних чинників:

а) зумовленість розвитку багатьох виробничих галузей (промисловість, сільське господарство, будівництво) адекватним розвитком виробничих (транспорт, зв'язок, торгівля) і спеціальних послуг (банківських, страхових, юридичних, інформаційних, маркетингових тощо);

б) зміни в структурі попиту (тенденція до збільшення споживання послуг при зростанні доходів як фізичних, так і юридичних осіб);

в) розвиток науки і техніки, особливо інформаційних технологій, що призводить до появи нових видів послуг, пов'язаних зі збором, обробкою, збереженням та поширенням інформації;

г) динаміка міжнародного конкурентного середовища, що спричинює появу нових видів послуг і вдосконалення існуючих, а також активний обмін ними;

д) соціальна орієнтація урядових політик більшості країн світу, яка зумовлює збільшення вільного часу та зростання добробуту населення, які, в свою чергу, стимулюють розвиток таких видів послуг, як туризм, освіта, спорт, оздоровлення, культура тощо.

Історично економісти намагалися з'ясувати сутність послуг та їхню роль, виходячи з різних аспектів. Часто послуга визначалась як щось невідчутне, невидиме, те, що не є предметом торгівлі, або як категорія, котру не можливо пояснити і котра охоплює майже все, в той час як товари – відчутні, видимі, постійні і ними можна торгувати (табл. 4.1).

Таблиця 4.1

#### Якісні відмінності товарів і послуг

Товари	Послуги
Відчутні	Невідчутні
Видимі	Невидимі
Підлягають збереженню	Не підлягають збереженню
Експорт товару означає вивіз його з митної території за кордон без зобов'язання про ввіз назад	Експорт послуг означає надання послуги іноземцеві, тобто нерезиденту, навіть якщо він перебуває на митній території країни

Але за такого визначення поняття «послуга» виникає низка проблем: по-перше, є товари, які також невідчутні й невидимі (наприклад електронні програми); по-друге, це визначення не робить різниці між ефектом послуги і процесом її виробництва; послуга може бути і видимою, але її ефект тимчасовий; по-третє, це визначення наголошує на фізичних відмінностях, проте не висвітлює економічних аспектів послуг і того, як вони виробляються і продаються. Деякі економісти доводять, що визначення послуги має відрізнити процес виробництва послуги і послугу як продукт. Виходячи з цього, економіст Гілл (1977 р.) запропонував своє визначення послуги: *послуга* – це зміна умов належності особи або товару будь-якому економічному суб'єктові, яка впливає з діяльності іншого економічного суб'єкта зі згоди першого. Він вирізняв два важливі аспекти послуг: а) вони не можуть передаватись далі; б) надання послуг потребує діяльності однієї особи для іншої. Економіст Герш (1989 р.) визначає *послугу* як угоду (транзакцію з позитивним чинником одночасності). Економіст Ніколайдес (1989 р.) запропонував визначення, що охоплює як фактичні відмінності, так і характеристики операцій з послугами: послуга – це транзакція, яка є не

просто передаванням прав власності на об'єкт (відчутний чи ні), вона охоплює також низку завдань, які виконуються виробником для споживача. Виконання цих завдань потребує контакту між ними, виробництво і реалізація послуг не можуть відокремлюватися одне від одного.

Терміном «послуга» визначається трудова доцільна діяльність, результати якої мають корисний ефект, що задовольняє яку-небудь потребу людини. У той же час послуга – це економічна продукція (кінцева або проміжна), яка є непомітною. До послуг прийнято відносити такі види праці та виробництва, які створюють специфічні вартості у формі трудової діяльності. Вони корисні не як речі, а як діяльність певного призначення. Послуги мають усі ознаки товару: створюються працею, виробляються для інших, тобто мають громадську споживчу вартість і надходять у користування інших осіб або споживаються останніми в процесі обміну. Отже, **послуга** – це цілеспрямована дія економічного змісту, результат якої виражається у термінах споживчої вартості та проявляється як задоволення конкретної потреби людини.

**Міжнародна природа послуги** проявляється або в безпосередньо міжнародному її характері, або в різноманітних економічних наслідках певної комерційної акції, які можуть бути пов'язані з виникненням різного роду зобов'язань чи перспектив щодо подальшого співробітництва різнонаціональних контрагентів. Контрагентами в процесі надання міжнародних послуг можуть бути однонаціональні й різнонаціональні фізичні та юридичні особи в різних комбінаціях.

Галузі сфери послуг надзвичайно різноманітні. До них належать як державний сектор (біржі праці, суди, лікарні, військові служби, пожежна охорона, поліція, пошта, освітні установи), так і приватний безприбутковий сектор (музеї, церква, благодійні організації). До сфери послуг належить і значна частина виробничого комерційного сектора (банки, готелі, авіакомпанії, страхові, інвестиційні та консалтингові фірми, кіностудії). Постійно виникають нові галузі сфери обслуговування, зокрема в останні десятиріччя з'явилися фірми, що надають послуги з фінансових питань, інформаційного забезпечення, працевлаштування тощо.

Через невідчутність і невидимість більшості послуг торгівлю ними іноді називають невидимим експортом та імпортом. Проте широко диверсифікована низка можливих послуг має дихотомічну природу стосовно матеріальних носіїв та процесу виробництва. По-перше, послуги можуть спрямовуватися на заміну споживчої якості певного товару, тобто обов'язково прив'язуватись до цілком конкретного об'єкта (у такому випадку вони належать до матеріальних за природою та виробничих за характером) або на духовні, інформаційні, безпосередньо фізично-медичні потреби людини (тобто можуть обходитись без повного матеріального носія, але в будь-якому разі за характером є невиробничими).

Але в обох випадках характерною рисою послуг є безпосередність впливу з боку суб'єкта, який надає послугу, на споживача та споживчі якості

товару, що підлягає обробці. Тобто для реалізації послуг безпосередній прямий контакт між їх виробником та споживачем.

Проте і в даному випадку є численні винятки. Наприклад, деякі послуги цілком відчутні (роздрукована доповідь консультанта або комп'ютерні програми на дискеті), цілком видимі (модельна стрижка або театральна вистава), піддаються збереженню (послуги телефонного автовідповідача) і далеко не завжди потребують прямої взаємодії покупця і продавця (автоматична видача грошей у банку по дебіторській картці).

**Ринок послуг** – це розгалужена система вузькоспеціалізованих ринків, зокрема ринку транспортних послуг, комунікацій, комунального обслуговування, громадського харчування, туристично-рекреаційних послуг. Готельний бізнес, рекламні і консалтингові послуги, страхові та фінансові послуги, агентські та брокерські послуги, адвокатські послуги, ріелтерські послуги, франчайзинг, торгівля ліцензіями і патентами, ноу-хау, промисловими зразками та корисними моделями, інжиніринг, лізингові послуги тощо так само формують комплекс послуг, які пропонуються на згаданому ринку. Міжнародна статистика свідчить про те, що ринок послуг є одним з найбільш швидко зростаючих секторів світового ринку.

**Міжнародний (світовий) ринок послуг** – це диверсифікована система спеціалізованих ринків послуг, участь у функціонуванні якої у той або інший спосіб беруть усі країни.

Участь у роботі світового ринку послуг держав та агентів підприємницької діяльності зумовлюється природними чинниками та історично обумовленою спеціалізацією країн, сучасними тенденціями прогресу.

Значення ринку послуг за останні десятиліття дуже зросло – як у внутрішній економіці, так і у світовій. Розвиток міжнародного ринку товарів обумовив формування та інтенсивний розвиток міжнародного ринку послуг. Це пов'язано з досягнутим рівнем міжнародного розподілу праці, соціально-економічними та науково-технічними досягненнями й потребами окремих країн. Торгівля послугами за своїми базовими економічними принципами переважно не відрізняється від звичайної товарної торгівлі. Так само, як і у виробництві товарів, певні країни можуть мати відносні переваги у виробництві певних послуг та закуповувати інші послуги на міжнародному ринку.

Сьогодні сектор послуг у розвинутих країнах сягає щонайменше половини отриманих прибутків. Торгівля послугами розвивається більш швидкими темпами, ніж зовнішня торгівля в цілому. Так, якщо ринок послуг зріс удвоє за період з кінця 80-х – початку 90-х років до 1997 р., тобто 7–8 років, то таке ж двократне збільшення світового експорту відбувалось за останні 15 років. Це зумовлено, зокрема, різким зниженням транспортних витрат, що збільшило ступінь мобільності виробників і споживачів послуг, а також розвитком нових форм і засобів супутникового зв'язку та відеотехніки, які в багатьох випадках дають змогу взагалі відмовитись від особистого спілкування продавця і покупця.

## **4.2. Особливості послуг як специфічного товару**

Послугам властиві певні особливості, які відрізняють їх від товарів, обумовлюють специфічність організації та обліку міжнародної торгівлі ними, суттєво впливають на міжнародні маркетингові дії фірм-експортерів послуг.

Характеристики міжнародних послуг доволі широкі, що передусім зумовлюється їхньою різноманітністю та різнохарактерністю.

Послуги є водночас і предметом, яким торгується на світовому ринку, і його потужним динамізатором, чинником, який дедалі більше визначає його параметри, тенденції і навіть характер процесів глобалізації.

Та, незважаючи на це, протягом багатьох років послуги практично не вивчалися у міжнародній економіці. Частково це пов'язано з тим, що оцінка торгівлі послугами за своєю сутністю є складнішою, ніж оцінка торгівлі товарами. Послуги значно складніше піддаються формалізованому визначенню. Деякі послуги визначаються скоріш за все абстрактними поняттями, ніж будь-якою фізичною властивістю чи фізичною функцією. На відміну від торгівлі товарами у сфері торгівлі послугами митного кордону не перетинає вантаж, який має міжнародний товарний код і супроводжується документацією з описом товару, інформацією щодо його кількості, якості тощо, а також не існує адміністративної системи стягування мита, завдяки якій збирається необхідна для аналізу інформація про рух товарів у міжнародній торгівлі. Отримання необхідної інформації про торгівлю послугами (після визначення її змісту) залежить від однакового трактування визначень постачальниками таких даних. Це, в свою чергу, визначається тією інформацією, яка може бути отримана з бухгалтерської звітності або різноманітних інформаційних джерел, включаючи адміністративні.

Відмінності торгівлі послугами від торгівлі товарами пов'язані з особливою мобільністю учасників відповідних угод та предметів торгівлі:

- на відміну від торгівлі товарами продавець послуг сам може виїжджати до покупця, що є резидентом іншої країни. Такими послугами можуть бути будівництво та монтаж об'єктів за кордоном, консалтингові, аудиторські, бухгалтерські послуги.

- може приїжджати до продавця послуг і покупець, якщо у своїй країні він не може отримати відповідної послуги або її якість удома є нижчою чи вартість більшою. Це може бути у випадках з туризмом, освітою, лікуванням, обслуговуванням вантажів, ремонтом транспортного рухомого складу. Крім того, продавець та покупець можуть «зустрічатися» у третій країні – на міжнародних виставках, конференціях тощо.

- у процесі торгівлі послугами на відміну від торгівлі товарами держава, з одного боку, може відігравати більшу роль, а з іншого – навпаки, навіть втрачати важелі ефективного контролю над економічними процесами. Такі типові у міжнародній торгівлі послуг галузей, як транспорт, зв'язок, охорона здоров'я, освіта, наука та інші, перебувають, як правило, в частковій, а інколи навіть у переважаючій державній власності. Тому в певних галузях

сфера послуг захищається державою від іноземної конкуренції більш активно, ніж сфера матеріального виробництва.

Одним з елементів зв'язку торгівлі послугами з торгівлею товарами, особливо в умовах загострення конкуренції на світових товарних ринках, є допоміжно-збутова роль міжнародних послуг. Ця роль характерна для всіх етапів маркетингової діяльності експортерів, починаючи з вивчення цільових ринків, використання глобальних інформаційних мереж і закінчуючи післяпродажним технічним обслуговуванням проданих товарів. Таке обслуговування відіграє важливу роль у збутовій політиці, підвищенні конкурентоспроможності на ринках технологічної продукції.

Як правило, послуги надаються та споживаються в один і той самий час, тобто споживач безпосередньо бере участь у процесі надання послуги (наприклад отримання консультації). Послуги часто не є стандартизованими: вони пристосовані до потреб конкретного споживача. Послуги неможливо зберегти, як виробничі запаси. У різних країнах послуги різняться між собою, існує значна їх диференціація.

Отже, *міжнародна торгівля послугами може відбуватися у формі:*

- перетинання кордонів сервісними продуктами;
- руху споживачів до країни імпорту;
- встановлення комерційної присутності у країні, де надаватиметься послуга;
- тимчасового переїзду фахівців до країни з метою надання послуг.

Враховуючи зазначене, можна виокремити такі *особливості послуг як специфічного товару:*

- невидимість;
- нерозривність процесу виробництва і реалізації;
- розрив у часі між фактом купівлі-продажу та фактом її споживання;
- неможливість накопичення, зберігання і транспортування;
- невідчутність на дотик;
- високий ступінь індивідуалізації залежно від вимог споживача;
- територіальна розрізненість їх виробника та споживача.

У зв'язку з цим, *міжнародна торгівля послугами порівняно з торгівлею товарами має такі відмінності та особливості:*

- надання більшості видів послуг здійснюється на прямих контактах між їх виробниками та споживачами, оскільки послуги надаються (виробляються) та споживаються в основному одночасно і не зберігаються;
- регулювання здійснюється не на кордоні, а всередині країни відповідними положеннями внутрішнього законодавства, тобто послуги через свою специфіку не проходять через митний контроль і не оформляються вантажною митною декларацією;
- велика залежність обсягу послуг і їх вартості від складності та наукомісткості товарів (аналіз ринків, маркетингове консультування, транспортування та логістика, перепродажне і післяпродажне обслуговування, страхування, реклама, банківське обслуговування тощо);



- купівля-продаж послуг на світовому ринку тісно взаємодіє з міжнародним рухом капіталу та міграцією робочої сили і, навпаки, розвиток світових ринків товарів, капіталів, робочої сили стимулює міжнародний попит і пропозицію на різноманітні послуги;
- ринок послуг функціонально пов'язаний зі світовим ринком робочої сили (найважливіші характеристики ринку послуг і, перш за все ціни, значною мірою визначаються станом ринку робочої сили, закономірностями та особливостями його розвитку);
- у значно більшому ступені характерним є врахування конкретних умов виконання робіт і заздалегідь визначених вимог споживача у зв'язку з виконанням послуг на замовлення;
- сфера послуг більше захищається державою від іноземної конкуренції, ніж сфера матеріального виробництва, в результаті чого у міжнародній торгівлі послугами існує більше протекціоністських перешкод і конкурентних бар'єрів;
- послуги, що надходять в особисте споживання (туризм, освіта, культура тощо), не можуть бути задіяні в господарському обороті.

### **4.3. Класифікація послуг як предмета торгівлі**

Класифікаційні критерії послуг та методики контролю за ринком розробляються, зважаючи на важливість адекватного регулювання плинного ринку послуг, оптимізації параметрів його функціонування та розвитку на національному та міжнародному рівнях.

Торгівля послугами пов'язана з процесами інвестування, будівництва, банківсько-кредитної діяльності та з іншими формами міжнародної економічної діяльності. Тобто, маючи ознаки самостійної форми міжнародного співробітництва, торгівля послугами є об'єднуючим елементом.

Об'єктивними критеріями класифікації послуг є характер їх учасників і чинників, а саме:

- суб'єктів послуг;
- предметів і об'єктів послуг;
- взаємин між учасниками ринку послуг;
- механізм реалізації послуг.

Враховуючи зазначене, залежно від способу доставки споживачам послуги класифікують на:

а) послуги, пов'язані з інвестиціями та виробничою кооперацією (готельні, професійні послуги, передавання технологій);

б) послуги, пов'язані з торгівлею (транспортні, технічне обслуговування, страхування);

в) послуги, пов'язані з інвестиціями, виробничою кооперацією та торгівлею (зв'язок, будівництво, обслуговування виробничого обладнання);

г) послуги, які мають автономний характер (інформаційні, особисті, культурні, рекреаційні).

Існує низка статистичних систем та класифікацій послуг (часто не порівнянних між собою), зокрема: Керівництво з платіжного балансу (п'яте видання МВФ), Система національних розрахунків 1993 р., Класифікація основних продуктів ООН, Міжнародна стандартна галузева класифікація усіх видів економічної діяльності, Класифікація торгівлі послугами ОЕСР та Євростату, рекомендації зі статистики міжнародної міграції ООН тощо.

*Порадник зі складання платіжного балансу МВФ*, яким користуються усі країни світу, відносить до торгових (тобто міжнародних) послуг такі їх види та підвиди: транспорт (пасажирський і вантажний), поїздки (ділові і особисті), зв'язок, будівництво, страхування, фінансові послуги, комп'ютерні та інформаційні послуги; роялті та ліцензійні платежі, інші бізнес-послуги (посередницькі послуги, лізинг та інші ділові, професійні і технічні послуги), особисті, культурні та рекреаційні послуги (аудіовізуальні та інші), державні послуги, не віднесені до інших категорій.

*Система національних рахунків 1993 р.* є комплексною системою рахунків, пов'язаних з економічною діяльністю та секторами економіки країни. Для збору даних по операціях певної країни з усіма іншими в цій системі передбачений «рахунок зовнішніх операцій». У рамках цього рахунка існує «рахунок зовнішніх операцій по товарах та послугах», де окремо реєструються торгівля товарами та послугами.

*Класифікація ГАТТ/СОТ* включає понад 600 різновидів послуг. Вона базується на Міжнародній стандартизованій промисловій класифікації, яка прийнята ООН і визнається у багатьох країнах світу. Згідно з цією класифікацією до послуг належать ділові послуги (професійні, комп'ютерні та суміжні послуги, послуги з досліджень і розробок, послуги у сфері нерухомості, послуги, супутні позичанню або лізингу без операторів, інші ділові послуги); послуги зв'язку (поштові, кур'єрські, телекомунікаційні, аудіовізуальні та інші послуги); будівництво та суміжні інженерні послуги, послуги дистриб'юторів (послуги комісійних агентів, послуги оптової та роздрібною торгівлі, франчайзинг, інші); послуги у сфері освіти, послуги з охорони навколишнього середовища, фінансові послуги, соціальні послуги, пов'язані з охороною здоров'я, послуги, пов'язані з туризмом, послуги, пов'язані з організацією відпочинку, культурних і спортивних заходів, транспортні послуги, інші послуги (табл. 4.2).

Таблиця 4.2

#### Класифікація послуг у рамках ГАТТ/СОТ

Номер	Назва послуги	Кількість груп
1.	Комерційні (ділові) послуги	46
2.	Послуги зв'язку (комунікаційні)	25
3.	Послуги з будівництва та суміжні інженерні послуги	5
4.	Послуги дистриб'юторів (пов'язані з розподілом)	5

<i>Продовження табл. 4.2</i>		
5.	Послуги у сфері освіти	4
6.	Послуги з охорони довкілля	4
7.	Фінансові послуги	17
8.	Послуги у сфері охорони здоров'я та в соціальній сфері	4
9.	Послуги, пов'язані з туризмом	4
10.	Послуги з організації відпочинку, культурних та спортивних заходів	5
11.	Транспортні послуги	33
12.	Інші послуги, не зазначені вище	

В ГАТС виокремлюють такі 4 способи (методи) постачання послуг (рис. 4.1):

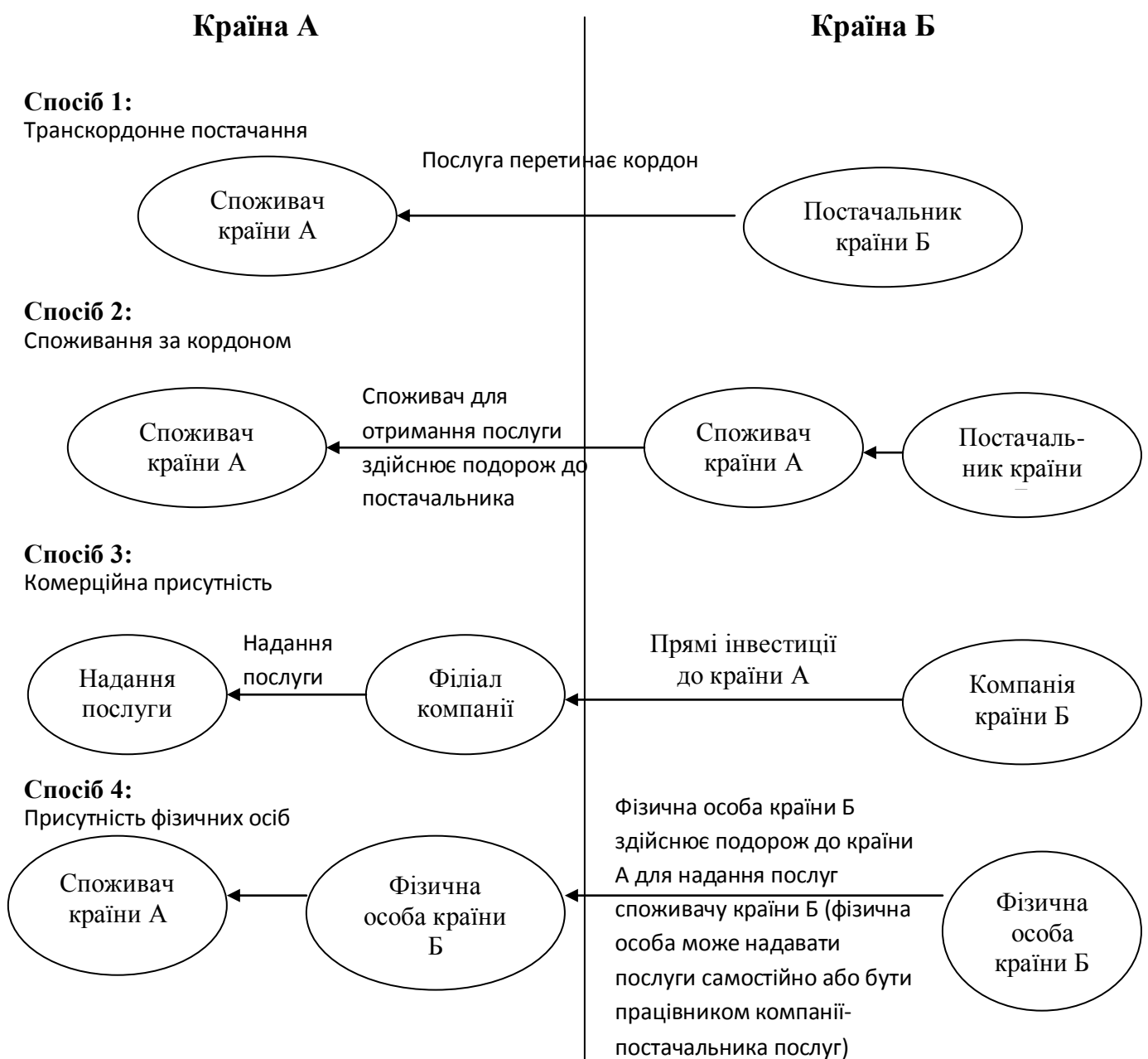


Рис. 4.1. Способи поставки послуг згідно з ГАТС

1) транскордонне постачання: послуги надаються фірмою в одній країні, а споживач перебуває в іншій (наприклад, консультаційні послуги, що надаються через міжнародні телефонні мережі, постачання послуг поштою, переказ грошей через банки). Постачальник і споживач послуги не переміщуються через кордон, його перетинає тільки послуга;

2) споживання за кордоном: споживачі приїжджають до іншої країни, щоб отримати чи придбати послуги (наприклад, туристичні послуги, освіту, медичні послуги в лікарні іншої країни тощо). Постачальник не переміщується.

3) комерційна присутність: постачальник через філіал, представництво, дочірню компанію чи іншу структуру надає послуги на території іншої країни, де перебуває споживач (наприклад, послуги в країні філіалу іноземного банку). Тобто постачальник послуг переміщується, а споживач ні.

4) присутність фізичних осіб, які здійснюють подорож до країни споживача для надання йому послуг (наприклад, відрядження консультантів, медиків, гастролі театрів, артистів, лекції професорів університетів, послуги архітекторів та інше).

*Класифікація Світового банку* передбачає поділ усіх послуг на дві групи:

➤ чинникові послуги, які включають платежі, що виникають у зв'язку з міжнародним рухом чинників виробництва (доходи та інвестиції, роялті, ліцензійні платежі, зарплата нерезидентам);

➤ нечинникові послуги, які включають решту видів послуг (транспорт, подорожі та інші нефінансові послуги).

Згідно з підходом, який прийнятий *конференцією ООН з торгівлі та розвитку (ЮНКТАД)*, виокремлюють вісім видів послуг:

- 1) фінансові;
- 2) зв'язку;
- 3) будівельні та проектно-конструкторські;
- 4) транспортні;
- 5) професійні та ділові (юридичні, медичні тощо);
- 6) комерційні;
- 7) туристичні;
- 8) аудіовізуальні (теле-, відео- кінематографічні).

Якщо брати до уваги *описовий класифікатор*, то серед усіх видів міжнародних послуг можна виокремити ті, які визначають сутність природи господарської діяльності певної фірми або відповідної галузі, і ті, що репрезентують лише окремі види господарської активності бізнесових структур.

Враховуючи зазначене, можна виокремити у системі міжнародної торгівлі послугами два блоки:

- 1) структурно-галузеві компоненти – це:
  - інформаційні послуги;
  - міжнародні транспортні послуги;

- міжнародний туризм;
- банківсько-страхувальні послуги;
- 2) виробничо-комерційні операції – це:
  - лізинг;
  - франчайзинг;
  - інжиніринг;
  - ліцензійний обмін;
  - міжнародні орендні операції.

#### **4.4. Сучасний стан та перспективи розвитку світової торгівлі послугами**

Протягом тривалого часу для визначення ролі сфери послуг у національній економіці використовувалися два показники: частка цього сектора в загальній кількості зайнятих і частка обсягу наданих послуг у ВВП. Сьогодні спеціалісти хоча і зважають на недосконалість обох показників, проте продовжують використовувати їх для різноманітних економічних порівнянь, продовжуючи, поряд з цим, пошуки більш досконалих критеріїв економічного аналізу і оцінки ролі сфери послуг у національній економіці. Так, останнім часом для оцінки значення сектора послуг в економіці окремої країни використовується індекс, що розраховується як співвідношення частки експорту товарів до частки експорту послуг у ВВП. Якщо цей показник тримається на низькому рівні, то послуги мають важливе значення для економіки цієї країни. Найнижчий індекс мають Австралія, Бельгія, США, Іспанія, Франція, Сінгапур, Великобританія, Швейцарія.

З метою оцінки вартісних обсягів міжнародної торгівлі послугами та порівняння їх по країнах найактивніше використовуються дані, що містяться у платіжних балансах. Проте ці дані обмежені. Проблема в тому, що до початку 90-х років більшість великих країн (в основному з перехідною економікою) взагалі не розраховували дані про торгівлю послугами; методологія обліку різних статей послуг дуже відрізнялася по окремих країнах; більшість міжнародних операцій з послугами, зокрема тих, що надавались одним підрозділом фірми іншому, взагалі не включалися до статистики платіжного балансу: певні типи угод з надання послуг, особливо такі, як платежі, пов'язані з міжнародним рухом чинників виробництва, передусім капіталу та робочої сили (прибутки від інвестицій, роялті та ліцензійні платежі) помилково записувалися до інших статей платіжного балансу; по окремих видах послуг велась статистика лише щодо їх сальдо. Тому обсяги міжнародної торгівлі послугами, що відображались статистикою платіжних балансів, можна вважати дещо заниженими.

Для оцінки рівня спеціалізації певної країни на експорті послуг прийнято розраховувати спеціальний індекс. Він показує співвідношення частки експорту і частки імпорту послуг у ВВП. Найбільшою мірою

зорієнтований на експорт сектор послуг Швейцарії, США, Іспанії, Гонконгу, Австрії, Великобританії, Бельгії, Люксембургу, Італії. Проте значна частка послуг у загальному обсязі експорту тієї або іншої країни не обов'язково відображає високий рівень її економічного розвитку. Міжнародна торгівля послугами не є винятковою прерогативою промислово розвинутих країн. У низці країн, що розвиваються, послуги також становлять значну частину їхнього експорту.

Міжнародна торгівля послугами надзвичайно динамічна сфера розвитку світового господарства. Так, частка послуг у ВВП розвинутих країн становить близько 70%, а країн, що розвиваються, – 55%. У сфері послуг розвинутих країн світу зайнято понад 60% працюючих.

Таблиця 4.3

**Провідні експортери та імпортери на світовому ринку послуг  
на початок 2010 р.**

Місце	Експортери	Обсяги, млрд. дол. США	Частка, %	Річний приріст, %	Місце	Імпортери	Обсяги, млрд. дол. США	Частка, %	Річний Приріст, %
1	США	474	14,1	9	1	США	331	10,5	-9
2	Об'єднане Королівство	233	7,0	-18	2	Німеччина	253	8,1	-13
3	Німеччина	227	6,8	-12	3	Об'єднане Королівство	161	5,1	-18
4	Франція	143	4,3	-14	4	Китай	158	5,0	0
5	Китай	129	3,8	-12	5	Японія	147	4,7	-10
6	Японія	126	3,8	-14	6	Франція	126	4,0	-10
7	Іспанія	122	3,6	-14	7	Італія	115	3,6	-10
8	Італія	101	3,0	-14	8	Ірландія	103	3,3	-5
9	Ірландія	97	2,9	-5	9	Іспанія	87	2,8	-17
10	Нідерланди	91	2,7	-12	10	Нідерланди	81	2,7	-8
<i>Разом</i>		<i>1743</i>	<i>52</i>		<i>Разом</i>		<i>1562</i>	<i>49,8</i>	
<b>Усі країни світу</b>		<b>3350</b>	<b>100</b>	<b>-12</b>	<b>Усі країни світу</b>		<b>3145</b>	<b>100</b>	<b>-12</b>

Міжнародна торгівля послугами не є винятковою прерогативою промислово розвинутих країн. У ряді країн, що розвиваються, послуги також складають значну частину їхнього експорту. Тому для оцінки участі країн у міжнародному поділі праці доцільно враховувати показник її частки у світовій торгівлі послугами.

Найбільш динамічно розвивається міжнародна торгівля комерційними послугами (53,1% від загального обсягу послуг), до складу яких входять комунікаційні, страхові, фінансові, приватні, культурні та рекреаційні,

комп'ютерні та інформаційні послуги, будівництво, роялті та ліцензійні послуги, а також інші бізнес-послуги. Основними країнами-гравцями на цьому ринку є країни Європи, що експортують та імпортують половину обсягу усіх послуг цього типу, і Азії (Японія, Китай, Індія та ін.), де загальний обсяг експорту складає 22%, а імпорту – 24%.

На сьогодні десятку країн-лідерів у сфері комерційних послуг очолюють країни Європейського Союзу та США, що разом займають понад 70% світових обсягів експорту та імпорту. У сфері комунікаційних послуг до них приєднуються такі експортери як Кувейт та Індія, та імпортери – Канада,

Росія та Китай; у сфері будівельних послуг – Японія, Китай та Росія; страхових послуг – Канада, Мексика та Швейцарія; фінансових послуг – Швейцарія, Японія, Китай; приватних, культурних та рекреаційних – Канада, Туреччина, Індія; комп'ютерних та інформаційних – Індія, Китай та Японія; роялті та ліцензійних послуг – Японія, Швейцарія та Канада; а також інші бізнес-послуг – Китай, Японія та Корея.

Основним світовим експортером та імпортером послуг є США, на долю якої припадає близько 14% та 10,5% від загального світового експорту та імпорту послуг відповідно. Великобританія (7% від світового експорту та 5,1% від імпорту), Німеччина (6,8% та 8,1%), Франція (4,3% та 4%), Китай (3,8% і 5%) та Японія (3,8% та 4,7%) посідають наступні 5 місць. Замикають десятку лідерів відповідно - Іспанія (3,6% від загального експорту та 2,8% від імпорту), Італія (3% та 3,6%), Ірландія (2,9% та 3,3%) і Нідерланди (2,7% по експорту та імпорту). Таким чином, на десятку країн світу припадає понад половини обсягів світового експорту та імпорту комерційних послуг.

Аналізуючи темпи зростання світового експорту, слід зазначити, що найбільшого приросту обсягів експорту було досягнуто в країнах Західної Європи (1,98 раза), а імпорту – в Північній Америці та Західній Європі (1,97 раза). З даних таблиці 4.6 видно, що за темпами зростання експорту комерційних послуг регіони розташовуються у такій послідовності: Західна Європа, Азія (1,88 раза), Африка (1,77), Північна Америка (1,76), Латинська Америка (1,66), Центральна та Східна Європа, країни Балтії та СНД (1,31), Близький Схід (1,27). Стосовно країн Центральної та Східної Європи, Балтії та СНД слід зазначити, що з 1998 р. (коли вперше були оприлюднені дані про торгівлю послугами) обсяги як експорту, так і імпорту є нестабільними за роками.

Тенденція до збільшення ролі послуг у світовій економіці веде до того, що в переліках провідних корпорацій світу з'являється дедалі більше компаній, які спеціалізуються на наданні послуг (наприклад, американська компанія «Майкрософт», яка є виробником комп'ютерної техніки, спеціалізується також на наданні послуг з програмного забезпечення).

Протягом останніх років послідовність у лідерстві певних видів послуг не змінилась. Характерним є зменшення питомої ваги транспортних послуг, а збільшення «інших» послуг, тобто це свідчить про те, що в світовий торговельний обіг динамічно залучаються нові види послуг.

Основні тенденції розвитку міжнародного ринку послуг передусім пов'язані з різною динамікою зростання окремих сегментів національних відтворювальних комплексів та підгалузей. Зокрема вони зумовлюються подальшим збільшенням обсягів інформатизаційного бізнесу, поширенням Інтернет-технологій, створенням нових можливостей розвитку комп'ютерних, телекомунікаційних послуг, зростають обсяги міжнародного консультаційного бізнесу (наукові рекомендації, господарські рішення).

Поширюється діяльність дедалі зростаючих численних науково-виробничих об'єднань, які здійснюють весь комплекс заходів циклу від розроблення нових видів послуг, товарів до поставок кінцевої продукції кінцевому споживачеві. Різноманітними стають послуги у фінансово-кредитній сфері, що відбувається у зв'язку з поширенням нових форм кооперування виробництва, диверсифікацією попиту, урізноманітненням вимог до платежів, розрахунків (наприклад за допомогою пластикових карток), страхувальних, кредитних, бухгалтерських та інших операцій.

Сталою тенденцією є збільшення частки туристичних послуг. Це пояснюється сукупністю чинників соціально-економічного характеру, таких як підвищення якості життя, вдосконалення транспортної мережі, послаблення митних, валютних обмежень і прикордонних формальностей, інформаційна глобалізація.

Найдинамічніше на сьогодні розвивається міжнародна торгівля управлінськими, правовими, бухгалтерськими, аудиторськими, інформаційними, кадровими, банківськими, страховими, дослідними, рекламними, посередницькими, сервісними та маркетинговими послугами. Разом з тим, знизилась питома вага транспортних послуг, які раніше переважали, що пов'язано як з раціоналізацією перевезень і розміщенням виробництва в країнах споживання, так і з появою нових видів послуг на світовому ринку.

Проте на сучасному етапі світовий ринок послуг як галузевий товарний ринок поки що не є органічною системою, він тільки розвивається у напрямку цілісності, перебуває у фазі становлення. Про це свідчать такі процеси і явища, як незбалансованість протягом тривалого часу попиту та пропозиції в багатьох галузях послуг, значні відмінності в тарифах на однакові види послуг, відсутність глобальної системи регулювання торгівлі послугами, а також єдиної класифікації послуг, як це існує по товарній торгівлі (Гармонізована система опису та кодування товарів).

Динаміка та структура міжнародного ринку послуг обумовлена відмінностями в розвитку економіки та обслуговуванні інфраструктури між країнами і регіонами світу. Однак загалом сектор послуг протягом багатьох років продовжує позитивно впливати на економіку більшості країн світу, забезпечуючи зростання ВВП. Після різкого зменшення обсягів торгівлі послугами під час світової економічної кризи у 2010 р., ринок почав відновлюватись (табл. 4.4).



Таблиця 4.4.

**Світова торгівля комерційними послугами  
за регіонами та окремими країнами**

Регіони і країни	Експорт						Імпорт					
	Обсяг (млрд дол.)	Щорічні зміни (%)					Обсяг (млрд дол.)	Щорічні зміни (%)				
		2010	2005/ 2010	2007	2008	2009		2010	2010	2005/ 2010	2007	2008
<b>Світ</b>	3665	8	20	13	-12	8	3505	8	19	14	-11	9
<i>Північна Америка</i>	599	7	15	9	-8	9	471	6	9	9	-9	9
США	515	8	16	10	-7	8	358	6	8	9	-8	7
<i>Латинська Америка</i>	111	10	18	15	-8	11	135	14	22	21	-9	23
Бразилія	30	15	26	27	-9	15	60	22	28	28	-1	35
<i>Європа</i>	1724	6	21	12	-14	2	1504	6	19	12	-13	1
ЄС	1553	6	21	12	-14	2	1394	5	19	12	-13	1
Німеччина	230	7	18	15	-12	2	256	4	16	11	-12	1
Росія	44	12	27	30	-19	6	70	13	32	30	-20	18
<b>Україна</b>	16	12	26	27	-23	20	11	10	29	43	-30	0
<i>Африка</i>	86	9	19	14	-9	11	141	14	28	30	-12	12
<i>Азія</i>	963	12	22	16	-11	21	961	11	18	16	-10	20
Китай	170	18	33	20	-12	32	192	18	29	22	0	22
Японія	138	6	10	15	-14	9	155	5	11	13	-12	6

Структура міжнародної торгівлі послугами доволі складна. У світовій торгівлі послугами найбільше значення протягом багатьох років займають транспорт і туризм (рис. 4.2).

Останнім часом швидко зростає значення інших комерційних послуг, а саме інформаційно-телекомунікаційних, фінансових, електронної торгівлі тощо. У товарній структурі світової торгівлі послугами в останні 20 років частка транспортних послуг збільшилась у два рази, обсяги міжнародного туризму – майже в 4 рази, інші послуги – у понад 4,5 рази. Найбільш динамічно розвивається міжнародна торгівля діловими послугами, зокрема управлінськими, професійними, банківськими, страховими, аудиторськими, що становлять до чверті всієї торгівлі послугами.

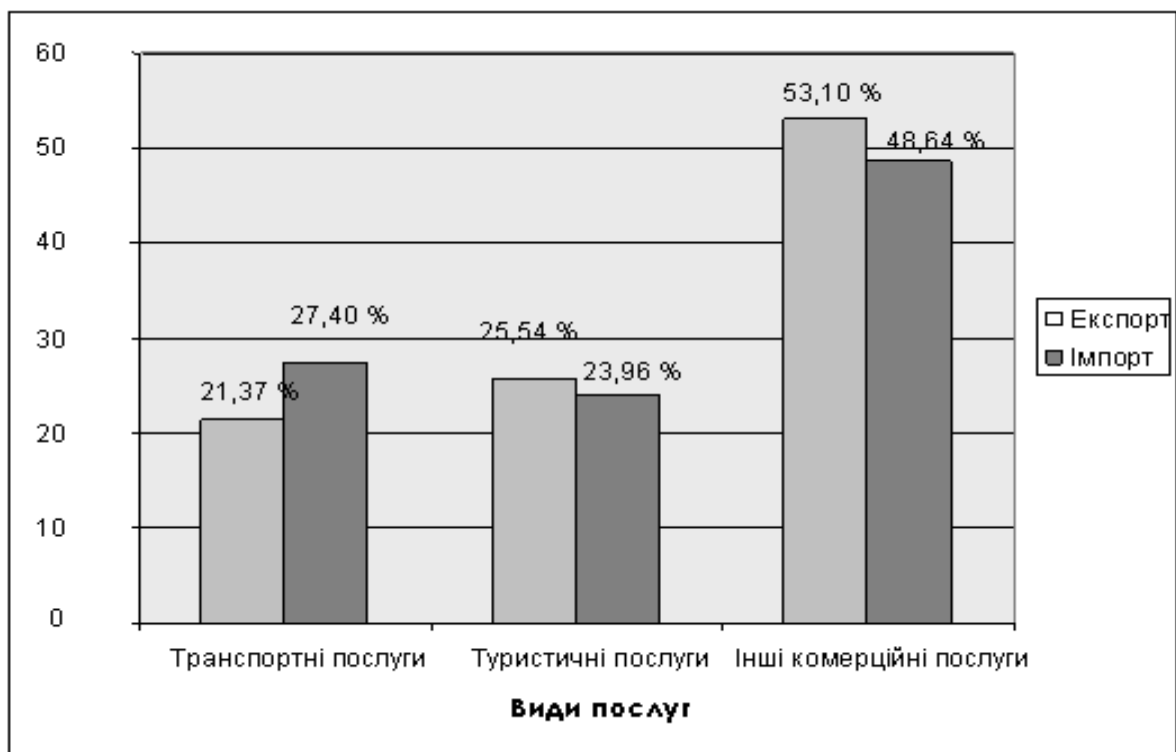


Рис. 4.2. Структура світового ринку послуг за категоріями у 2010 р.

У міжнародній торгівлі послугами визначилися нові тенденції, які необхідно враховувати, орієнтуючись на активізацію участі нашої країни в цій сфері економічної діяльності:

- виникнення та розвиток нових видів послуг: послуги логістики, глобальних транспортних систем, інформаційних мереж, комп'ютерні послуги, електронна торгівля тощо;
- активне виділення в самостійні напрямки низки видів послуг, що раніше мали внутрішньофірмовий допоміжний характер, – маркетингові послуги, послуги аудиту, реклами, бухгалтерські, юридичні та ін.;
- посилення впливу на світовому ринку послуг великих транснаціональних корпорацій, які в минулі роки переважно впливали на світовий ринок товарів;
- збільшення кількості великих інтегрованих компаній, що постачають споживачеві «пакет послуг» і дають йому можливість використовувати одного постачальника послуг;
- розвинення глобального, багатопланового, багатофункціонального світового ринку послуг, який потребує постійного вдосконалення адекватного світового механізму регулювання.

Щодо України, то згідно з даними Держкомстату України в 2010 р. її експорт послуг становив понад 11,7 млрд дол. США, а імпорт – більше 5,4 млрд дол. США. У табл. 4.5 наведено основні напрямки експорту та імпорту українських послуг.

Таблиця 4.5.

## Зовнішня торгівля послугами України (млн дол.)

Вид послуг	Експорт			Імпорт		
	2008	2009	2010	2008	2009	2010
Всього	11741,3	9598,3	11759,4	6468,0	5173,5	5447,7
Транспортні послуги	7636,5	6305,6	7848,0	1657,6	996,9	1170,7
Подорожі	492,9	299,2	381,1	426,0	283,0	347,2
Послуги зв'язку	331,9	321,2	345,0	143,6	155,6	125,9
Фінансові послуги	486,4	371,7	476,9	1465,0	1319,1	1085,5
Комп'ютерні послуги	270,4	278,8	358,1	237,1	158,3	179,5
Роялті та ліцензійні послуги	39,5	14,6	41,5	287,2	259,5	435,3
Інші ділові послуги	139,5	99,7	131,5	161,0	159,7	233,4
Послуги приватним особам	50,6	32,0	27,6	183,8	143,5	194,7
Послуги з ремонту	425,9	430,1	426,9	34,9	46,3	47,9

Домінуючі позиції в експорті послуг України займають транспортні послуги – 66,7 %, що суттєво перевищує світовий показник – 21,4 %. Далі йдуть фінансові послуги, що становлять лише 4,0 %, послуги ремонту – 3,6 %, а подорожі – 3,2 %. У системі транспортних послуг провідну позицію має трубопровідний транспорт: у 2010 р. – 42,8 %, його частка суттєво збільшилася в порівнянні з 2008–2009 рр., коли вона становила – 33,5 %. В експорті Україною інших видів послуг значних зрушень у відносному вимірі не відбулося, крім туристичних, що скоротилися з 4,2 до 3,2 %.

Панівні позиції в імпорті послуг України також займають транспортні послуги – 21,5 %, що цілком кореспондується зі світовими тенденціями. Фінансові послуги, що займають у структурі імпорту 2010 р. другу позицію – 19,9 %, відносно скоротилися в порівнянні зі 2008 р. (22,6 %). Водночас на третю позицію вийшов імпорт ліцензійних послуг, питома вага якого в 2010 р. становила 8 % (2008 р. – 4,4 %). Це певним чином свідчить про потенційні можливості в посткризовому оновленні та підвищенні ефективності розвитку економічної системи України.

Отже, виходячи з проведеного аналізу, можна зробити такі загальні висновки щодо зовнішньої торгівлі послугами України. В останнє десятиріччя в зовнішній торгівлі послугами зберігається позитивний баланс. За даними статистичних щорічників України, обсяг зовнішньоторговельного обороту послуг значно збільшився за період 1994–1997 рр. – з 2,4 до 6,2 млрд

дол., потім з 1998 до 2000 рр. скоротився до 4,4 млрд дол., а потім щорічно збільшувався і зріс до 17,2 млрд дол. США в 2010 р., в основному за рахунок використання нашої газотранспортної системи. Ринок основних видів ділових послуг, у тому числі комп'ютерних, страхових, фінансових і роялті, які на світових ринках займають найбільш значні позиції, останніми роками має в Україні стійку тенденцію до зростання. Їх питома вага в експорті послуг у 2010 р. досягла 12,1 %, що майже в 100 разів більше, ніж у 1996 р. При цьому імпорт ділових послуг дорівнював 39,9 % (у 1996 р. – 3,3 %). Починаючи з 2008р. експорт комп'ютерних послуг стало перевищує їх імпорт (у 2010 р. вдвічі). Але водночас дуже малим попитом на зовнішньому ринку користуються наші ліцензійні послуги та роялті (імпорт у 10 разів перевищує експорт). Іноземний туризм, який приносить у багатьох країнах великі доходи (друга за значенням позиція у світовому експорті послуг), в Україні, незважаючи на значний природно-кліматичний і культурно-історичний потенціал, не є значним джерелом доходу. Великі доходи Україна може мати від експорту будівельних послуг, частка яких нині становить усього 1,2 %. І це за наявності багатотисячної армії будівельників, котрі легально й нелегально працюють у Росії, по всій Європі і Північній Америці. Наприклад, від будівельної індустрії за кордоном Італія має 2,1 млрд дол. доходів, Франція – 2,8, Японія – 4,5, Німеччина – 7,0.

Щодо географічної структури торгівлі (табл. 4.6), то слід зауважити, що скорочення експортно-імпортних операцій з країнами СНД на користь європейських країн, що відбувалось поступово починаючи з 2000 р., в післякризовому 2010 р. припинилось, в експорті та в імпорті послуг окреслилася зворотня тенденція. Чи це сталий процес, чи епізодичне явище – покаже час, особливо після остаточного вибору зовнішньоекономічного вектора розвитку України.

Таблиця 4.6.

**Географічна структура зовнішньої торгівлі послугами України (%)**

Рік	1994	2000	2005	2008	2009	2010
<b>Експорт</b>						
Країни СНД	52,1	61,3	45,9	36,2	39,9	47,7
Європа	17,7	22,3	30,5	35,6	30,5	28,0
<b>Імпорт</b>						
Країни СНД	27,2	18,5	17,3	16,4	15,2	17,3
Європа	45,5	34,8	41,5	53,9	51,0	44,4

З огляду на проведений аналіз можна зробити висновок, що Україні потрібно докладати серйозних зусиль для прискореного розвитку й відповідного експорту туристичних, фінансових, ділових, науково-дослідних, будівельних послуг. Ця сфера зовнішньоекономічної діяльності є серйозним потенціалом для збільшення експорту країни і тому заслуговує пріоритетної уваги, оскільки рентабельність її розвитку, як правило, дуже висока.

Створення інфраструктури цієї сфери, яка відповідає сучасним світовим досягненням, потребує зазвичай менших капіталовкладень і часу, ніж будівництво відповідного підприємства світового рівня, що випускатиме промислово конкурентоспроможну продукцію.

У сфері послуг є навіть такі сектори, для розвитку яких взагалі не потрібні значні інвестиції (наприклад, сільський і зелений туризм), і саме ці резерви необхідно задіяти в першу чергу.



### **Контрольні запитання**

1. Назвіть основні чинники, які зумовлюють зростання потреб у послугах.
2. Дайте характеристику загальному поняттю “послуга”.
3. У чому полягає міжнародна природа послуги?
4. Які об’єктивні критерії покладено в основу класифікації послуг?
5. Назвіть різновиди послуг за різними підходами до класифікації міжнародних послуг.
6. Які способи постачання послуг розрізняють за ГАТС?
7. Назвіть особливості послуги, як предмета торгівлі.
8. У чому полягають відмінності торгівлі послугами від торгівлі товарами?
9. Коли було прийнято Генеральну угоду про торгівлю послугами (ГАТС)?
10. Охарактеризуйте основні складові Генеральної угоди про торгівлю послугами (ГАТС).
11. Охарактеризуйте сучасний стан світової торгівлі послугами.
12. Які країни світу є провідними експортерами та імпортерами комерційних послуг?
13. Проаналізуйте особливості структури світових послуг.
14. Які основні тенденції характерні для сучасної світової торгівлі послугами?
15. Спрогнозуйте, які види послуг переважатимуть у майбутньому. Обґрунтуйте відповідь.

# СЕМІНАРСЬКЕ ЗАНЯТТЯ

## Тема 4. Теоретичні основи світової торгівлі послугами

### Ключові терміни

**Послуга** – це цілеспрямована дія економічного змісту, результат якої виражається у термінах споживчої вартості та проявляється як задоволення конкретної потреби людини.

**Міжнародна природа послуги** проявляється або в безпосередньо міжнародному її характері, або в різноманітних економічних наслідках певної комерційної акції, які можуть бути пов'язані з виникненням різного роду зобов'язань чи перспектив щодо подальшого співробітництва різнонаціональних контрагентів.

**Ринок послуг** – це розгалужена система вузькоспеціалізованих ринків, зокрема ринку транспортних послуг, комунікацій, комунального обслуговування, громадського харчування, туристично-рекреаційних послуг.

**Міжнародний (світовий) ринок послуг** – це диверсифікована система спеціалізованих ринків послуг, участь у функціонуванні якої у той або інший спосіб беруть усі країни.



### Питання для опрацювання:

- 4.1. Загальна сутність міжнародної торгівлі послугами
- 4.2. Особливості послуг як специфічного товару.
- 4.3. Класифікація послуг як предмета торгівлі.
- 4.4. Сучасний стан та перспективи розвитку світової торгівлі послугами.



### Обов'язкові та додаткові завдання

#### Завдання 1.

	Експорт				
	Всього	I кв.	II кв.	III кв.	IV кв.
<b>Всього</b>	?	<b>3286232,0</b>	<b>3371929,6</b>	<b>3425552,0</b>	<b>3708504,0</b>
<b>Країни СНД</b>	?	<b>1302888,4</b>	<b>1640223,2</b>	<b>1546953,4</b>	<b>1752956,4</b>
Азербайджан	?	5116,2	5572,8	11771,6	6990,8
Білорусь	?	36441,7	41025,4	38901,8	39065,9
Вірменія	?	2763,5	4862,9	3344,0	2692,1
Казахстан	?	29999,0	29314,9	39936,7	62291,2
Киргизстан	?	436,9	521,6	928,1	1878,2
Молдова, Республіка	?	13541,0	14699,0	18854,8	19222,2

Російська Федерація	?	1181089,2	1508993,4	1381430,6	1563111,7
Таджикистан	?	1299,5	910,4	2049,1	1659,5
Туркменістан	?	28495,8	30533,2	43531,7	50984,8
Узбекистан	?	3705,6	3789,7	6205,0	5059,9
<b>Інші країни світу</b>	?	<b>1983343,7</b>	<b>1731706,4</b>	<b>1878598,7</b>	<b>1955547,6</b>
<b>Європа</b>	<b>4103748,8</b>	<b>1207450,3</b>	<b>861187,0</b>	<b>967179,9</b>	<b>1067931,7</b>

- Серед країн СНД визначте провідних експортерів послуг?
  - за кварталами 2011 року;
  - усього за рік.
- Визначте їх частку в загальній сумі експорту послуг.
- Визначте частку країн СНД в загальному світовому обсязі експорту- за 2011 рік, порівняйте їх з показниками Європи.

### Завдання 2.

	Імпорт				
	Всього	I кв.	II кв.	III кв.	IV кв.
<b>Всього</b>	<b>6235194,6</b>	<b>1318473,9</b>	<b>1543770,1</b>	<b>1615782,7</b>	?
<b>Країни СНД</b>	<b>1173318,2</b>	<b>212543,5</b>	<b>275963,4</b>	<b>332963,5</b>	?
Азербайджан	14829,4	3458,5	4172,9	3915,2	?
Білорусь	80772,4	15804,0	17514,0	24386,5	?
Вірменія	8707,7	1442,3	2360,9	2239,1	?
Казахстан	43816,8	6974,4	10812,6	11990,4	?
Киргизстан	1098,3	151,2	282,0	259,9	?
Молдова, Республіка	33964,6	8196,6	6622,6	9035,9	?
Російська Федерація	955556,4	171425,8	228796,2	266527,5	?
Таджикистан	450,2	119,6	139,3	78,8	?
Туркменістан	27433,3	3467,7	3888,6	12614,1	?
Узбекистан	6689,1	1503,5	1374,5	1916,3	?
<b>Інші країни світу</b>	<b>5061876,4</b>	<b>1105930,4</b>	<b>1267806,7</b>	<b>1282819,2</b>	?
<b>Європа</b>	<b>2813861,5</b>	<b>605040,8</b>	<b>748025,6</b>	<b>691302,6</b>	<b>769492,5</b>

- Серед країн СНД визначте провідних імпортерів послуг?
  - за кварталами 2011 року;
  - усього за рік.
- Визначте їх частку в загальній сумі імпорту послуг.
- Визначте частку країн СНД в загальному світовому обсязі імпорту за 2011 рік, порівняйте їх з показниками Європи.



## **Тестові завдання.**

1. *Серед особливостей послуг як товару виокремлюють:*

- а) невідчутність;
- б) видимість;
- в) неможливість збереження.

2. *Ринок послуг – це:*

- а) система ринкових відносин, що забезпечує акумуляцію і перерозподіл капіталу між кредиторами і позичальниками через посередників на основі попиту і пропозиції на капітал;
- б) форма інтернаціоналізації господарського життя, що передбачає зближення і взаємоприспосовування усіх структур національних господарств;
- в) диверсифікована система спеціалізованих ринків послуг, участь у функціонуванні якої у той чи інший спосіб беруть усі країни;
- г) розгалужена система вузькоспеціалізованих ринків послуг;
- д) жодна з відповідей неправильна.

3. *У системі міжнародної торгівлі послугами до структурно-галузевих компонентів належать такі послуги:*

- а) франчайзинг;
- б) інформаційні;
- в) туризм;
- г) транспортні;
- д) інжиніринг.

4. *У системі міжнародної торгівлі послугами до виробничо-комерційних операцій належать такі послуги:*

- а) туризм;
- б) ліцензійний обмін;
- в) банківсько-страхувальні послуги;
- г) міжнародні орендні операції.

5. *Найдинамічніше на сьогодні розвивається міжнародна торгівля такими послугами:*

- а) аудиторськими;
- б) банківськими;
- в) транспортними;
- г) маркетинговими;
- д) туристичними;
- е) інформаційними.

6. *Під сферою послуг розуміють:*

- а) сукупність підприємств, організацій, установ та їх підрозділів, для яких надання послуг є основним або побічним видом діяльності;
- б) зведену узагальнюючу категорію, що включає надання різноманітних видів послуг, яке здійснюють юридичні або фізичні особи;
- в) жодна з відповідей неправильна.



7. Провідними експортерами та імпортерами у світовій торгівлі комерційними послугами є:

- а) Італія;
- б) Канада;
- в) Мексика;
- г) Нідерланди;
- д) Німеччина;
- е) Франція;
- є) Японія;
- ж) США;
- з) Швеція;
- і) Великобританія.

8. У структурі світового ринку послуг велику питому вагу займають наступні послуги:

- а) транспортні;
- б) консалтингові;
- в) фінансово-кредитні;
- г) туристичні;
- д) професійно-ділові;
- е) інформаційні.

9. Послуга – це:

а) цілеспрямована дія економічного змісту, результат якої виражається у термінах споживчої вартості та проявляється як задоволення конкретної потреби людини;

б) економічна діяльність одного відособленого та незалежного суб'єкта на користь та за згодою іншого за певну винагороду з його боку;

в) зміна у становищі інституційної одиниці, яка відбулася в результаті дій та за взаємною згодою з іншою інституційною одиницею;

- г) усі відповіді правильні;
- д) жодна з відповідей не правильна.

10. Основними тенденціями розвитку сучасного світового ринку послугами є:

- а) зростання питомої ваги транспортних послуг;
- б) збільшення обсягів інформатизаційного бізнесу;
- в) збільшення частки туристичних послуг;
- г) уповільнення розвитку аудиторських послуг;
- д) зростання обсягів консультаційного бізнесу.



## **Завдання для самостійної роботи**

### **1. Самостійно опрацювати наступні питання:**

1.1. Основні положення Генеральної угоди про торгівлю послугами (ГАТС).

1.2. Державне регулювання міжнародної торгівлі послугами.

1.3. Роль послуг у світовій торгівлі.

## **2. Підготувати реферат на тему:**

2.1. Динамічний розвиток ринку послуг у сучасній світовій економіці.

2.2. Особливості організації виробничо-комерційних операцій у сфері світової торгівлі послугами.

## **Тема 5. Особливості формування та сучасні тенденції розвитку ринків міжнародних послуг**

### **5.1. Форми міжнародних технологічних послуг**

Є велика кількість форм міжнародних технологічних послуг, причому останніми роками саме ця сфера міжнародної економічної діяльності вирізняється найбільш вираженою тенденцією до диверсифікації, появою нових видів робіт і потреб у технологічних та інформаційно-технологічних розробках. *Серед форм міжнародної технологічної взаємодії можна назвати такі:*

1) реалізація *патентних угод* у міжнародному співробітництві, коли власник патенту поступається правами на використання винаходу покупцеві патенту;

2) реалізація *ліцензійних угод*, згідно з якими власник винаходу або технічних знань надає іншій стороні дозвіл на використання у певних межах своїх прав на технологію;

3) торгівля *ноу-хау* – надання сучасних технологій та досвіду технологічно-менеджерської політики, спрямованої на інноваційну оптимізацію роботи окремих секторів виробництва, використання якої забезпечує кращі результати господарської діяльності та переваги у конкурентній боротьбі;

4) *інжиніринг* – надання технологічних знань, проведення технічних робіт, консультування “на місці подій” з метою оптимізації виробничо-комерційної діяльності;

5) *франчайзинг* – надання великою, «материнською» фірмою права дрібній фірмі вести виробничопідприємницьку діяльність під її опікуванням з наданням відповідного обладнання, права користування “маркою”, “брендом” материнської структури, визначенням параметрів збутової діяльності.

Міжнародна торгівля ліцензіями і ноу-хау, яка набула самостійності лише у другій половині ХХ ст., є одним з найбільш динамічно розвинутих напрямків торгівлі в сучасній світовій економіці. Такі темпи зростання пов’язані з посиленням інтеграції національних економік країн у велику світогосподарську систему, обумовлену загостренням конкурентної боротьби

між її суб'єктами. Важливу роль у торгівлі ліцензіями і ноу-хау відіграє той факт, що жодна країна не в змозі самотійно і рівномірно розвивати усі напрямки науки і техніки, а без цього не можна утримувати лідируючі позиції на світовому ринку. Основні впровадження технологій у розвинутих країнах припадають на передові галузі промисловості (загальне машинобудування, електротехнічну, радіоелектронну, хімічну, фармацевтичну галузі промисловості).

Різно збільшили в останній час імпорт ліцензій нові індустріальні країни Азії і Південної Америки, особливо Аргентина, Бразилія, Індонезія, Малайзія, Китай, Індія. Щорічний приріст ліцензійної торгівлі в цих країнах в межах 50–100%.

**Інжиніринг** – сфера діяльності, що включає розробку питань створення об'єктів промисловості, інфраструктури тощо у формі надання на комерційній основі різних інженерно-консультаційних послуг з використання науково-технічних, технологічних та управлінських розробок.

У міжнародній практиці до інжинірингу належать різноманітні види інтелектуальної діяльності, спрямовані на отримання оптимальних результатів від капіталовкладень або інших витрат, пов'язаних з реалізацією проектів різного призначення, за рахунок найраціональнішого підбору та ефективного використання наявних ресурсів, а також методів організації та управління, на основі новітніх науково-технічних досягнень та з урахуванням конкретних умов і чинників, що впливають на здійснення проектів.

Інжиніринг як особлива форма виробничої діяльності має специфічні риси, які полягають у наступному:

- інжинірингові послуги мають виробничий характер в результаті того, що вони спрямовані на створення об'єктів (як виробничих, так і невиробничих), поліпшення їх використання, збільшення обсягів реалізації тощо;
- послуги типу «інжиніринг» мають комерційний характер, тобто стають об'єктом купівлі-продажу з усіма особливостями та характерними рисами цього процесу;
- інжинірингові послуги втілюються не в матеріальній формі продукту, а в певному корисному ефекті, який може мати матеріальний носій (документи креслення, розрахунки тощо), а може і не мати матеріального носія (управління процесом будівництва, навчання спеціалістів тощо);
- інжинірингові послуги можуть відтворюватися, тобто тиражуватися на відміну від ліцензій і ноу-хау.

В результаті своєї універсальності інжиніринг застосовується при реалізації проектів найрізноманітнішого характеру: науково-дослідних, проектно-будівельних, виробничих, збутових тощо. Однак найбільшого поширення зазначені послуги набули в проектах капітального будівництва, де основною метою є оптимізація інвестицій.

Усю сукупність операцій інжинірингу в міжнародній діяльності поділяють на дві групи (рис. 5.1):

1) послуги, пов'язані з підготовкою виробничого процесу (передпроектні, проектні, післяпроектні та спеціальні послуги);

2) послуги щодо забезпечення ефективності діючого виробництва та реалізації виготовленої продукції (роботи спрямовані на оптимізацію процесів експлуатації, поліпшення функціонування технологічних ліній, залучення до інформаційних систем, поліпшення матеріально-технічного постачання, менеджменту та маркетингу, підбору та підготовки кадрів, а також рекомендації з фінансової політики).

Тобто повний цикл інжинірингу складається з таких етапів, як дослідження маркетингової доцільності проекту: вивчення технічних можливостей реалізації проекту, його техніко-економічна оптимізація та упорядкування; оцінка пропозицій, що надійшли за запропонованим проектом; упорядкування інженерно-будівельних проектів під обране устаткування; підготовка торгів на інженерно-будівельні роботи і одночасний нагляд за виготовленням устаткування; його випробовуваннями; координація інженерно-будівельних робіт, монтажу; допомога в підготовці обслуговуючого персоналу; здача підприємства замовнику “під ключ” і пуск його в експлуатацію; спостереження і консультації під час експлуатації об'єкта після здачі.

Отже, інжиніринг як багатоцільовий інструментарій співробітництва створює можливості для взаємодії на різних стадіях спорудження, підготовки та функціонування об'єктів виробництва.



**Рис. 5.1. Типізація інжинірингових послуг у міжнародній торгівлі**

Наданням інжинірингових послуг займаються спеціалізовані фірми, великі промислові та будівельні компанії, організації. У розвинутих країнах

нараховується багато тисяч фірм і організацій, що надають інженерно-технічні послуги. Так, у США зареєстровано понад 25 тис. фірм різного профілю й обсягу діяльності; у країнах ЄС – близько 10 тис., причому найбільша їх кількість знаходиться в Німеччині, Австрії, де ринок представлений дрібними і середніми компаніями, а найбільші – у Великобританії, Швеції, Фінляндії і Нідерландах.

Ринок інжинірингових послуг умовно поділяється на ринок інженерно-консультаційних послуг і ринок інженерно-будівельних послуг. Сферою діяльності інженерно-консультаційних фірм є цивільне будівництво (порти, аеродроми, транспортні магістралі, міське будівництво тощо) і промислові об'єкти, що використовують специфічні технологічні процеси. Серед розвинутих країн значна частина інженерно-консультаційних послуг припадає на фірми Франції, Великобританії, Італії, Німеччини, які здебільшого орієнтуються на експорт послуг за межі ЄС.

Інженерно-будівельні фірми надають повний комплекс послуг: проектування об'єкта, постачання устаткування, монтаж, налагодження і пуск устаткування в експлуатацію. Найбільші інженерно-будівельні фірми знаходяться у США, Великобританії, Японії, Італії.

У США, Великобританії, Японії, Німеччині, Нідерландах та інших розвинутих країнах існують великі інжинірингові фірми, що мають свої філії за кордоном і їх діяльність характеризується експортною спрямованістю. Так, у німецьких інжинірингових фірмах частка експортних замовлень становить приблизно 60%, в американських і французьких – близько 30%.

Найважливішим регіоном імпорту інжинірингових послуг є Азіатсько-Тихоокеанський регіон.

**Франчайзинг** (від англ. franchise – привілей, особливе право) – механізм передання чи продажу ліцензій на товарний знак (марку) чи технологію відомої фірми на певних комерційних умовах іншій особі (юридичній, рідко – фізичній), яка отримує виняткові права на певні форми виробничо-збутової діяльності.

Франчайзингова модель відносин означає, що певна фірма, яка має право власності на відому товарну марку, надає дрібному підприємцю, котрий має можливість ефективно працювати на певному ринку, право користуватися своїм фірмовим знаком.

Франчайзер – головна, материнська фірма, яка надає торгову марку, технологію франчайзі, отримуючи за це відповідну фінансову компенсацію та розширення ринкового впливу.

Франчайзі (франчайзіат) – ліцензіат угоди франчайзингу, який викуповує у власника певної торгової марки, технології, право на її використання та здійснює наступну господарську діяльність відповідно до стратегії та моделі ринкової поведінки такого власника.

Залежно від цілей та сфери реалізації франчайзингової моделі відносин виокремлюють *три типи франчайзингу*. Це, зокрема:

➤ *виробничий франчайзинг*, за якого материнська структура надає оператору необхідні засоби виробництва, весь комплекс обладнання або його

суттєві елементи, а також технології; інколи поставляються й витратні матеріали, що робляться як з метою підтримки якості продукту, так і з метою забезпечення власного збуту. Даний вид франчайзингу широко представлений у виробництві безалкогольних напоїв. Кожне з місцевих (регіональних) розливних і пакувальних підприємств (яке є франчайзі від основної компанії), що продає необхідні складові для виробництва певного продукту, використовує їх для виробництва і подальшої реалізації (або для розподілу по місцевих дилерах);

➤ *торговельний франчайзинг*, предметом якого є товарні поставки від франчайзера, а франчайзі – це фактично суб'єкт торгівлі. До сфери торговельного франчайзингу можна віднести будь-якого виробника, що має товар, захищений торговельною маркою. Наприклад, компанії, що займаються складанням комп'ютерів з імпортних комплектуючих і розробкою програмного забезпечення;

➤ *ліцензійний франчайзинг*, за якого материнська структура надає право користуватися її маркою, товарним знаком та дозвіл на відкриття комерційних структур франчайзі; така форма франчайзингу є найпоширенішою, особливо у сферах масового харчування, торгівлі, прокату автомобілів.

Переваги моделі відносин такого типу для франчайзі у тому, що він зберігає статус юридичної особи та права власності на майно, може розраховувати на всебічну підтримку материнської структури при організації та проведенні виробничо-комерційної діяльності, отримує кращий доступ до кредитів, користується рекламно-маркетинговою підтримкою материнської структури.

Переваги франчайзингу для фірми, що надає свою торгову марку для використання іншим господарським суб'єктом, у тому, що у такий спосіб вона розширює свій ринковий вплив, може користуватися місцевими можливостями та ресурсами франчайзі, його послугами щодо проведення власної рекламної, маркетингової політики.

Такі відносини базуються на ліцензійній угоді, причому додатково до надання ліцензії, що є головним змістом франчайзингу, принципал, головна структура або франчайзер можуть надавати оператору або франчайзі технічну допомогу, забезпечувати навчання, кадрову перепідготовку персоналу, консультації тощо.

У межах вищеназваних видів франчайзингу виокремлюють одноелементний, багатоелементний та змішаний напрямки.

*Одноелементний франчайзинг* – найпростіший вид угоди, який передбачає безпосередні відносини між франчайзером та франчайзі. Він є сприятливим, коли контрагенти перебувають в одній країні, дає змогу франчайзеру ефективно здійснювати свою діяльність без утворення нових структур.

У міжнародних торговельних зв'язках, коли франчайзер і франчайзі перебувають у різних країнах, прямий франчайзинг використовується значно рідше. У випадках, коли мовні, торговельні, економічні та політичні

розбіжності між країнами обумовлюють різні підходи до реалізації франшизи, франчайзер часто намагається установити свою присутність у даній країні як головного франчайзера чи вдатися до багатоелементного франчайзингу шляхом створення місцевої філії чи спільного підприємства або, що буває рідше, організовує у своїй фірмі спеціалізовану службу для адаптації франшизи до потреб місцевих ринків.

У даному випадку франчайзі не пов'язаний франшизою з третьою стороною. Такий договір встановлює термін створення одиниць франшизи й освоєння визначеної території. Окремі одиниці торгівлі, що відкриваються франчайзі за цим типом, не мають незалежного юридичного статусу і є або окремими, або його філіями. За основною франшизною угодою франчайзер передає іншій стороні (головному франчайзі) права в межах установленого географічного простору. Головному франчайзі надається також право на передачу франшиз на повне використання потенційних ділових можливостей у більшому географічному просторі третім сторонам, які називаються субфранчайзі. В угоді може передбачатись, що деякі з франчайзі будуть управляти більш ніж однією франшизною одиницею. Через це такий субфраншизний договір називають багатоелементною франшизою (рис. 5.2).

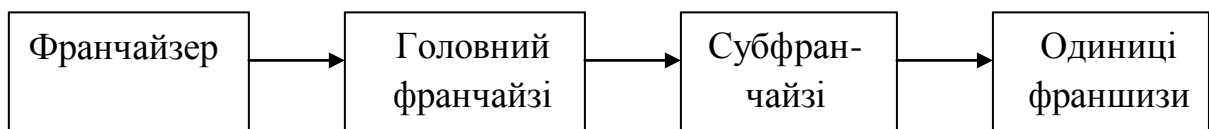


Рис. 5.2. Багатоелементний франчайзинг

Франшизна угода може бути також застосована на поєднанні розглянутих структур і мати комбінований (змішаний) характер (рис. 5.3).

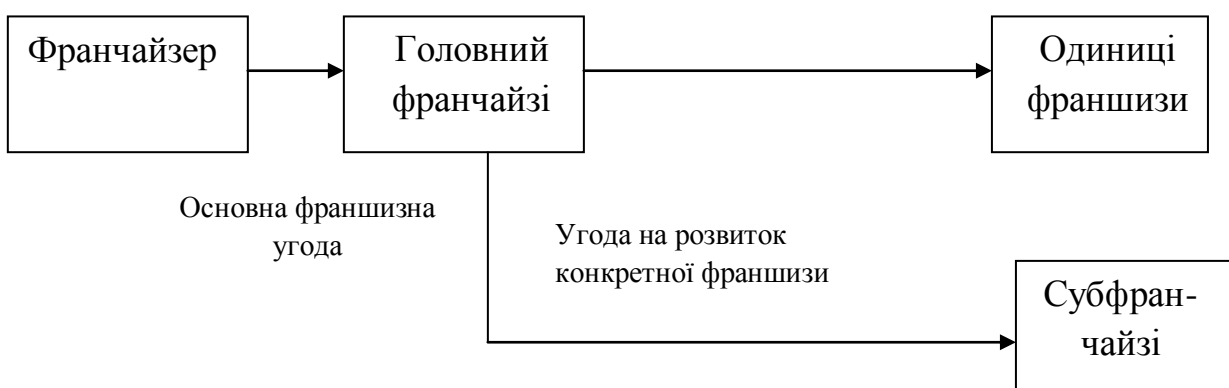


Рис. 5.3. Комбінований (змішаний) франчайзинг

Модель франчайзингу надзвичайно важлива для малого бізнесу, вона містить значний потенціал співробітництва невеликих господарських структур з великими фірмами, транснаціональними корпораціями, провідними виробниками-власниками відомих торгових марок.

В країнах світу практика контрактних відносин типу «франчайз» була широко апробованою у багатьох галузях економіки. Так, у США через угоди франчайзингу опосередковується понад 1/3 роздрібного товарообігу та близько 20% послуг на виробництві та в побуті.

## **5.2. Види та особливості міжнародних транспортних послуг**

**Міжнародне транспортування** – це перевезення пасажирів і вантажів, яке здійснюється будь-якими видами транспорту через національні кордони.

«Міжнародність» даної послуги, як і інших видів торгівлі визначається не фактом взаємодії різнонаціональних учасників відповідних транспортних угод (включаючи купівлю транспортних квитків), а саме перетином національних кордонів.

Тобто транспортні операції вважаються міжнародними, якщо вони пов'язані з переміщенням зовнішньоторговельних вантажів на зовнішніх, стосовно країни-продавця і країни-покупця, ділянках маршруту перевезення.

Міжнародні транспортні послуги – це перевезення різними видами транспорту (морським, річковим, залізничним, автомобільним, авіаційним, трубопровідним), які здійснюються у процесі міжнародної торгівлі та/або резидентами однієї країни в економічно виражених інтересах резидентів іншої країни.

Транспортні послуги класифікують залежно від:

- виду транспорту: водний (морський і річковий); наземний (залізничний та автомобільний); повітряний (авіаційний); трубопровідний, змішаний;
- предмета транспортної операції (вантаж, пасажир, багаж);
- транспортної характеристики товару: сухий (вугілля, руда), насипний (зерно, цемент, фосфати), штучний, наливний (нафта і продукти її переробки, рослинні олії, вино та ін.);
- періодичності перевезення (регулярні та нерегулярні);
- порядку проходження кордону (перевантажувальні і безвантажні);
- виду транспортно-технологічної системи (контейнерна, поромна, ліхтерна та ін.);
- виду повідомлення (пряме, непряме та ін.);
- географічних районів перевезення (міждержавні, міжконтинентальні).

Транспортні послуги розрізняються за наступними категоріями:

- пасажирські перевезення;



- вантажні перевезення;
- послуги з оренди суден (морських, річкових, повітряних); наземного транспорту з командою та оператором;
- послуги з ремонту транспорту;
- маневрові послуги (для залізничного транспорту);
- послуги щодо спуску на воду та буксирування (для морського та річкового транспорту);
- допоміжні послуги (послуги з обробки вантажів, зберігання, упаковки/розпаковки, техобслуговування тощо).

Найдавніший і найбільший ринок транспортних послуг утворює морський транспорт, який зараз переважно займається перевезенням вантажів.

Тому, враховуючи специфічні риси морського транспорту, зокрема у співвідношенні з іншими видами транспорту, можна виокремити такі його *переваги*:

- низька собівартість транспортних послуг (в 1,5 рази нижча, ніж на залізничному транспорті);
- незамінність, а інколи безальтернативність при здійсненні експортно-імпортних операцій (особливо для таких острівних країн, як Японія, Великобританія);
- велика вантажопідйомність та здатність брати великі та негабаритні, техніко неприйнятні для перевезення іншими видами транспорту об'єкти;
- можливість здійснення контейнерних перевезень.

Відносними недоліками морського та річкового транспорту вважаються такі:

- порівняно мала швидкість перевезень;
- складність використання та необхідність здійснення перевантажень з одних видів транспорту на інші види транспорту для тих суб'єктів міжнародної торгівлі, які розташовані всередині континенту;
- обмеженість пропускної спроможності, яку визначає найгірший за параметрами (глибиною, пропускною спроможністю) морський або річковий порт, а також сезонність перевезень (передусім пов'язана із замерзаннями річок, портових акваторій, морських шляхів).

Пасажирські перевезення морським транспортом користуються попитом на порівняно невеликі відстані, тоді як трансконтинентальні пасажирські перевезення в основному здійснює авіаційний транспорт. Морські вантажі поділяються на дві великі категорії: загальні (general cargo) і масові (bulk cargo). Загальні вантажі складаються головним чином із промислових і споживчих товарів. Масові вантажі поділяються на рідкі (наливні) та сухі. Серед наливних вантажів головне місце належить сирій нафті. Основними видами сухих вантажів є залізна руда, вугілля, зерно, боксити/алюміній і фосфати. Ці п'ять груп товарів називаються головними у масових вантажах (major bulks), інші сухі вантажі іменуються другорядними (minor bulks).

Специфікою морського транспортування є те, що розміри партії товару більше впливають на тип використовуваного перевізника, ніж загальні характеристики вантажу. За формами організації міжнародних морських перевезень виділяють лінійне (liner shipping) і трампове (tramp shipping) судноплавство.

Лінійне судноплавство характеризується регулярними перевезеннями за зазначеним розкладом між указаними портами призначення на міжнародних торговельних напрямках. При цьому судна закріплені за маршрутами і регулярно заходять в усі порти, передбачені розкладом. Перевезення оплачуються відправниками вантажів за ставками тарифу, які встановлюються перевізниками.

Лінійні тарифи публікуються у періодичних виданнях і є доволі стабільними. Вантажі, які перевозяться таким чином, зазвичай є дорожчими, ніж ті, що перевозяться спеціалізованими танкерами або балкерами (суднами для сухих масових вантажів), тому власники вантажів готові платити вищі фрахтові ставки за краще обслуговування. При цьому підкреслюється важливість якісних факторів, як, наприклад, вчасне обслуговування, короткий термін транзиту, інші ринкові послуги, серед них набір портового обслуговування, низькі норми втрат чи пошкодження вантажу.

Лінійне судноплавство є домінуючим для пароплавних ліній, що належать конференціям, тобто асоціаціям компаній-перевізників, які об'єдналися з метою усунення конкуренції між судноплавними лініями. Члени кожної конференції колективно встановлюють фрахтові ставки й умови обслуговування. Вони також можуть узгодити інші колективні заходи обмеження конкуренції між собою, наприклад домовитися про розподіл вантажів і (або) прибутків тощо. У світі існує понад 400 конференцій, кожна з них покриває окремий торговельний шлях або окремий напрям на маршруті торгівлі. Існують також і незалежні судноплавні лінії, що не об'єдналися у конференції.

У трамповому судноплавстві судна експлуатуються на нерегулярній основі. Вони вільно переміщуються по фрахтовому ринку у зв'язку із попитом на перевезення і пропозицією суден для їх здійснення. Перевезення кожної партії товару організуються брокерами окремо для спеціального рейсу або серії послідовних рейсів. Фрахтові ставки у трамповому судноплавстві встановлюються за домовленістю між власником вантажу і судовим оператором. Цьому виду судноплавства притаманна гнучкість щодо маршруту і вантажів. Збалансовані двосторонні потоки вантажів між двома портами існують дуже рідко. Наприклад, до Японії прямують багато масових вантажів (сира нафта, зерно, залізна руда), а у зворотному напрямі перевозяться товари обробної промисловості, які обслуговуються лінійним судноплавством. Ставки за трампові перевезення можуть сильно змінюватися залежно від ринкового попиту і пропозиції.

Важливою сучасною тенденцією на ринку морських перевезень є загострення суперечностей між перевізниками, зумовлене посиленням конкуренції. Для вирішення цих суперечностей ЮНКТАД (UNCTAD –

United Nation Conference on Trade and Development) запровадила норми поведінки для лайнерних конференцій (UNCTAD Code of Conduct for Liner Conferences). Цей документ вимагає від учасників таких конференцій поступитися ринковою часткою у перевезеннях для країн, що розвиваються. ЮНКТАД запровадила т. зв. «cargo reservation formula» (формулу резервування вантажу): «40–40–202. Це означає, що національні судноплавні лінії двох торговельних держав повинні мати рівні права участі у морській торгівлі між собою в рамках лайнерної конференції. Судноплавним лініям із третіх країн дозволяється захоплювати до 20 % цієї торгівлі.

Цей захід ЮНКТАД дає можливості країнам, що розвиваються, відвоювати собі частину ринку морських перевезень світу, чим вони й скористалися, як буде показано далі. Інша важлива тенденція виникла ще в 1920-х роках, але збереглася і досі. Це так званий «зручний прапор» (Flag of Convenience, FOC), або «відкрита реєстрація». Згідно із міжнародними нормами кожне судно повинно мати приналежність до якоїсь країни, але на практиці судна далеко не завжди реєструються у тих країнах, громадянами яких є судновласники. Практика експлуатації суден під іноземними прапорами відома як «зручний прапор». Після Другої Світової війни чисельність суден під такими прапорами почала стрімко зростати від 1,2 % загального тоннажу в 1939 р. До більше третини на сучасному етапі. Відкрита реєстрація пропонує судновласникам кілька переваг: вони уникають високих податків, які платили б, працюючи під їхніми національними прапорами; можуть вільно наймати членів команди будь-якої національності, платити низьку заробітну плату і пропонувати мінімум соціальних гарантій. Найбільш користуються «зручним прапором» власники суден зі США, Гонконгу, Греції та Японії.

Країни, які дозволяють іноземцям реєструвати їхні кораблі на своїй території, зазвичай є малими країнами, що розвиваються, чий зовнішня торгівля і національна безпека не залежать від їхньої здатності контролювати великий океанський флот. Вони пропонують відкриту реєстрацію з метою забезпечити надходження твердої валюти від реєстраційної плати і щорічних податків на тоннаж, але не забезпечують дотримання стандартів безпеки й захисту довкілля від забруднення. Серед головних країн, що експлуатують свій «зручний прапор» – Панама, Ліберія, Гондурас, Бермуди і Кіпр. За останні роки посилюється тиск на міжнародні організації з боку країн, що розвиваються, які виступають за поступове скасування відкритої реєстрації. З точки зору менш розвинутих країн, «зручний прапор» сприяє судновласникам із високорозвинутих країн скористатися перевагами від їхньої дешевої робочої сили і нейтралізувати будь-які інші потенційні конкурентні переваги, яких удасться досягти у судноплаванні країнам, що розвиваються.

Третя характерна глобальна тенденція у морському транспорті – переміщення всього комплексу морського бізнесу, включаючи суднобудування, судноплавання, найм екіпажів на судна, обслуговування портів до країн Азії, насамперед Китаю, Японії, Південної Кореї. Як відомо,

на замовлення будівництва морських суден оголошуються міжнародні тендери. У 2000-х роках більшість замовлень вигравали саме азіатські суднобудівники. Наприклад, у 2002 і 2003 рр. вони виграли 86 % замовлень на виробництво вантажних суден, а європейці із цього ринку поступово витісняються.

Підвищується роль країн Азії й у портовому господарстві, у т. ч. у переробці контейнерів: із 20 найбільших контейнерних портів світу лише п'ять європейських, два американських, а решта 13 - азіатські. Найбільший у світі обсяг переробки контейнерів має порт Гонконгу (20 млн контейнерів). Для порівняння вкажемо, що найбільший український морський порт Одеса за рік переробляє лише 150 тис. контейнерів.

Лідирують азіатські країни (особливо Філіппіни) і на ринку робочої сили – екіпажів морських суден. Їх набирають судновласники, особливо ті, що плавають під «зручними прапорами», розраховуючи зекономити на оплаті праці, але великою проблемою, яка прямо загрожує безпеці судноплавства, є нестача кваліфікованих морських офіцерів.

Ринок міжнародних повітряних перевезень характеризується найвищими темпами зростання серед інших видів транспорту. Конкурентними перевагами авіатранспорту є, по-перше, у 20 разів більша швидкість доставки, ніж у морського транспорту; по-друге, більша частота польотів, ніж відправлення суден, і можливість подальшого її збільшення; по-третє, аеропорти часто розміщені значно ближче до центрів торгівлі й великих ринків, ніж морські (океанські) порти.

Як і морські, авіаперевезення поділяються на регулярні й нерегулярні. Тарифна політика авіакомпаній характеризується великою гнучкістю, через те більшість авіаційних тарифів не публікуються. Опубліковані тарифи і збори містяться у тарифних довідниках: АРТ (Air Passenger Tariff) – повітряний пасажирський тариф і АСТ (Air Cargo Tariff) – повітряний вантажний тариф.

Пасажирські тарифи поділяються на тарифи *економічного, бізнес-класу і першого класу*. Тарифи першого класу – це найвищий рівень зручності й обслуговування, тому ці тарифи в 1,5–2 рази вищі від тарифів економічного класу. Компанії застосовують і *спеціальні тарифи*, серед них – екскурсійні і пільгові.

Нерегулярні авіаперевезення – головним чином чартерні (від англ. «to charter» – замовляти, наймати). Тобто чартерні рейси – це такі, що виконуються відповідно до спеціальних контрактів між перевізником і замовником. Найбільшими ринками чартерних перевезень є європейський та трансатлантичний. Авіаперевізниками на світовому ринку виступають близько 600 авіатранспортних компаній різних форм власності й різних розмірів. Головною тенденцією на світовому ринку авіаперевезень є злиття авіакомпаній і створення міжнародних стратегічних альянсів авіаперевізників. Це дає змогу всім компаніям, що входять до альянсів, у тому числі й середнім за розмірами, розширити доступ пасажирів до різних маршрутів, зміцнити конкурентні позиції на ринку, проводити гнучку

тарифну політику. Спонукальними мотивами створення стратегічних альянсів було також прагнення обійти обмежувальні правила у міжнародній авіації, що утруднювали процеси консолідації. Найбільшими альянсами є: Star Alliance («Зоряний альянс»), Sky Team («Небесна команда») і One World («Один світ»). Входячи до таких альянсів, компанії дістають можливість розвозити пасажирів по всьому світу. Наприклад, увійшовши до Star Alliance, середня за розмірами компанія SAS одержала можливість забезпечити доступ 150 млн пасажирів до 535 маршрутів по всьому світу. Злиття великих авіакомпаній дає можливість покращити їх фінансово-економічний стан. Наприклад, компанія Air France – KLM після злиття показала зростання операційного прибутку на 46 %.

Між США та ЄС ведуться переговори щодо створення відкритого трансатлантичного повітряного простору, який має стати моделлю лібералізації ринку авіапослуг для інших регіонів. Розмах діяльності альянсів досить великий: три провідних союзи охоплюють близько 60 % світового пасажирообороту і перевозять майже мільярд пасажирів (табл. 5.1).

Таблиця 5.1.

Показники	Назва альянсів і головних компаній, які їх утворюють		
	<u>One World</u> British Airways, American Airlines, Royal Jordanians, Japan Airlines, Malev	<u>Sky Team</u> Air France – KLM, Delta Airlines	<u>Star Alliance</u> United Airlines Lufthansa SAS, Air Canada Thai Airlines
Кількість країн, охоплених польотами	140	157	151
Кількість пунктів призначення	686	848	880
Кількість щоденних вильотів	9421	15667	17341
Кількість перевезених пасажирів (млн)	306	333	355
Частка у світовому пасажирообороті, (%)	19,2	18,5	21,3

Залізничний транспорт часто виявляється нерентабельним, проте безумовною є його суспільна необхідність. Тому значна частка потужностей залізничного транспорту (інфраструктура та рухомий склад) перебуває у державній власності. До другої половини 90-х років та для початку нового століття характерною є приватизаційна тенденція. Вона закріпила суто ринкові механізми роботи залізниць у Великобританії, Німеччині, Швейцарії, низці інших країн. Країни Євросоюзу протягом першої декади ХХ ст. планують приватизувати близько чверті державних залізниць, що, як

очікується, дасть змогу знизити витрати, стимулювати науково-технічний прогрес у галузі, домогтися її більшої рентабельності, підвищити якість послуг, які надаються.

Обсяг вантажних перевезень залізницями протягом багатьох років зростав на 4–8% за рік, подвоївшись за останнє десятиліття у Китаї та за два десятиліття у США. У Сполучених Штатах і Канаді на 14 найбільших залізницях він сягнув рекордного рівня 2000 млрд. т/км, що становить третину світової перевізної роботи.

Пасажирські перевезення становлять 20% від світового обсягу перевізної роботи залізниць, у тому числі швидкісні. Європа (без країн СНД), Індія та Японія – це ті регіони світу, де пасажирські перевезення за масовістю зіставні з вантажними або перевищують їх. При цьому в Японії перевезення вантажів практично припинені, а в Індії спостерігається стабільне щорічне їх зростання.

Нині у країнах Заходу довжина залізничної мережі скорочується. Це зумовлено конкуренцією автомобільного транспорту, який здатний виконувати перевезення за принципом «від дверей – до дверей». Водночас у багатьох країнах довжина залізничної мережі збільшується. Це, як правило, відбувається у великих за площею країнах, які освоюють свої території, багаті на природні ресурси, зокрема у Китаї, Росії, Індії, Канаді.

У світі налічується понад 1,2 млн. км залізниць загального користування, з них 200 тис. км електрифіковані.

Найдовша мережа залізниць у США (200 тис. км), на другому місці – Канада (90 тис. км), не набагато відстає Росія (87 тис. км). Значна довжина залізничної мережі також в Індії (63 тис. км), Китаї (53 тис. км), ФРН (45 тис. км), Аргентині (40 тис. км), Австралії (36 тис. км), Франції (34 тис. км), Бразилії (31 тис. км).

Довжина залізничної мережі не дає повного уявлення про розвиток цього виду транспорту через неоднакові території країн. Тому для характеристики мережі застосовують такий показник, як щільність, тобто довжину мережі ділять на площу території країн. За цим показником лідирує Німеччина, в якій на 1000 кв. км території припадає 125 погонних кілометрів залізниць. Висока щільність залізничної мережі також у Польщі (80), Японії (75), Великобританії (70), Італії (65) Франції (60).

Залізниця як колишнього СРСР, так і нинішньої Росії використовуються дуже інтенсивно. Так, на частку СРСР припадало лише 12% залізничної мережі світу, але частка вантажообороту становила понад 50%.

Перевагами залізничного транспорту є:

- відносна економічність (порівняно з автомобільним та авіаційним транспортом);
- можливість використання різних видів тари та форм перевезень (за допомогою контейнерів, насипом, наливом);
- гнучкість доставки;
- незалежність від кліматичних умов та чинника сезонності.

Недоліки залізничного транспорту – це:

➤ необхідність створення великої інфраструктури, що потребує значних витрат, причому інколи не тільки з боку комерційних структур, а й урядів (останні можуть підтримувати або не підтримувати залізницю в належному стані, будувати мости, вокзальні споруди);

➤ порівняно відчутне зростання витрат за збільшення відстані транспортування (якого немає, наприклад, при використанні морського транспорту), що інколи робить нерентабельними перевезення відносно дешевих вантажів;

➤ необхідність здійснення перевантажень на інші види транспорту у разі міжконтинентальних та інших перевезень, які передбачають використання й інших видів транспорту.

Основним джерелом міжнародного правового регулювання залізничного сполучення є Конвенція про міжнародні залізничні перевезення в редакції 1980 р., яка містить зведені положення Бернських конвенцій, що уклалися ще з кінця XIX ст. Конвенція визначає ті параметри, яких необхідно дотримуватися під час укладення відповідних комерційних контрактів, а також під час здійснення правового регулювання та адміністрування на рівні національних законодавчих органів та урядів.

Як і інші види транспорту, автомобільний транспорт тієї або іншої країни відповідає структурі її економіки, рівневі добробуту населення. Сьогодні загальна довжина світових автомобільних доріг з твердим покриттям становить понад 20 млн. км, найгустіша їх мережа у Західній Європі. Автомобіль став найбільш масовим і доступним видом транспортних засобів майже у всіх країнах. У світі налічується понад 600 млн. автомобілів і щороку ця цифра збільшується. Збільшення автомобільного парку відбувається за рахунок індивідуальних легковиків. Близько 80% їх кількості зосереджено у США, Японії та Західній Європі. 50% жителів цих країн мають автомобілі. У країнах, що розвиваються, цей показник значно менший і в середньому становить 1%.

У розрахунку на 1000 жителів найбільша кількість автомобілів припадає на США, ФРН, Нову Зеландію, Канаду, Австралію, Швейцарію, Італію, Францію.

У розвинутих країнах автотранспорт впевнено утримує перше місце серед інших видів транспортних засобів за обсягом вантажних перевезень. У США вантажооборот автотранспорту становить 60% від загального вантажообороту, у країнах ЄС – 50%, а в деяких країнах і близько 80%.

Лідерські позиції автотранспорт займає і в пасажирських сполученнях. За даними статистики, щорічно кожна людина на планеті долає з допомогою автомобілів в середньому близько 2500 км. А для промислово розвинутих країн цей показник у два-три рази вищий.

Останнім часом у світовому товарообороті відбуваються помітні зміни. Знижується частка залізничного транспорту і внутрішнього судноплавства та різко зростає питома вага прогресивних видів перевезень вантажів. Найбільший вантажооборот услід за морським транспортом припадає на автомобільний, який випереджає усі інші види транспорту.

Водночас тенденції розвитку саме автомобільного транспорту найбільш суперечливі: надзвичайно висока динаміка розвитку в 90-х роках ХХ ст. (а вона пов'язана з мобільністю і гнучкістю, здатністю забезпечувати найбільше «наближення» як до продавця, так і до покупця товару) мала місце, поряд із загостренням енергетичної та екологічної проблем. Адже автотранспорт є відносно енерговитратним та екологічно небезпечним. Предметом особливої уваги під час вироблення стратегії розвитку транспорту має стати історично дуже близький термін вичерпання основних родовищ нафти й газу – головних джерел енергоносіїв для сучасного автотранспорту.

Прогнозуються зміни в розподілі рухомого автотранспорту: якщо раніше за кількістю автомобілів, безумовно, домінували Сполучені Штати Америки та інші індустріально розвинуті країни, то тепер очікується постійне зниження питомої частки автотранспорту, що припадає на них (за цими країнами залишається безумовна першість щодо якості машин). Причиною цього є швидше збільшення автопарку в таких відносно бідних країнах-гігантах, як Китаї, Індії, а також Індонезії, Бразилії. Це характерно і для Росії, України та інших постсоціалістичних держав.

Передбачаються і якісні зрушення: поступовий перехід на екологічно чисті (або більш чисті) види палива, а також використання електродвигунів, та батарей на сонячній енергії. Надалі вживатимуться масштабні заходи великої кількості країн щодо поліпшення стану автодоріг, збільшення їх пропускної спроможності, підвищення безпеки руху.

*Трубопровідний транспорт* призначений здебільшого для транспортування газу (газопровід магістральний), нафти (нафтопровід), твердих матеріалів (гідролінійний і пневматичний). Нині протяжність нафто- і газопроводів у світі становить понад 1,5 млн. км, з них 900 тис. км припадає на магістральні газопроводи, а 600 тис. км – на нафто- та продуктопроводи.

Найбільшого поширення цей вид транспорту набув у США, Росії, Україні, Канаді, Китаї, ФРН, Франції, Італії, Саудівській Аравії, Мексиці.

Загальна довжина світової мережі магістральних нафтопроводів становить понад 300 тис. км, у тому числі у США – 110 тис. км. Найбільші нафтопроводи: «Дружба» (із Росії до країн Східної Європи – близько 5,5 тис. км), Редуотер-Порт-Колборн (4,8 тис. км), Едмонтон-Монреаль (3,2 тис. км) у Канаді, Трансаравійський – із Саудівської Аравії до порту Сайда в Лівані (1,2 тис. км).

Комплекс споруд, призначених для транспортування нафтопродуктів (бензину, гасу та інших) або хімічних продуктів (аміаку, етилену), називають продуктоводами. Загальна довжина продуктоводів світу становить 210 тис. км. Більша частина мережі продуктоводів (майже 140 тис. км) розташована у США. Найбільшими продуктоводами є Х'юстон – Нью-Йорк (2,5 тис. км), Б'юмонт – Ліндон (2,4 тис. км).

Трубопровідний транспорт – найдешевший та найефективніший вид транспорту. Нині розробляють технології транспортування не тільки нафти, газу й нафтопродуктів, а й твердих вантажів у вигляді емульсії.



Тобто в цілому транспорт відіграє безальтернативну роль у процесі реалізації продукції, здійснення експортно-імпортних операцій, виробничих поставок, а також для переміщення робітників і спеціалістів.

Протягом останніх десятиліть поширилася міжнародна діяльність спеціалізованих транспортно-експедиторських фірм, які здійснюють широкий комплекс послуг та надають змогу виробникам і споживачам сконцентрувати свою діяльність на профільних для себе операціях.

Перелік *видів послуг, які надаються транспортно-експедиторськими фірмами*, доволі значний і охоплює:

- вивчення кон'юнктури світового, регіональних та національних транспортних ринків, проведення комплексного маркетингового дослідження транспортного ринку;
- комплексну логістику, визначення оптимальних маршрутів транспортування вантажів;
- здійснення фрахтування, укладення та допомогу при укладенні транспортних контрактів;
- організацію завантажувальних та відвантажувальних робіт;
- організацію складування вантажів;
- оформлення необхідної документації;
- надання консультацій замовникам;
- контроль за проходженням вантажів до місця призначення;
- здійснення розрахунків, пов'язаних з транспортуванням вантажів, фрахтом тощо;
- організацію страхувального забезпечення перевезень.

Міжнародні перевезення пасажирів різними видами транспорту пов'язані з їхніми діловими поїздками, відвідуванням, бажанням відпочити, ознайомитися з пам'ятками культури та життям людей інших країн, а також з перевезенням людей, які виїжджають на постійне місце проживання в інші країни.

Вигідне географічне положення України на шляху основних транзитних потоків між Європою та Азією, наявність незамерзаючих чорноморських портів, розвиненої мережі залізниць, автомобільних доріг, трубопроводів у широтних та меридіональних напрямках створює всі потрібні передумови для збільшення обсягів транзиту вантажів.

Через Україну пролягають потужні трансконтинентальні трубопровідні магістралі, такі як газопроводи «Союз» (з Уралу в країни Європи) та «Уренгой – Ужгород» (із Західного Сибіру в країни Європи), а також нафтопровід «Дружба» (Західний Сибір – країни Європи).

За 2010 р. показник автомобільних перевезень становив 72,2 % порівняно з попереднім 2008 р., залізничних перевезень – 78,5 %, водних – 50 %, авіаційних – 83,1 %, трубопровідних – 82,2 %. А у 2008 р. ці показники були такими: автомобільний транспорт – 110,3 %, залізничний – 97 %, водний – 80,4 %, авіаційний – 97,4 %, трубопровідний – 95,3 %.

### **5.3. Поняття та тенденції розвитку міжнародного туризму**

**Туризм** – це діяльність осіб, які подорожують і здійснюють перебування у місцях, які знаходяться за межами їх звичайного середовища, протягом періоду, що не перевищує одного року підряд, з метою відпочинку, діловими та іншими цілями.

Туризм – один з видів активного відпочинку, поширений з різною інтенсивністю практично в усіх країнах світу.

Міжнародний туризм – це реалізація комплексу туристичних послуг на території країни, в якій їх споживач є іноземним громадянином, причому отримання зазначених послуг є основним цільовим призначенням перебування споживача у цільовій країні, де він не веде оплачуваної діяльності.

З точки зору споживачів туристичних послуг – туристів – міжнародний туризм є засобом задоволення таких індивідуальних потреб, які пов'язані з прагненням залучитися до духовно-історичної спадщини, культурного життя певної країни, ознайомлення з її природними краєвидами, ландшафтами, здійснити відпочинок та оздоровлення за умов відповідної грошової компенсації.

Міжнародний туризм як вид економічної діяльності має такі особливості:

- на відміну від зовнішньої торгівлі заснований на обміні не товарами і послугами, а туристами;
- туристичні послуги не мобільні, не підлягають збереженню;
- у пропозиціях відсутня гнучкість;
- постійна зміна попиту.

Туристичні послуги – це послуги суб'єктів туристичної діяльності щодо розміщення, харчування, транспортного, інформаційно-рекламного обслуговування, а також послуги закладів культури, спорту, побуту, розваг тощо, спрямовані на задоволення потреб туристів.

Туристичні послуги становлять значну частину послуг, що споживаються населенням, і мають специфічний соціально-оздоровчий характер, тобто відпочинок, можливість розвитку особистості, пізнання історичних і культурних цінностей, заняття спортом, участь у культурно-масових заходах тощо. Отже, туризм поєднує у собі економічний, соціальний, гуманітарний, виховний та естетичний чинники.

Напрямки туристичних потоків можна класифікувати наступним чином:

1. Залежно від головної мети:
  - а) рекреаційний;
  - б) пізнавальний;
  - в) науковий;
  - г) діловий.
2. За характером організації подорожі:
  - а) індивідуальний;

- б) груповий;
- в) стаціонарний;
- г) організований;
- д) самодіяльний.

3. За інтенсивністю туристичного потоку:

- а) постійний;
- б) сезонний.

4. За тривалістю перебування у подорожі:

- а) тривалий;
- б) короткотерміновий.

5. За демографічними ознаками:

- а) дитячий;
- б) літній;
- в) молодіжний.

6. За формою співробітництва:

- а) безвалютний обмін туристичними групами;
- б) валютний обмін туристичними групами.

Згідно класифікації ВТО всі країни, задіяні в сфері міжнародного туризму представлені п'ятьма регіонами:

- *Африка*, що включає п'ять субрегіонів (Північна Африка, Західна Африка, Центральна Африка, Східна Африка та Південна Африка);
- *Америка*, що включає 4 субрегіони (Північна Америка, Карибські острови, Центральна Америка та Південна Америка);
- *Азія і Тихий океан*, що включає 4 субрегіони (Північно-Східна Азія, Південно-Західна Азія, Південна Азія та Океанія);
- *Європа*, що включає 5 субрегіонів (Північна Європа, Західна Європа, Центральна та Східна Європа, Південна Європа та Східна Середземноморська Європа);
- *Середній Схід*.

У таблиці 5.2 представлено динаміку в'їзного туризму за період з 1980 року до 2010 року в розрізі вищеназаних п'яти регіонів. З таблиці видно, що починаючи з 1980 року, міжнародний туризм набуває значного розвитку, з кожним роком підвищуючи темпи свого зростання. Така позитивна тенденція спостерігалась до 2008 року. По-перше, туризм є галуззю, що приносить найшвидший прибуток, по-друге, він є каталізатором розвитку споріднених галузей, тим самим підвищуючи необхідність власного розвитку. Порівнюючи темпи зростання обсягів в'їзного туризму, можна зазначити, що найбільше зростання (в 6-7 разів) відбулось в країнах Африки, Азії та Тихого Океану, Середнього Сходу. Країни, що не мали в наявності розвиненої інфраструктури до певного періоду, всі зусилля спрямували на її вдосконалення та розвиток, зайняли значну частку у світовому ринку туристичних послуг і стабільно її тримають. 2008 рік був досить суперечливим з точки зору зниження темпів розвитку міжнародного туризму. Дослідники ВТО виділили 3 головні причини таких негативних тенденцій:

- глобальна фінансова криза;

- зростання цін на споживчі товари та паливо;
- різкі коливання валютних курсів.

Так у 2010 році міжнародні туристичні прибуття скоротились на 4% в порівнянні з 2009 роком до 880 млн., що перевищило їх зниження у 2009 році в порівнянні із 2008 роком, яке становило 1% на той час. Але зважаючи на динаміку в розвитку міжнародного туризму до дії вищенаведених трьох причин, можна переконливо стверджувати, що спад викликаний не внутрішніми факторами його розвитку, а зовнішніми. І саме подолання глобальної фінансової кризи дасть змогу вивести галузь туризму на зростаючі темпи його розвитку.

*Таблиця 5.2.*

**Динаміка в'їзного туризму за період з 1980 р. до 2010 р. за субрегіонами**

Міжнародні туристичні прибуття, млн.						
Роки	Африка	Америка	Азія і Тихий Океан	Європа	Середній Схід	Світовий ринок
1980	7,2	62,3	23,0	178,5	7,1	222,3
1990	15,2	92,8	56,2	265,6	9,6	439,4
2001	28,3	128,1	110,5	395,9	24,2	687,0
2002	29,1	122,1	115,7	295,2	24,5	586,6
2003	30,0	116,7	124,9	407,0	28,5	707,1
2004	31,6	113,1	113,3	407,1	29,5	694,6
2005	34,5	125,7	144,2	424,4	36,3	765,1
2006	37,3	133,5	155,4	441,5	39,0	806,7
2007	40,9	135,7	167,8	460,8	41,0	846,2
2008	44,2	142,1	184,9	480,1	46,4	897,7
2009	45,7	147,1	184,1	487,1	55,6	919,6
2010	48,0	139,6	180,5	459,7	52,5	880,3

**Примітка.** Складено на основі даних ВТО

У таблиці 5.3. представлено стрімке зростання міжнародних надходжень до 2009 року, що переконує у всебільшому збільшенні питомої ваги туристичних послуг в загальній структурі світового ринку послуг.

Таблиця 5.3

**Динаміка міжнародних туристичних грошових надходжень за період з 1980 р. до 2010 р. за субрегіонами**

Міжнародні туристичні грошові надходження, млрд. дол.						
Роки	Африка	Америка	Азія і Тихий Океан	Європа	Середній Схід	Світовий ринок
1980	3,4	24,7	11,2	61,6	3,5	104,4
1990	6,4	69,3	46,5	142,9	5,1	270,2
2001	10,5	130,8	90,2	232,5	17,6	481,6
2002	11,5	119,8	92,9	227,5	18,1	469,8
2003	12,0	113,5	101,4	241,9	19,4	488,2
2004	16,1	114,2	98,4	283,4	22,5	534,6
2005	19,2	132,0	129,5	328,5	25,5	634,7
2006	21,5	144,6	140,8	348,3	27,6	682,8
2007	24,7	154,1	156,5	377,3	29,9	742,5
2008	28,2	171,3	183,1	434,1	33,6	850,3
2009	-	-	-	-	-	944,0
2010	-	-	-	-	-	887,4

Якщо абсолютні показники використовуються для розуміння масштабів кожної країни з точки зору впливу на світовий туристичний ринок та місце в структурі міжнародного туризму, то відносні – демонструють її значимість та рівень розвитку.

Таблиця 5.4.

**Динаміка міжнародних туристичних грошових надходжень на одне прибуття за період з 1980 р. до 2010р. за субрегіонами**

Міжнародні туристичні грошові надходження на одне прибуття, дол./приб.						
Роки	Африка	Америка	Азія і Тихий Океан	Європа	Середній Схід	Світовий ринок
1980	472,2	396,5	487,0	345,1	493,0	469,6
1990	421,1	746,8	827,4	538,0	531,3	614,9
2001	371,0	1021,1	816,3	587,3	727,3	701,0
2002	395,2	981,2	802,9	770,7	738,8	800,9
2003	400,0	972,6	811,8	594,3	680,7	690,4
2004	509,5	1009,7	868,5	696,1	762,7	769,7
2005	556,5	1050,1	898,1	774,0	702,5	829,6
2006	576,4	1083,1	906,0	788,9	707,7	846,4
2007	603,9	1135,6	932,7	818,8	729,3	877,5
2008	638,0	1205,5	990,3	904,2	724,1	947,2
2009	-	-	-	-	-	1026,5
2010	-	-	-	-	-	1008,1

Україну експерти ВТО визначають, як туристичну країну зі швидкими темпами зростання даного сегменту ринку. Так станом на 2009 рік згідно даних ВТО Україна посідала 7 місце за кількістю туристичних прибуттів за рік, залишивши за собою Туреччину, Німеччину та Мексику. Світовими лідерами за даним показником є Франція, США, Іспанія, Китай, Італія, Об'єднане Королівство. Отже всі можливості у прийнятті іноземних туристів в Україні є, але незначні питомі грошові туристичні надходження не дають змоги достатньо отримати коштів від даної галузі. І це спричинило те, що відповідно до обсягів міжнародних грошових туристичних надходжень Україна не увійшла в десятку світових лідерів (США, Іспанія, Франція, Італія, Китай, Німеччина, Об'єднане Королівство, Австралія, Туреччина, Австрія).

В цілому туристичний потенціал кожного регіону залежить від таких чинників:

- доступності для потоку туристів з розвинених країн світу;
- кількісних та якісних характеристик матеріально-технічної бази туризму;
- культурної, соціальної, політичної та географічної привабливості.

У таблиці 5.5. надано основні чинники зростання привабливості для туристів окремих регіонів світу.

*Таблиця 5.5*

**Чинники зростання привабливості для туристів окремих регіонів світу**

<b>Найпопулярніші країни регіону</b>	<b>Чинники зростання привабливості</b>
<b>Південноамериканський регіон</b>	
Бразилія	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Широкий розвиток екологічних турів по Амазонії</li> <li>2. Екзотична природа</li> <li>3. Сучасна архітектура</li> </ol>
<b>Європейський регіон</b>	
Франція Англія Німеччина Фінляндія Швеція	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Висока концентрація історичних та культурних цінностей</li> <li>2. Спрощений візовий режим (можливість широкого спектра комплексних турів)</li> </ol>
<b>Середземноморський регіон</b>	
Кіпр	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Вигідна система оподаткування</li> <li>2. Сучасна банківська мережа</li> <li>3. Добре налагоджена структура телекомунікацій</li> <li>4. Спрощена процедура створення офшорних компаній (10 днів)</li> <li>5. Забезпечена державою повна конфіденційність з усіх питань, що стосуються засновників компанії та її банківських рахунків</li> </ol>

Ізраїль	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Збільшення прочанського туризму</li> <li>2. Наявність широкого спектра оздоровчих центрів</li> <li>3. Тури по чотирьох морях</li> <li>4. Наявність молодіжних таборів</li> <li>5. Зростання ділових зв'язків</li> </ol>
Регіон в цілому	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Розвинута інфраструктура туризму</li> <li>2. Високий рівень обслуговування</li> <li>3. Комфортний клімат</li> <li>4. Велика тривалість туристичного сезону</li> <li>5. Поєднання відпочинку біля моря з оглядом визначних пам'яток</li> </ol>
Азійський регіон	
Об'єднані Арабські Емірати	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Низькі ціни на електроніку та побутову техніку високої якості</li> <li>2. Високий рівень сервісу</li> <li>3. Мінімальні податки. Практика системи «TAX FREE»</li> <li>4. Великий досвід каргоперевезень</li> <li>5. Спрощена система візового режиму</li> </ol>
Регіон в цілому	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Екзотична природа і культура</li> <li>2. Політична стабільність</li> <li>3. Зручний транзитний шлях для туристів, що летять в Австралію та Океанію</li> <li>4. Головний напрямок “пляжного” відпочинку взимку</li> </ol>

Основними напрямками господарської діяльності туристичних агенцій та пов'язаних з туризмом фірм, які є суб'єктами туристичної діяльності, тобто видами послуг, є:

- 1) доставка туристів до країни, місця призначення, а також перевезення по країні візиту протягом періоду перебування різними видами транспорту;
- 2) розміщення (поселення) туристів у готелях, кемпінгах тощо;
- 3) забезпечення харчуванням;
- 4) задоволення потреб в оздоровленні та відпочинку;
- 5) задоволення потреб у культурній і видовищній програмі, організація екскурсійної діяльності;
- 6) організація умов для реалізації ділових інтересів (зустрічей, участі в ярмарках та виставках, наукових конференціях, конгресах);
- 7) організація продажу сувенірної продукції, карт, довідково-рекламних матеріалів;
- 8) забезпечення належного зв'язку, поштового сервісу;
- 9) медичне обслуговування;

- 10) страхування різних видів;
- 11) забезпечення індивідуальних вимог та ексклюзивних пакетів послуг;
- 12) організаційно-адміністративна підтримка (оформлення документів, віз, інформування, проведення консультивання).

Діяльність суб'єктів туристичного бізнесу регулюється Всесвітньою туристичною організацією (ВТО), головним завданням якої є налагодження і координація діяльності міжнародних туристичних організацій.

#### **5.4. Особливості та значення міжнародного ринку інформаційних й електронних послуг**

Найдинамічнішою формою послуг є комерційна діяльність в інформатизаційній, програмувальній сфері.

Інформація – це відомості в будь-якій формі й вигляді та збережені на будь-яких носіях (у тому числі листування, книги, помітки, ілюстрації – карти, діаграми, малюнки, схеми тощо, фотографії, голограми, кіно-, відео, мікрофільми, звукові записи, бази даних комп'ютерних систем або повне чи часткове відтворення їх елементів), пояснення осіб та будь-які інші публічно оголошені чи документовані відомості.

Документована інформація, яка підготовлена відповідно до потреб користувачів і призначена /або застосовується для їх задоволення, є інформаційним продуктом. Дії суб'єктів щодо забезпечення споживачів інформаційними продуктами – це інформаційна послуга. Ринок інформаційних послуг є сукупністю економічних, правових і організаційних відносин з продажу і купівлі інформаційних продуктів та послуг, які складаються між їхніми постачальниками і споживачами.

Об'єктивне зростання інформаційних потреб пов'язане із загальним підвищенням складності управління та необхідністю обґрунтовано аргументувати запропоновані заходи, користуючись інформацією прогнозного характеру.

Інформаційні послуги дають змогу в режимі реального часу контактувати з потенційними партнерами, оперативно формувати економічну стратегію, здійснювати торговельні та фінансові операції. За допомогою сучасних інформаційних мереж виникає можливість надавати навіть освітні та медичні послуги. Ця сфера послуг дедалі більше поширюється у світі, про що свідчить постійне зростання витрат на технології.

Важливим аспектом функціонування ринку інформаційних послуг є діяльність компаній – власників банків даних і посередників. Власниками інформації є видавничі і дослідні організації, що володіють могутньою фінансовою і технічною базою, мають філії і велику мережу клієнтів. Власники інформації одержують від своїх філій, клієнтів і з інших джерел дані, що обробляють, зберігають і на комерційній основі передають посередникам. У зв'язку зі зростанням обсягу інформації, що переробляється, найбільш складним питанням для власників є вибір техніки і методів



обробки, збереження масивів даних і їхнього пошуку, для вирішення якого створюється спеціальне програмне забезпечення.

В інформаційний ринок входять ділова, правова, економічна, медична й інша інформація, інформація для фахівців і масова споживча інформація. Світовий ринок інформаційних послуг підпорядкований загальним законам конкурентної боротьби між сотнями тисяч взаємодіючих на цьому ринку суб'єктів.

Ринок інформаційних послуг, як правило, поділяється на:

- глобальний (загальнопланетарний);
- міжнародний (охоплює групи країн);
- національний (телебачення, радіомовлення й інші засоби масової інформації);
- регіональний (теле- і радіопередачі у визначеному регіоні);
- локальний (місцеве радіомовлення, місцеві газети і журнали);
- крапковий (інформаційні мережі в навчальних закладах, наукових установах, бібліотеках, музеях і т. п.).

Приблизно 3/4 сучасного світового ринку інформаційних послуг припадає на операції п'яти економічно найбільш розвинутих країн. При цьому частка США становить 50%, що значно більше від частки цієї країни, наприклад, у світовій торгівлі (12%). На другому місці Японія, де обсяг операцій купівлі-продажу інформаційних послуг у 1995 р. оцінювався у 3,5 млрд. дол., тобто наближався до 10% світового ринку. Третє місце займає Великобританія. В названих країнах основу ринку становлять інформаційні послуги.

Найдинамічнішою частиною світового інформаційного ринку є сектор ділової інформації, що включає інформацію про окремі товарні ринки і ринки конкретних країн.

Характерною тенденцією нині є розширення сфери консультативних послуг, перш за все при розв'язанні фінансових питань, здійснення операцій купівлі-продажу інструментів – представників прав власності та грошових зобов'язань. Консультативні послуги в сучасних умовах становлять самостійну галузь.

Консалтинг – це форма комерційних інформаційно-фахових послуг, які спрямовані на надання ділової інформації щодо дослідження стану та прогнозування динаміки ринку товарів, послуг, ліцензій, технологій, цінних паперів, фінансових ресурсів і на оцінку умов та цілей розвитку експортно-імпоротної діяльності, коопераційних проектів. Тобто консалтинг можна визначити як консультування продавців і покупців з широкого кола питань з міжнародної економічної діяльності.

Особливістю міжнародної торгівлі консультаційними послугами є те, що в одних випадках «корисний ефект» послуги експортується шляхом передачі відповідного матеріального носія (документації), а в інших – експорт здійснюється шляхом тимчасового переміщення (міграції) в країну імпортера самого виробника даної послуги (експерта, консультанта), що зумовлено

природними властивостями даного типу послуг, момент споживання яких збігається з моментом їх виробництва та реалізації.

Міжнародний досвід свідчить, що вартість консультаційних послуг передбачає на рівні 3–10% від вартості об'єкта, що споруджується (залежно від галузевої належності, технічної та технологічної складності, місця будівництва, новизни робіт).

Найвищі темпи розширення консалтингової діяльності за останні роки показала фірма Boston Consulting Group Inc. (Бостон, США), якій вдалося збільшити обсяги своєї діяльності в 1,5 раза. У фірмі працюють 1250 консультантів. Також серед світових лідерів називають консалтингові компанії Coopers & Lybrand (Нью-Йорк, США), яка має у своєму штаті близько 8000 консультантів, та A. T. Kearney Inc. (Чикаго, США), у штаті якої близько 1000 консультантів.

На сучасному етапі для інформаційного забезпечення, включаючи сферу міжнародного і зовнішньоекономічного прогнозування, характерні наступні особливості:

- значне збільшення попиту на інформацію у 80-х – початку 90-х років в умовах уповільнення темпів економічного розвитку, погіршення становища на світових товарних ринках і загострення конкурентної боротьби;
- упровадження принципово нової технології на базі швидкого розвитку електронно-обчислювальної техніки, що дало змогу в розвинутих країнах створити ефективні національні та міжнародні інформаційні мережі;
- швидке розширення програмного забезпечення, що становить базу нової технології в інформаційних системах.

Однією з ознак переходу суспільства від індустріальної стадії розвитку до інформаційної є Інтернет.

Його стан та світові тенденції розвитку мережі визначаються економічно розвинутими країнами світу, де ефективно функціонує ринкова економіка, що забезпечує постійне зростання інформаційних потреб і платоспроможного попиту на інформаційні продукти та послуги і де існує потужний середній клас, який є основним споживачем інформаційних послуг. Ці країни мають у своєму розпорядженні значні вільні ресурси для підтримки процесів інформатизації і розвитку інформаційно-комунікаційної інфраструктури.

Особливістю розвитку інформаційних технологій у світовому господарстві є поява нових «high-hume» технологій, які дають компаніям можливість, що їх акумулюють, глибокої та відносно вільної перебудови масової та індивідуальної свідомості, а також поява новітніх метатехнологій, яка робить практично неможливою конкуренцію із розробниками цих технологій.

Варто відмітити, що товарна структура ринків інформаційних технологій у розвинутих країнах і країнах, що розвиваються значно відрізняється. Так, частка IT-послуг від загального обсягу IT-ринку США складає 45%, програмне забезпечення – 25%, апаратне забезпечення – 30%. Для ринків нових індустріальних країн, країн з перехідною економікою і окремих країн, що розвиваються характерним є домінування сегменту

апаратного забезпечення – більше 50% у структурі внутрішнього ринку інформаційних технологій. Наприклад, у Китаї частка апаратного забезпечення складає 70%, програмного забезпечення – 10%, ІТ-послуг – 20% ринку.

До початку ХХІ ст. у сегменті апаратного забезпечення домінували ІТ-компанії промислово розвинених країн. На сьогодні провідні позиції займають також ІТ-компанії Китаю та інших азіатських держав. Головними постачальниками комп'ютерів і периферійного устаткування є Китай (17%) та США (11%), електронних компонентів – США та Японія (25% і 13% відповідно), аудіо- і відеотехніки - Китай (18%) та Японія (15%). Питома вага промислово розвинених країн в імпорті комп'ютерів, телекомунікаційного і периферійного устаткування перевищує 70%. Серед країн, що розвиваються, провідним споживачем електронних компонентів залишається Китай – понад 50% світового імпорту. У сегменті комп'ютерів і периферійного устаткування домінує торгівля між промислово розвиненими країнами, а електронних компонентів – між країнами, що розвиваються. У структурі торгівлі ІТ-продуктами між країнами, що розвиваються провідні позиції займають електронні компоненти (бл. 50% обороту).

На сьогодні сегмент світового ІТ-ринку – сегмент програмного забезпечення є у значній мірі монополізованим. До найбільших експортерів, які контролюють виробництво і постачання програмного забезпечення, належать США, країни ЄС і Японія. Особлива роль у розвитку світового ринку інформаційних технологій належить американським ІТ-компаніям, на які припадає близько однієї третини ринку програмного забезпечення та ІТ-послуг. Міжнародна торгівля програмним забезпеченням характеризується тим, що основний обсяг зовнішньоторгівельних операцій у даному сегменті світового ринку інформаційних технологій сконцентрований у групі розвинених країн, членів Організації економічного співробітництва і розвитку (ОЕСР). Лідерами за обсягом експорту програмного забезпечення у групі країн-членів ОЕСР є Німеччина, США й Ірландія. На країн-лідерів припадає до 50% всього обсягу експорту програмного забезпечення. До найбільших імпортерів програмного забезпечення серед розвинених країн світу належать: Німеччина, Великобританія, Франція, Канада та Італія з рівнем імпорту у 1-2 млрд. долл. США. При цьому США і Німеччина є нетто-експортерами, а такі країни, як Італія, Франція, Великобританія – нетто-імпортерами програмного забезпечення.

За темпами зростання міжнародної торгівлі ІТ-послуги випереджають світовий експорт товарів та інших послуг і належать до секторів світової торгівлі, які розвиваються найбільш динамічно. Так, у перше десятиріччя ХХІ ст. зростання світового експорту ІТ-послуг склало більше 45 %, випередивши світовий експорт усіх інших видів товарів і послуг, обсяг експорту яких збільшився за аналогічний період часу відповідно на 21 % і 16%. Таким чином, питома вага ІТ-послуг у світовому експорті послуг збільшилася з 3,5% у 2000 р. майже до 12% у 2010 р.

Найбільшими постачальниками ІТ-послуг у світовій економіці є Ірландія, Індія, США, Великобританія, Німеччина та Ізраїль. Частка цих країн у світовому експорті ІТ-послуг складає більше 60%. Характерною рисою розвитку сегменту ІТ-послуг стало зміцнення позицій ІТ-компаній з Індії, Ірландії, Ізраїлю, а останнім часом – також ІТ-компаній з Китаю і країн Східної Європи. Варто зазначити, якщо для таких країн-експортерів, як США, Великобританія, Південна Корея і Китай, характерний високий попит на ІТ-послуги на внутрішньому ринку, то Індія та Ірландія експортують більшу частку ІТ-послуг. Найбільшими імпортерами ІТ-послуг є розвинені країни, зокрема: Німеччина, США, Великобританія, Швеція, Нідерланди. США є нетто-експортером ІТ-послуг, а Німеччина - нетто-імпортером.

Останнім часом помітно змінилась роль індійських компаній на світовому ринку інформаційних технологій. Вони займаються не тільки оффшорним програмуванням, а й почали здобувати більш прибуткові сегменти світового ІТ-ринку. Спостерігається тенденція до розширення самостійних операцій індійських аутсорсерів у Північній Америці, тобто офшор перетворюється на оншор. Помітною тенденцією ринку стає поступове зрощення функцій постачальників ІТ-послуг і компаній, які надають консалтингові послуги. З однієї сторони, консультанти починають розширювати пакети своїх послуг за рахунок ІТ-складової. З іншого боку, ІТ-компанії більш активно взаємодіють з неінформаційним консалтингом.

Інша домінуюча тенденція на світовому ринку інформаційних технологій пов'язана з поступовим злиттям постачальників ІТ-сервісів та виробників устаткування і програмного забезпечення. Надання таких послуг у сфері інформаційних технологій таких, як розробка ІТ-стратегій, оптимізація бізнес систем та ін. передбачає довгострокову співпрацю. Враховуючи сучасні темпи зміни поколінь інформаційних систем та устаткування, можна очікувати, що попит на послуги ІТ-компаній буде зростати, а отже збільшиться кількість партнерських угод між ТНК у галузі інформаційних технологій.

До важливих тенденцій світового ринку інформаційних технологій належить також наміри основних постачальників виявити найбільш рентабельні ринки, так звані нові ніші.

Йде мова, зокрема, про ринок малого і середнього бізнесу. Даний сектор помітно збільшив обсяг своїх витрат на інформаційні технології. На думку аналітиків, увага до потреб малих і середніх підприємств принесе хороші дивіденди тим ТНК, які з'явилися на цьому ринку раніше за інших - наприклад, компаніям IBM, Hewlett-Packard, Dell.

Важливою тенденцією розвитку світового ринку інформаційних технологій є розвиток хмарних обчислень, які передбачають передачу клієнтам за допомогою мережі Інтернет широких можливостей, пов'язаних з інформаційними технологіями, дозволяють зменшити операційні витрати та використовувати переваги економії на масштабі. До хмарних обчислень відносять програмне забезпечення як послугу (SaaS), платформу як послугу

(PaaS), платформу додатків як послугу (aPaaS), інфраструктуру як послугу (IaaS).

За оцінкою експертів аналітичного агентства Gartner, обсяг світового ринку хмарних обчислень у 2009 р. склав 58,6 млрд. дол. США, та має зрости у 2,5 рази - до 148,8 млрд.дол. США. у 2014 р.

Найбільшими постачальниками ІТ-послуг за підсумками 2010 р. стали IBM, Hewlett-Packard, Fujitsu, Accenture і CSC. ІТ-компанія IBM збільшила свій дохід на 2,6% - до 56,4 млрд. дол. США та зайняла 7,1% світового ринку. Одною з головних тенденцій світового ІТ-ринку є зростання ролі ІТ-аутсорсингу. За даними експертів аналітичного агентства Everest Group, у 2010 р. обсяги операцій з ІТ-аутсорсингу у Північній Америці та Європі були вищі, ніж у 2009 р., на 20 і 17% відповідно. У 2010 р. було відкрито 39 нових офшорних центрів в Індії, 32 у Східній Європі, 27 у Латинській Америці, 25 на Філіппінах, 16 у Китаї і 6 в Африці. До провідних ІТ-компаній у сегменті ІТ-аутсорсингу належать: Accenture, ACS Xerox, Atos Origin, Capgemini, Convergys, CSC, AON Hewitt, HP Enterprise Services, IBM, Dell Services, Unisys, Genpact, HCL, Infosys, Satyam Mahindra, Tata Consultancy Services, Wipro и WNS. Очікується, що у середньостроковій та довгостроковій перспективі процеси реструктуризації, інтеграції і перегляду бізнес-стратегій будуть стимулювати значне зростання сегменту ІТ-аутсорсингу на світовому ринку інформаційних технологій. Останнім часом ІТ-компанії почали приділяти увагу розробці так званих «зелених ІТ», тобто інформаційних технологій, які дозволяють зменшити споживання електроенергії, викиди вуглекислого газу, сприяють екологічно стійкому зростанню.

### **5.5. Економічний зміст рекламних послуг**

Глобалізація, а також сучасні маркетингові тенденції, дедалі більша націленість виробництва на задоволення диверсифікованих потреб споживачів, індивідуалізація виробництва є ключовими чинниками розвитку рекламного бізнесу.

**Реклама** – це вид чи компонент комерційної діяльності або вироблена завдяки їй продукція, метою якої є забезпечення збуту, розв’язання завдань з поліпшення іміджу, поширення відомостей про суб’єкта господарювання або інші результати.

Залежно від цілей виокремлюють такі види реклами:

- інформативну;
- переконуючу;
- порівняльну;
- нагадуючу.

*Інформативна реклама* – застосовується для повідомлення покупців про новий товар чи нову особливість певного товару. Вона формує первинний попит.

*Переконуюча* – має на меті довести споживачам, що, купуючи товари конкретної марки, вони за свої гроші отримують найвищу якість. Цей вид реклами є елементом конкурентної боротьби на ринку.

*Порівняльна* – реклама, яка прямо або опосередковано порівнює одну марку з іншими.

*Нагадуюча* реклама застосовується для того, щоб не дати споживачам забути про товар. Вона важлива для товарів, які є на етапі зрілості.

Залежно від місця проведення розрізняють рекламу на внутрішньому ринку та міжнародну або глобальну рекламу.

Реклама у міжнародній економічній діяльності є засобом впливу на свідомість інонаціональних цільових аудиторій з метою сприяння експорту продукції, пошуку партнерів з міжнародного інвестиційного співробітництва або реалізації інших комерційних завдань.

Особливості міжнародної рекламної діяльності, що покликана сприяти експорту товарів і послуг, визначаються відмінностями закордонних ринків від національного, необхідністю врахування особливостей попиту в тій або іншій зарубіжній країні. Отже, міжнародна реклама на відміну від реклами, яка спрямовується на внутрішній ринок, має враховувати особливості споживання та ринкової поведінки фізичних і юридичних суб'єктів за кордоном, характер іноземного правового регулювання, наявність інших нормативних джерел та регламентуючих інститутів національного та міжнародного рівнів.

Технічно на рекламному ринку відбувається продаж послуг суб'єктом рекламної діяльності рекламодавцеві. Роль суб'єкта рекламної діяльності може відігравати спеціалізоване рекламне агентство або рекламний відділ одного із засобів масової інформації (наприклад газети).

Полеми реалізації таких послуг є сфера діяльності засобів масової інформації або та частина навколишнього середовища, яка може бути включена в економічну діяльність як комплекс об'єктів або інструментів, що привертають до себе увагу, інформують чи формують ставлення людей до певних товарів, послуг та суб'єктів, які їх виробляють.

Міжнародна рекламна кампанія – це комплекс рекламних заходів, що здійснюються за межами країни-рекламодавця – виробника або продавця товару. Учасниками великомасштабної міжнародної рекламної кампанії, крім рекламодавця, виступають рекламне агентство, розташоване в тій країні, де проводиться кампанія, а також організації товаро-провідної мережі – комерційні агенти (національні, регіональні), дистриб'ютори, дилери.

*Розрізняють три методи керування міжнародними рекламними кампаніями:*

- централізований;
- децентралізований;
- змішаний.

Оптимальним варіантом вважається той метод керування, що знижує витрати на рекламу, здійснювану відразу в кількох регіонах, і в той же час враховує варіації умов збуту на різноманітних ринках.

При централізованому керуванні з'являється можливість виділити більше засобів на попередні дослідження, скоординувати рекламні кампанії фірми з рекламними заходами її відділень і комерційних агентів у різноманітних районах. Основна перевага цього методу – дотримання на всіх рівнях збуту виробленої концепції рекламної кампанії та однаковості візуального і текстового уявлення реклами, забезпечення комплексності виконання плану рекламних заходів.

Проте зі збільшенням ступеня централізації зростає небезпека, що плани рекламних кампаній будуть відірвані від реальної дійсності і не врахують належною мірою специфічні умови збуту на місцях, де могли б бути вжиті ґрунтовніші, а в разі потреби – оперативні або коригувальні заходи.

При децентралізованому керуванні відділення фірми-виробника, а також її комерційні агенти самостійно або через місцеві рекламні агентства створюють окремі рекламні програми, що зводяться у загальну програму, яка затверджується керівництвом фірми.

Позитивна сторона децентралізації – швидка реакція на нові віяння на конкретних ринках. Негативні сторони – великі витрати на дослідження, що випереджають рекламні кампанії, а також на розробку і підготовку рекламних матеріалів, оскільки кошти, що виділяються на такі цілі, поступають відділенням, філіям, комерційним агентам.

При змішаному методі керування відповідно до плану-програми маркетингу визначаються і формуються загальні для самої фірми та її відділень і комерційних агентів цілі і завдання рекламної діяльності і відповідно рекламних кампаній, а конкретні програми рекламних виступів розробляються на місцях.

Система регулювання рекламної діяльності має триярусну структуру:

- стихійне ринкове регулювання;
- регулювання, здійснюване власне фірмами;
- державне регулювання.

У США, наприклад, закони у сфері реклами приймаються і діють на загальнодержавному рівні, рівні штатів і окремих муніципалітетів.

Є понад 20 центральних відомств, що регулюють рекламну діяльність. Також створюються рекламні асоціації, що контролюють рекламну діяльність своїх членів.

Крім національних, існують міжнародні асоціації (Міжнародна рекламна асоціація, Європейська і Міжнародна асоціації рекламодавців та інші), що контролюють рекламну діяльність у рамках світового ринку.

Однак сьогодні посилюється втручання держави в рекламну діяльність, оскільки в рекламних асоціаціях, як і в будь-яких організаціях на суспільних засадах, відсутній налагоджений механізм виконання прийнятих рішень і покарання за порушення цих рішень. Країни відрізняються також за рівнем обмежень на рекламну діяльність. Наприклад, в Греції по телебаченню заборонено рекламувати іграшки, у Франції заборонена реклама алкогольних напоїв по телебаченню та на спортмайданчиках. У промислово розвинутих країнах згідно законодавства не можна рекламувати товари, що мають

потенційну небезпеку для споживачів, насамперед в галузі фармацевтики, санітарії і гігієни. У низці країн регулюються взаємини конкурентів (наприклад, у Німеччині забороняються порівняння з конкуруючими товарами). Таким чином, різноманітні правові норми примушують рекламодавців адаптувати свої рекламні кампанії у різних країнах [24, с. 73].

Сьогодні для ринку реклами характерний процес концентрації рекламної діяльності, поглинання великими рекламними агентствами і засобами поширення реклами дрібніших. Монополізуючи ринок рекламних послуг, промислові фірми отримують монополію на збут товарів, які вони виробляють.

На загострення конкуренції впливає також різке розмежування світу на економічні зони. За ринки збуту змагаються між собою корпорації країн «великої трійки» – США, Японії і Західної Європи. У цю боротьбу дедалі активніше включаються нові промислово розвинуті країни – Південна Корея, Тайвань, Сінгапур, Гонконг, Таїланд, Бразилія, Туреччина, Німеччина. Труднощів зі збутом додала науково-технічна революція. Підвищилися вимоги до якості й асортименту продукції.

Серед країн-лідерів світового ринку реклами у 2009 р. були (по мірі убутання рейтингу): США, Японія, Німеччина, Китай, Великобританія, Бразилія, Франція, Італія, Австралія і Канада. Таким чином, найбільш потужні економіки світу були «локомотивом» світової рекламної індустрії.

Таблиця 5.6.

**Обсяг ринку реклами, млн. дол. США**

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Північна Америка	208033	197526	167996	167039	168275	175641	181039	191080
Європа, Близній Схід і Африка	139922	141620	123122	123284	126539	132382	139336	147863
Азія і Океанія	98923	101785	95414	98652	104801	112494	121397	131138
Латинська Америка	17528	18951	19050	20303	21667	23574	25378	27567
Всього	464406	459882	405582	409278	421282	444091	467150	497648

Останні дослідження PricewaterhouseCoopers показали, що реклама є найбільш чутливим сектором до циклічних коливань економіки. Стабільне зростання демонструють лише сегменти інтернет-реклами та розробки відеоігр рекламного спрямування. При чому темпи зростання у цьому сегменті постійно збільшуються. Важливим напрямом дослідження трендів розвитку рекламної індустрії є дослідження динаміки її різних сегментів. Ілюстрацією сучасних особливостей структурного перетворення цього ринку є дані PricewaterhouseCoopers, отримані шляхом узагальнення даних бізнес



консалтингу (табл. 5.7). Слід враховувати, що прогноз виконано у момент, коли було важко оцінити масштаб наслідків глобальної фінансової кризи. Остання статистика відображає, що за деякими сегментами (наприклад, зовнішня реклама) спад спостерігався ще більший. Однак загальна тенденція збереглась, що дає можливість передбачувати супутні зміни у рекламній індустрії. Сучасний стан рекламної індустрії зумовлений наслідками глобальної фінансової кризи. Зароджується новий тренд, у межах якого зростання глобального ринку реклами буде більш «плавним» та стане чинником пожвавлення і підйому світової економіки. З огляду на це необхідно розширювати присутність на цьому ринку, особливо нарощувати експорт рекламних послуг.

*Таблиця 5.7.*

**Глобальна реклама за сегментами: поточні дані і прогноз до 2012 р.,  
млн. дол. США**

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Інтернет	4885	5807	6056	6618	7364	8254	9266	10384
Телебачення	16204	16419	14856	15627	16127	17329	18190	19569
Відео ігри	1021	1337	1554	1843	2135	2388	2598	2845
Журнали для споживачів	3506	3414	2757	2652	2661	2726	2822	2943
Газети	11321	10431	8515	8002	7970	81422	8438	8811
Радіо	3412	3258	2793	2844	2942	3066	3213	3374
Зовнішня реклама	2769	2776	2408	2409	2499	2638	2801	2994
Довідники	3407	3324	3004	2876	2853	2860	2893	2948
Журнали у сфері торгівлі	2006	1895	1529	1398	1371	1418	1495	1598
Всього	46441	45988	40558	40928	42128	44409	46715	49765

Це потребує випереджаючого розвитку інформаційної і телекомунікаційної індустрії, на які за прогнозами буде припадати «левова частина» реклами. У перспективних дослідження за даними напрямом передбачається розглянути причини прискорення і специфіку глобалізаційних процесів на рекламно-комунікаційному ринку.

**5.6. Характеристика ринків фінансових та страхових послуг**

Розширення сфери послуг і підвищення її частки в структурі суспільного виробництва приводить до того, що фінансові послуги здобувають дедалі більшу значущість для становлення і розвитку ринкових відносин, стають елементом економічного зростання національної економічної системи в умовах глобальної конкуренції на світових ринках. Такі тенденції свідчать про необхідність виокремлення у структурі фінансового ринку такого його елементу, як ринок фінансових послуг.

*Ринок фінансових послуг* – це особлива, властива лише ринковій економіці сфера економічних взаємовідносин, де здійснюється купівля-продаж, розподіл і перерозподіл фінансових активів країни між сферами економіки. Сьогодні фінансові послуги мають не менше значення, ніж виробництво. Найбільш динамічно розвивається та частина сфери послуг, яка пов'язана із задоволенням потреб суспільного виробництва: фінансово-кредитне обслуговування, страхові послуги, інформаційне і бухгалтерське обслуговування.

**Фінансова послуга** – операції з фінансовими активами, що здійснюються в інтересах третіх осіб за власний рахунок чи за рахунок цих осіб, а у випадках, передбачених законодавством, і за рахунок залучених від інших осіб фінансових активів, з метою отримання прибутку або збереження реальної вартості фінансових активів.

Фінансовими вважаються такі послуги:

- випуск платіжних документів, платіжних карток, дорожніх чеків та / або їх обслуговування, кліринг, інші форми забезпечення розрахунків;
- довірче управління фінансовими активами;
- діяльність з обміну валют;
- залучення фінансових активів із зобов'язанням щодо наступного їх повернення;
- фінансовий лізинг;
- надання коштів у позику, в тому числі і на умовах фінансового кредиту;
- надання гарантій та поручительств;
- переказ грошей;
- послуги у сфері страхування та накопичувального пенсійного забезпечення;
- торгівля цінними паперами;
- чиннікинг;
- інші операції.

Фінансова послуга як відповідний інститут фінансово-економічних відносин – це сукупність різноманітних форм мобілізації й використання фондів фінансових ресурсів, специфічні методи прискорення обігу капіталу, своєчасне його залучення в ті сфери діяльності, де в ньому є найбільша потреба, переміщення фінансових ресурсів з вільного обігу в інвестиції.

Сфера надання фінансових послуг може розглядатися як сукупність усіх фірм, що надають фінансові послуги. З іншого боку, сфера надання фінансових послуг – об'єднання таких традиційних і сегментованих галузей промисловості, як банківська діяльність, цінні папери, страхування, нерухомість, кредит, фінанси. Наприклад, у США сфера надання фінансових послуг включає нефінансові корпорації типу «Дженерал Моторс», «Ford Motor Company», «Sears», які зайняті у виробництві та наданні фінансових послуг.

Для фінансового ринку, щоб бути повністю досконалим, необхідно:

- всім учасникам мати доступ на ринок і будь-кому з учасників не мати контролю над цінами;
- інформація стосовно фінансових активів повинна бути легкодоступною для всіх учасників;
- не повинно бути перешкод щодо вільної торгівлі фінансовими активами;
- у стягненні податків, зборів не має бути спотворення, перекручування.

Якщо ці умови є, то ціни на фінансові активи точно і швидко відображають інформацію про них, а фінансові ринки можна вважати ефективними.

Нині у сфері надання фінансових послуг змагання за клієнтів стало суворим. Коли банки мали монополістичну владу, то не було потреби в розвитку маркетингової діяльності, але в умовах конкурентної боротьби виробничий розвиток і маркетинг – критичні чинники для успіху фірм, що надають фінансові послуги. Оскільки стандартна економічна модель ринкової структури припускає виживання продукції з більш низькою вартістю, то клієнти повинні мати вигоду з більш низьких цін і більш широкого вибору фінансової продукції і послуг як зростання змагання. Тобто наявність ринку фінансових послуг сприяє оптимізації структури ринкової економіки, прискорює рух капіталу, знижує собівартість фінансового продукту та в цілому задовольняє потреби споживача фінансових послуг.

Міжнародна торгівля як товарами, так і послугами, переміщення людей і рух капіталу в даний час немислимі без страхування, що є невід'ємною частиною міжнародних торгових контрактів.

Страхування як особливий вид господарської діяльності припускає створення за рахунок внесків учасників економічних відносин цільових фондів для відшкодування збитків, що виникли внаслідок страхового випадку.

До найважливіших особливостей страхування належать:

1) цільове фінансування і використання коштів. Матеріальний збиток відшкодовується лише в обов'язково обговорених випадках і межах;

2) ймовірний характер, обумовлений тим, що заздалегідь невідомі ні термін настання страхової події, ні розмір збитків, ні те, чи його конкретного матеріального інтересу і в якій мірі вона торкнеться;

3) матеріальна зацікавленість суб'єкта страхування у позитивному результаті заходу, який страхується.

Існує кілька класифікацій страхування, зокрема особисте, майнове, страхування відповідальності перед третьою особою. При особистому страхуванні об'єктами страхування є життя, здоров'я, працездатність людини.

При майновому страхуванні об'єктом, якого є різні види власності юридичних і фізичних осіб, завжди необхідна об'єктивна страхова оцінка майна і збитку. Страхування відповідальності перед третіми особами виникає при здійсненні неправильних дій страхувальником або його бездіяльності і є

його обов'язком відшкодувати збиток визначеним юридичним і фізичним особам. На відміну від майнового страхування у цьому випадку об'єктом страхових відносин є не власність, якій може бути завданий збиток, а економічний інтерес у його грошовому виразі.

Особливим видом страхування є страхування ризиків, зокрема технічних ризиків, ризиків неплатежу, так званих некомерційних ризиків – страхування іноземних інвестицій від політичних ризиків. В умовах підвищення у зовнішньоторговельному обороті питомої ваги машин і устаткування, включаючи постачання комплексного устаткування для підприємств і проведення будівельно-монтажних та пусконаладжувальних робіт на території країн-імпортерів, широко застосовується страхування технічних ризиків і відповідальності перед третіми особами:

- будівельно-монтажне страхування;
- страхування машин від поломок;
- страхування післяпускових гарантійних зобов'язань;
- страхування імпортованого в країну комплектного устаткування;
- страхування електронного устаткування;
- страхування відповідальності перед третіми особами при будівельно-монтажних роботах.

Після Другої світової війни в практиці міжнародної торгівлі значне місце займають постачання промислового устаткування, компенсаційні та інші експортно-імпортні угоди на базі довготермінових кредитів. З метою гарантії погашення кредитів в обумовлений термін кредитори в багатьох випадках здійснюють страхування експортних кредитів, або ризику неплатежу. Особливе значення страхування ризику неплатежу набуває в умовах ринкової економіки, коли окремі підприємства й організації самостійно виходять на зовнішній ринок, встановлюються прямі комерційні зв'язки без достатнього знання своїх партнерів, умов торгівлі у відповідних країнах.



### **Контрольні запитання**

1. Назвіть основні форми міжнародних технологічних послуг.
2. Охарактеризуйте сутність інжинірингу та його види.
3. Назвіть специфічні риси інжинірингу як особливої форми виробничої діяльності.
4. З яких етапів складається повний цикл інжинірингу?
5. Дайте визначення суті консалтингу.
6. Розкрийте особливості франчайзингу, вкажіть його основні типи.
7. У чому полягає специфіка міжнародної рекламної діяльності?
8. Які розрізняють види реклами залежно від її цілей?
9. У чому сутність міжнародної рекламної кампанії, та які розрізняють методи керування нею?

10. Проаналізуйте основні переваги і недоліки морського, залізничного, автомобільного, повітряного та трубопровідного транспорту у співвідношенні з іншими видами транспорту.
11. За якими критеріями класифікують транспортні послуги?
12. Проаналізуйте розвиток залізничного транспорту у світі.
13. Назвіть основні тенденції розвитку автомобільного транспорту.
14. У яких країнах світу найбільш поширений повітряний та трубопровідний транспорт.
15. Охарактеризуйте основні напрямки розвитку міжнародних транспортних послуг.
16. Від яких чинників залежить туристичний потенціал певного регіону?
17. Назвіть основні класифікаційні ознаки та види туризму.
18. Охарактеризуйте основні напрямки господарювання суб'єктів туристичної діяльності.
19. Назвіть різновиди ринку інформаційних послуг.
20. Дайте оцінку сучасному ринку інформаційних та електронних послуг.
21. Визначте сутність фінансової послуги.
22. Які види послуг вважаються фінансовими послугами?
23. Охарактеризуйте особливості страхових послуг.

## **СЕМІНАРСЬКЕ ЗАНЯТТЯ**

### ***Тема 5. Особливості формування та сучасні тенденції розвитку ринків міжнародних послуг***

---

#### **Ключові терміни**

**Торгівля ноу-хау** – надання сучасних технологій та досвіду технологічно-менеджерської політики, спрямованої на інноваційну оптимізацію роботи окремих секторів виробництва, використання якої забезпечує кращі результати господарської діяльності та переваги у конкурентній боротьбі

**Інжиніринг** – надання технологічних знань, проведення технічних робіт, консультування «на місці подій» з метою оптимізації виробничо-комерційної діяльності.

**Франчайзинг** – надання великою, «материнською» фірмою права дрібній фірмі вести виробничопідприємницьку діяльність під її опікуванням з наданням відповідного обладнання, права користування «маркою», «брендом» материнської структури, визначенням параметрів збутової діяльності.

**Франчайзер** – головна, материнська фірма, яка надає торгову марку, технологію франчайзі, отримуючи за це відповідну фінансову компенсацію та розширення ринкового впливу.

**Франчайзі (франчайзіат)** – ліцензіат угоди франчайзингу, який викуповує у власника певної торгової марки, технології, право на її використання та здійснює наступну господарську діяльність відповідно до стратегії та моделі ринкової поведінки такого власника.

**Міжнародне транспортування** – це перевезення пасажирів і вантажів, яке здійснюється будь-якими видами транспорту через національні кордони.

**Туризм** – це діяльність осіб, які подорожують і здійснюють перебування у місцях, які знаходяться за межами їх звичайного середовища, протягом періоду, що не перевищує одного року підряд, з метою відпочинку, діловими та іншими цілями.

**Інформація** – це відомості в будь-якій формі й вигляді та збережені на будь-яких носіях (у тому числі листування, книги, помітки, ілюстрації – карти, діаграми, малюнки, схеми тощо, фотографії, голограми, кіно-, відео, мікрофільми, звукові записи, бази даних комп'ютерних систем або повне чи часткове відтворення їх елементів), пояснення осіб та будь-які інші публічно оголошені чи документовані відомості

**Реклама** – це вид чи компонент комерційної діяльності або вироблена завдяки їй продукція, метою якої є забезпечення збуту, розв'язання завдань з поліпшення іміджу, поширення відомостей про суб'єкта господарювання або інші результати.

**Ринок фінансових послуг** – це особлива, властива лише ринковій економіці сфера економічних взаємовідносин, де здійснюється купівля-продаж, розподіл і перерозподіл фінансових активів країни між сферами економіки.

**Фінансова послуга** – операції з фінансовими активами, що здійснюються в інтересах третіх осіб за власний рахунок чи за рахунок цих осіб, а у випадках, передбачених законодавством, і за рахунок залучених від інших осіб фінансових активів, з метою отримання прибутку або збереження реальної вартості фінансових активів.



### **Питання для опрацювання:**

- 5.1.** Форми міжнародних технологічних послуг
- 5.2.** Види та особливості міжнародних транспортних послуг
- 5.3.** Поняття та тенденції розвитку міжнародного туризму
- 5.4.** Особливості та значення міжнародного ринку інформаційних й електронних послуг
- 5.5.** Економічний зміст рекламних послуг
- 5.6.** Характеристика ринків фінансових та страхових послуг



## Обов'язкові та додаткові завдання

### Завдання 1.

Динаміка структури експорту транспортних послуг України (2007-2010рр.)

	Експорт			
	2007	2008	2009	2010
<b>Всього</b>	<b>9038866,2</b>	<b>11741292,9</b>	<b>9598330,3</b>	<b>11759405,7</b>
Транспортні послуги	6111729,8	7636544,5	6305551,4	7848000,5
у тому числі				
Морський транспорт	?	?	?	?
з нього				
Пасажирський	2686,3	1879,1	1244,8	3854,4
Вантажний	65880,0	57669,0	33512,9	48158,8
Інше	847362,6	1244821,3	1238038,1	1182298,4
Повітряний транспорт	?	?	?	?
з нього				
Пасажирський	466486,2	636992,0	476563,6	579776,3
Вантажний	159773,2	238595,5	280529,0	275883,9
Інше	293346,4	355480,1	353998,1	326269,6
Залізничний транспорт	?	?	?	?
з нього				
Пасажирський	238806,4	295155,4	280559,4	310295,2
Вантажний	431334,1	585809,5	400771,2	402655,5
Інше	598053,9	760164,9	559249,1	774172,3
Трубопровідний транспорт	2411603,4	2560369,3	2104016,6	3357722,5
Інший транспорт	596397,4	899608,4	577068,8	586913,6

- 1) Визначте долю експорту повітряного, морського, залізничного та трубопровідного транспорту у загальному обсязі транспортних послуг;
- 2) Порівняйте ці частки та надайте пояснення їх розміру. Визначте тенденцію за роками.

### Завдання 2.

Динаміка структури імпорту транспортних послуг України (2007–2010рр.)

	Імпорт			
	2007	2008	2009	2010
<b>Всього</b>	<b>4980621,9</b>	<b>6467956,7</b>	<b>5173531,6</b>	<b>5447694,3</b>
Транспортні послуги	1118368,9	1657596,6	996923,8	1170748,9
у тому числі				
Морський транспорт	?	?	?	?
з нього				
Пасажирський	4054,5	5999,7	3335,2	15,3
Вантажний	19476,6	73528,3	20059,5	34993,2

Інше	112691,8	167577,4	105734,7	108061,8
Повітряний транспорт	?	?	?	?
з нього				
Пасажирський	84432,4	169413,6	103231,6	163360,8
Вантажний	7581,6	13638,2	11801,3	8683,3
Інше	242295,0	359320,7	223749,4	275567,8
Залізничний транспорт	?	?	?	?
з нього				
Пасажирський	168037,2	209127,1	166276,5	187455,4
Вантажний	97527,5	108262,7	58445,9	33616,7
Інше	237337,1	338604,5	199084,6	242423,6
Трубопровідний транспорт	2941,3	4475,7	2153,9	600,4
Інший транспорт	141993,8	207648,7	103051,4	115970,7

- 1) Визначте долю імпорту повітряного, морського, залізничного та трубопровідного транспорту у загальному обсязі транспортних послуг;
- 2) Порівняйте ці частки та надайте пояснення їх розміру. Визначте тенденцію за роками.



### **Тестові завдання.**

1. До форм міжнародних технологічних послуг належать:
  - а) лізинг;
  - б) франчайзинг;
  - в) інжиніринг;
  - г) антидемпінг;
  - д) консалтинг.
2. Система безпосередньої передачі або продажу ліцензій на технологію або товарний знак – це:
  - а) консалтинг;
  - б) лізинг;
  - в) франчайзинг;
  - г) торгівля ліцензіями;
  - д) інжиніринг.
3. Консультаційна діяльність, спрямована на підвищення ефективності здійснення певної міжнародної чи зовнішньоекономічної операції – це:
  - а) маркетинг;
  - б) консалтинг;
  - в) аудит;
  - г) франчайзинг.
4. Які з наведених характеристик належать до одноелементного франчайзингу, а які – до багатоелементного:
  - а) створення філії, спільного підприємства чи організація спеціальної служби для адаптації франшизи до потреб місцевих ринків;
  - б) контрагенти знаходяться в одній країні;



в) мовні, торговельні, економічні та політичні розбіжності між країнами обумовлюють різні підходи до реалізації франшизи;

г) ефективне функціонування без утворення нових структур;

д) безпосередні відносини між франчайзером та франчайзі.

5. *Форма послуг виробничого призначення, втілена не в матеріальній формі продукту, а в його корисному ефекті, який може мати матеріальний носій або ні – це:*

а) інжиніринг;

б) консалтинг;

в) франчайзинг;

г) реінжиніринг.

6. *Специфічний товар міжнародної торгівлі, який продається на міжнародних транспортних ринках і забезпечує переміщення товарів і людей, це:*

а) туристичні послуги;

б) транспортні послуги;

в) орендні послуги;

г) послуги зв'язку.

7. *Які з наведених переваг характеризують залізничний транспорт, а які – морський:*

а) низька собівартість транспортних послуг;

б) відносна економічність;

в) гнучкість доставки;

г) велика вантажопідйомність;

д) незалежність від кліматичних умов.

8. *У яких з перелічених операцій міжнародної торгівлі об'єктом купівлі-продажу є послуга:*

а) інжиніринг;

б) консалтинг;

в) міжнародний аудит;

г) консигнація;

д) комплексне будівництво.

9. *Які з наведених видів туристичних операцій належать за формою співробітництва до міжнародного туризму:*

а) стаціонарний туризм;

б) молодіжний туризм;

в) організований туризм;

г) короткотерміновий туризм;

д) валютний обмін туристичними групами.

10. Постійний туризм – це різновид туризму за:

а) характером організації подорожі;

б) інтенсивністю туристичного потоку;

в) демографічними ознаками;

г) тривалістю перебування в подорожі.

11. За характером організації подорожі розрізняють такі різновиди туризму:

- а) сезонний;
- б) груповий;
- в) самодіяльний;
- г) тривалий;
- д) індивідуальний;
- е) діловий;
- є) стаціонарний;
- ж) організований.

12. Які з наведених різновидів туризму належать до класифікації залежно від мети, які – за тривалістю перебування у подорожі, а які – за демографічними ознаками:

- а) самодіяльний;
- б) тривалий;
- в) літній;
- г) діловий;
- д) молодіжний;
- е) організований;
- є) пізнавальний;
- ж) короткотерміновий;
- з) рекреаційний;
- і) науковий;
- ї) дитячий.

13. У рекламному процесі не беруть участі:

- а) споживачі;
- б) рекламні агентства;
- в) засоби реклами;
- г) рекламодавці;
- д) усі відповіді правильні;
- е) жодна з відповідей неправильна.

14. Ринок інформаційних послуг зазвичай підрозділяється на:

- а) локальний;
- б) крапковий;
- в) місцевий;
- г) територіальний;
- д) національний;
- е) міжнародний.

15. Фінансовими вважаються такі послуги:

- а) діяльність з обміну валют;
- б) консультування щодо оподаткування;
- в) консультування з фінансового менеджменту;
- г) фінансовий лізинг;
- д) чинникінг;
- е) франчайзинг;            є) переказ грошей.

## Завдання для самостійної роботи



### **1. Самостійно опрацювати наступні питання:**

- 1.1. Лізинг та інші орендні послуги в міжнародному співробітництві.
- 1.2. Послуги міжнародного зв'язку.
- 1.3. Страхові послуги в міжнародній економічній діяльності.

### **2. Підготувати реферат на тему:**

- 2.1. Принципи та особливості міжнародної інжинірингової діяльності.
- 2.2. Специфіка та особливості розвитку туристичної галузі в Україні.
- 2.3. Послуги посередників у міжнародній торгівлі.
- 2.4. Ринок освітніх послуг та його характерні риси.

## **МОДУЛЬ 2. ОРГАНІЗАЦІЯ ТА РЕГУЛЮВАННЯ ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНИХ ПРОЦЕСІВ НА СВІТОВОМУ РИНКУ**

### **Тема 6. Система регулювання міжнародного обміну товарами і послугами**

#### **6.1. Основні тенденції розвитку сучасної системи регулювання торговельно-економічних відносин**

Вся історія формування та розвитку системи регулювання міжнародних торговельно-економічних відносин є процесом поперемінного превалювання ліберальних та протекціоністських тенденцій у формуванні національних торгових політик. Так, після підписання у 1947 р. Генеральної угоди з тарифів і торгівлі та до кінця 60-х років у світовій економіці переважали тенденції лібералізації торговельних відносин між країнами. Але, починаючи з 70-х років, спостерігається вияв зворотної тенденції, коли країни почали активно застосовувати кількісні обмеження, підвищені ставки мита, субсидування національних виробників та експортерів, інші нетарифні заходи.

Зрозуміло, що державне втручання та захист національної економіки завжди зумовлені конкретними економічними, соціальними і політичними цілями, серед яких зниження рівня безробіття та соціальної напруженості в суспільстві; необхідність створення сприятливих умов для розвитку нових або важливих для національної економіки галузей чи сфер діяльності; прискорення структурної перебудови, розвиток промисловості та експортних виробництв; стимулювання припливу прямих іноземних інвестицій; досягнення певних політичних цілей.

Збільшення кількості учасників міжнародних торговельно-економічних відносин, поява нових форм і методів торгівлі, її ускладнення та динамізація об'єктивно зумовили формування **системи регулювання міжнародного обміну товарами та послугами**, яка є сукупністю взаємопов'язаних принципів, норм, правил і процедур впливу на формування регіональних і товарних структур експорту та імпорту за допомогою політичних, економічних, фінансових, правових та адміністративних інструментів.

Розрізняють три основні підходи до регулювання міжнародної торгівлі:

- система односторонніх заходів, за якої інструменти державного регулювання використовуються урядом країни в односторонньому порядку без узгодження з торговим партнером;
- укладення двосторонніх угод, де узгоджуються заходи торгової політики між торговими партнерами;
- укладення багатосторонніх угод. Торгова політика узгоджується і регулюється країнами-учасницями.

**Основною рисою** державного регулювання міжнародної торгівлі є можливість застосування у взаємодії двох різних типів зовнішньоторговельної політики: лібералізації (політики вільної торгівлі) і протекціонізму.

Ці два типи торгової політики характеризують ступінь втручання держави в міжнародну торгівлю.

Під **свободою торгівлі** розуміється політика мінімального державного втручання у зовнішню торгівлю, що розвивається на основі вільних ринкових сил попиту та пропозиції.

**Протекціонізм** – це державна політика захисту внутрішнього ринку від іноземної конкуренції шляхом використання тарифних і нетарифних інструментів торгової політики.

*Ключовими тенденціями розвитку сучасної системи регулювання міжнародних торговельно-економічних відносин є:*

1) зростання правової забезпеченості, яка створює необхідну передбачуваність, гласність, прозорість і стабільність міжнародного торговельно-економічного клімату;

2) уніфікація правових, адміністративних, організаційно-технічних інструментів регулювання міжнародної торгівлі і в цілому зовнішньоекономічних зв'язків більшості країн, міжнародна сумісність практики і техніки торгово-політичного регулювання, що досягається системою багатосторонніх міждержавних угод і домовленостей, створюючи єдиний правовий, адміністративний та організаційно-технічний простір;

3) підвищення рівня комплексності як національних систем регулювання міжнародної торгівлі, так і світової системи в цілому, що полягає у зростаючій гармонійності використання всього арсеналу інструментів впливу на міжнародні торговельно-економічні відносини;

4) формування пріоритетності економічних важелів регулювання міжнародної торгівлі порівняно із застосуванням заходів прямого адміністративного впливу, що знаходить відображення у розширенні використання грошово-кредитних, фінансових, митних інструментів впливу на обсяги, динаміку та структури експорту та імпорту;

5) зростання технічної оснащеності та інформаційної забезпеченості систем регулювання міжнародної торгівлі, що забезпечує можливість збору, обробки, аналізу та розповсюдження великих масивів статистичної, кон'юнктурної і нормативно-правової інформації за допомогою сучасних інформаційних технологій і засобів.

У сучасній системі регулювання виокремлюють певні рівні: корпоративний (переважно транснаціональних корпорацій), національний, міждержавний, наднаціональний і глобальний, яким властиві відповідні механізми та інструменти впливу на темпи, пропорції та структури світової торгівлі.

## **6.2. Класифікація інструментів регулювання міжнародної торгівлі товарами і послугами**

Інструменти (методи) зовнішньоторговельної політики дуже різноманітні, їх нараховується понад тисячу. Це обумовлює відповідно існування різних підходів до їх класифікації.

Зокрема виокремлюють наступну класифікацію інструментів регулювання міжнародної торгівлі товарами та послугами:

*1) за характером та цілями застосування заходів регулювання:*

➤ інструменти, які передбачають застосування заходів регулювання при перетині товаром митного кордону (прикордонні заходи);

➤ інструменти, які передбачають застосування заходів, які стосуються внутрішнього ринку в цілому, але не зачіпають умов доступу іноземних товарів на внутрішній ринок;

➤ інструменти, які використовуються для покращення умов доступу вітчизняних товарів на іноземні ринки.

*2) за характером інструментів, що використовуються:*

➤ тарифні – мита та інші митно-тарифні заходи;

➤ нетарифні – решта інструментів регулювання.

*3) за характером впливу на умови конкуренції:*

➤ інструменти, які обмежують іноземну конкуренцію на внутрішньому ринку;

➤ інструменти забезпечення добросовісної конкуренції;

➤ інструменти, які забезпечують підвищення конкурентоспроможності власних (національних) товарів на закордонних ринках;

➤ інструменти, спрямовані на усунення обмеження конкуренції на закордонних ринках та полегшення доступу національних товарів на ці ринки.

*4) залежно від особливостей застосування заходів регулювання:*

➤ односторонні (автономні) заходи – застосовуються урядами країн в односторонньому порядку без погодження або консультації з торговими партнерами;

➤ двосторонні заходи – застосовуються у рамках двосторонніх угод. Вони попередньо узгоджуються країнами – торговими партнерами;

➤ багатосторонні заходи – застосовуються у рамках багатосторонніх угод (наприклад ГАТТ / СОТ).

*5) з погляду історичного розвитку форм протекціонізму та еволюції міжнародної торгівлі:*

➤ інструменти традиційного протекціонізму – мають в основному обмежувальний характер та виявляються у створенні торгових бар'єрів, які перешкоджають доступу іноземних товарів на внутрішній ринок у цілому. Найтипівіші приклади використання інструментів цієї форми протекціонізму – прикордонні бар'єри у формі тарифних і нетарифних обмежень у торгівлі товарами;

➤ інструменти виборчого протекціонізму – спрямовані в основному проти недобросовісних і найнебезпечніших іноземних конкурентів. У рамках даної концепції протекціонізму існують два напрямки: основний – протидія недобросовісній конкуренції; доповнюючий – надзвичайні обмежувальні заходи, які застосовуються у випадку загрожуючого загострення іноземної конкуренції. Дані заходи використовуються у вигляді заходів тарифного і рідше – кількісних обмежень (антидемпінгові, компенсаційні та захисні заходи);

➤ інструменти глобального (екстериторіального) протекціонізму – впливають на умови виробництва за кордоном. Країна, яка проводить таку політику, намагається впливати на умови використання конкурентами переваг і чинників виробництва у країнах-конкурентах.

Найбільш широкого застосування набула класифікація інструментів державного регулювання зовнішньої торгівлі за їх характером – тарифні та нетарифні інструменти. Ця класифікація відображена у різних правових документах національного і міжнародного права. Вперше вона була запропонована Секретаріатом ГАТТ наприкінці 60-х років. До першої групи – тарифних інструментів – належать лише мита, зафіксовані у вигляді митного тарифу (експортного та імпорного), як найбільш поширений традиційний засіб зовнішньоторговельної політики. До другої групи – нетарифних – решта інструментів.

На рис. 6.1 наведені тарифні та нетарифні інструменти регулювання міжнародної торгівлі і їх переважний вплив на конкретні форми торгівлі (експорт та імпорт).

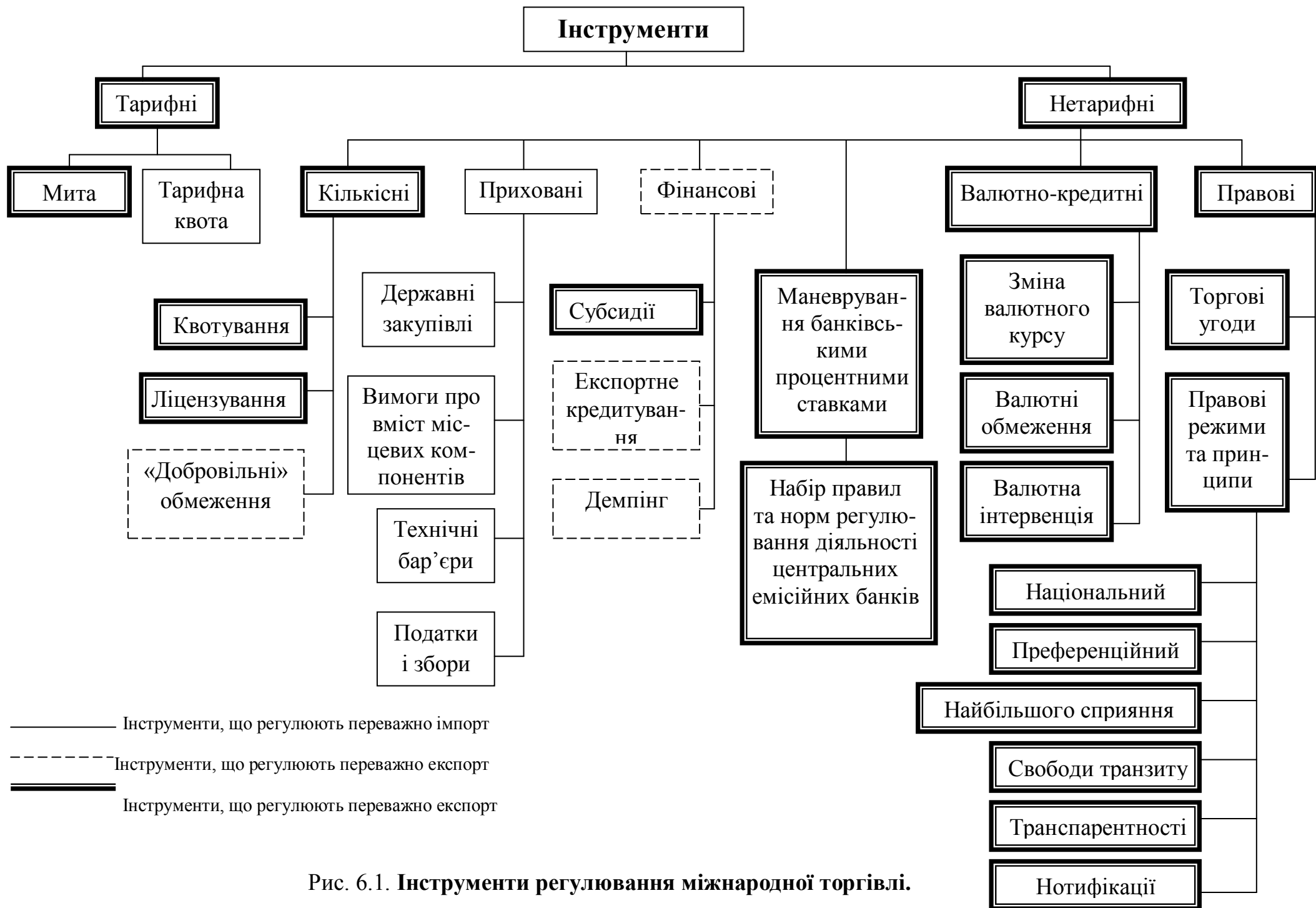


Рис. 6.1. Інструменти регулювання міжнародної торгівлі.



### **6.3. Митно-тарифні інструменти регулювання**

Головними інструментами торговельної політики і державного регулювання внутрішнього ринку товарів при його взаємодії зі світовим ринком є мита та інші митно-тарифні заходи.

**Митний тариф** – це податок, який устанавлюється на імпорт товарів з метою підвищення їхньої ціни на ринку країни-імпортера та забезпечення безпосередніх надходжень до Державного бюджету.

Поняття митного тарифу має подвійне значення: по-перше, митний тариф – це інструмент торговельної політики та державного регулювання внутрішнього ринку країни при його взаємодії зі світовим ринком; по-друге, це – конкретна ставка митного стягнення, яку належить сплатити під час ввезення/вивезення чи транзиту певного товару територією країни або митною територією.

За іншим визначенням, **митний тариф** – це систематизований відповідно до товарної номенклатури зовнішньоекономічної діяльності перелік ставок мит, якими обкладаються товари під час перетину митного кордону держави.

Митний тариф складається з двох основних елементів:

- товарної номенклатури;
- ставок мит.

Систематизація ставок мит у тарифі здійснюється відповідно до диференційованого списку товарів – товарної номенклатури. Характерними рисами будь-якої товарної номенклатури є системність опису товарів і присвоєння коду кожній товарній позиції.

Залежно від призначення товарної номенклатури існують такі її види:

- митно-тарифна номенклатура – для збирання мит при імпорті та експорті товарів;
- статистична номенклатура – для збору статистичних даних про імпорт та експорт товарів;
- комбінована тарифно-статистична номенклатура – поєднує митно-тарифну та статистичну номенклатури.

У наш час більшість країн використовують комбіновані товарні номенклатури, побудовані на основі Гармонізованої системи опису та кодування товарів (ГС), яка була прийнята у рамках Міжнародної Конвенції про гармонізовану систему опису та кодування товарів і підписана у Брюсселі 14 червня 1983 р. ГС була підготовлена Радою Митного Співробітництва, яка діє з 1950 р., та набула чинності 1 січня 1988 р.

Україна також приєдналась до цієї Конвенції і застосовує ГС з 1 січня 1991 р.

Класифікація товарів у товарній номенклатурі ГС здійснюється за певними правилами, загальні засади яких сформульовані у рамках Конвенції 1983 р. Код товару шестизначний і складається з трьох пар (розрядів) двозначних чисел. Усі товари (1241 позиція) поділені на групи – найбільші

підрозділи у товарній номенклатурі, які включають у себе товари, об'єднані спільними фізичними та функціональними властивостями (96).

Подібні товарні групи об'єднуються у розділи (21). Номер товарної групи відповідає першим двом цифрам у кодї товарної позиції. У рамках однієї товарної групи є детальніший поділ – підгрупи, номери яких відповідають третій та четвертій цифрам коду товару. П'ята та шоста цифри коду означають безпосередньо товарну позицію. Решта цифр, якщо такі є, служать для більш докладної диференціації товарів за різними підставами. Наприклад, у товарному кодї, що використовується в ЄС, сьома з дев'яти цифр вказує, у якій конкретно країні ЄС вироблений товар.

Від правильної класифікації товару значною мірою залежить правильність нарахування митних платежів, а отже, у кінцевому підсумку і становище товару на ринку країни-імпортера.

Основним елементом митного тарифу є мито. **Мито** – це обов'язковий грошовий внесок, який збирається державою при перетині товаром її митного кордону. Розмір певної плати є ставкою мита.

#### **Мито виконує декілька функцій:**

1) захищає національних товаровиробників від іноземної конкуренції – протекціоністська функція, яка стосується імпортних мит;

2) є джерелом надходження коштів до бюджету держави – фіскальна функція, яка стосується імпортних та експортних мит;

3) є засобом поліпшення умов доступу національних товарів на закордонні ринки та запобігання небажаного експорту товарів – балансувальна функція, що стосується експортних мит;

4) раціоналізує товарну структуру – регулююча функція, яка стосується експортних та імпортних мит;

5) підтримує оптимальне співвідношення валютних доходів та витрат держави – регулююча функція, що стосується експортних та імпортних мит.

#### **Мита класифікують за різними ознаками:**

##### **1) За способом стягування**

1.1. *Адвалорні (вартісні)* – нараховуються у відсотках до митної вартості товару. Позитивною стороною адвалорних мит є те, що вони підтримують однаковий рівень захисту внутрішнього ринку незалежно від коливання цін на товар, змінюються лише доходи бюджету. Наприклад, якщо мито становить 20% від вартості автомобіля, то при ціні автомобіля у 8 тис. дол. США доходи бюджету становитимуть 1600 дол.; при збільшенні вартості автомобіля до 15 тис. дол. США доходи бюджету зростуть до 3 тис. дол.; при падінні ціни до 5 тис. дол. – скоротяться до 1000 дол. Але незалежно від ціни автомобіля адвалорне мито збільшує її на 20 відсотків. Негативною стороною адвалорних мит є те, що вони передбачають необхідність митної оцінки товару з метою оподаткування митом. Оскільки ціна товару може коливатися під впливом багатьох економічних (обмінний курс, відсоткова ставка тощо) та адміністративних (митне регулювання, вибір методики визначення митної вартості товару) чинників, застосування цих мит пов'язане із суб'єктивністю

оцінок. У наш час більшість промислово розвинутих країн узгодили методику оцінювання митної вартості.

1.2. *Специфічні* – нараховуються у встановленому грошовому розмірі з будь-якої фізичної характеристики товару, наприклад, з обсягу, одиниці товару. Перевага – не залишають місця для зловживань. Проте рівень митного захисту за допомогою специфічних мит значною мірою залежить від коливань цін на товари. Наприклад, специфічне мито в 1 дол. з 1 см<sup>3</sup> двигуна автомобіля більше обмежує імпорт автомобіля з об'ємом двигуна 1700 см<sup>3</sup> та вартістю 8 тис. дол., оскільки становить 21,25% його ціни (1 дол./см<sup>3</sup> x 1700 см<sup>3</sup>:8 тис. дол. x 100%), ніж автомобіля з об'ємом двигуна у 5 тис. см<sup>3</sup> та вартістю 50000, оскільки становить лише 10% його ціни (1 дол./см<sup>3</sup> x 5 тис. см<sup>3</sup>:50 тис. дол. x 100%). Як наслідок, при зростанні імпортних цін рівень захисту внутрішнього ринку за допомогою специфічних мит падає. Проте в період економічного спаду і зниження імпортних цін специфічний тариф збільшує рівень захисту національних виробників.

1.3. *Змішані* – поєднують два попередні види. Наприклад, 20% вартості автомобіля, але не більше, ніж 2 дол. з 1 см<sup>3</sup> двигуна автомобіля.

#### 2) За об'єктом обкладання

2.1. *Імпортні* – накладаються на імпортні товари під час їх ввезення на митну територію держави. Мета – захист національних виробників від іноземної конкуренції.

2.2. *Експортні* – накладаються на експортні товари під час їх вивезення за межі митної території держави. Застосовуються у разі значних відмінностей у рівні внутрішніх регульованих цін і вільних цін світового ринку на окремі товари. Мета – скоротити експорт і поповнити бюджет.

2.3. *Транзитні* – накладаються на товари, що перевозяться транзитом через територію країни.

#### 3) За характером

3.1. *Сезонні* – нараховується на товари сезонного характеру для оперативного регулювання міжнародної торгівлі.

3.2. *Антидемпінгові* – застосовуються, коли на територію країни товари ввозяться за демпінговою ціною, тобто за ціною більш низькою, ніж їх ціна в країні-експортері, якщо такий імпорт завдає шкоди місцевим виробникам аналогічних товарів або перешкоджає організації та розширенню національного виробництва таких товарів. Антидемпінгові мита застосовуються лише тоді, коли в результаті антидемпінгового розслідування встановлено факт демпінгу, завдання матеріального збитку і наявність причинно-наслідкового зв'язку між ними.

3.3. *Компенсаційні* – накладаються на імпорт тих товарів, під час виробництва яких прямо або побічно використовувалися субсидії, якщо їх імпорт завдає шкоди національним товаровиробникам аналогічних товарів.

Антидемпінгові та компенсаційні мита збираються у додаток до звичайних мит.

3.4. *Спеціальні* – застосовуються державою у наступних випадках:

а) як захисне, якщо товари ввозяться на митну територію країни в таких кількостях чи на таких умовах, що завдають або загрожують завдати шкоди вітчизняним виробникам подібних чи безпосередньо конкуруючих товарів;

б) як запобіжний захід стосовно учасників зовнішньоекономічної діяльності, що порушують державні інтереси в даній галузі, а також як захід для припинення нечесної конкуренції;

в) як захід у відповідь на дискримінаційні дії і (чи) недружні дії з боку іноземних держав, а також у відповідь на дії окремих країн, що обмежують здійснення законних прав суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності держави.

Ставка спеціального мита встановлюється у кожному окремому випадку.

#### 4) За походженням

4.1. *Автономні* – встановлюються на основі односторонніх рішень державної влади країни незалежно від існуючих договорів і угод та інших міжнародних зобов'язань. Рішення про введення митного тарифу приймається у вигляді закону парламентом (в Україні – Верховною Радою), а конкретні ставки мит встановлюються відповідним відомством (Міністерством фінансів або Міністерством економіки) та схвалюються урядом.

4.2. *Конвенційні* (договірні) – встановлюються і закріплюються у рамках двосторонніх або багатосторонніх угод (ГАТТ/СОТ). Найбільш поширені у сучасній системі міжнародної торгівлі.

4.3. *Преференційні* – пільгові мита, які встановлюються на основі багатосторонніх угод на товари, які походять з країн, що розвиваються. Мета – сприяти економічному розвитку цих країн за рахунок їх індустріалізації і розширення експорту.

#### 5) За типами ставок

5.1. *Постійні* – митний тариф, ставки якого встановлені органами державної влади і не можуть змінюватись залежно від обставин.

5.2. *Змінні* – ставки можуть змінюватись у встановлених органами державної влади випадках (зміна рівня світових або внутрішніх цін, рівня державних субсидій).

#### б) За способами обчислення

6.1. *Номінальні* – тарифні ставки, зазначені у митному тарифі.

6.2. *Ефективні* – реальний рівень мит на кінцеві товари, розраховані з урахуванням рівня мит на імпортні вузли і деталі цих товарів.

У багатьох випадках національні законодавства передбачають тарифні квоти.

**Тарифна квота** – це різновид змінних мит, ставки яких залежать від обсягу імпорту товару: при імпорті у межах певних кількостей (квот) він оподатковується за базовою внутрішньоквотовою ставкою тарифу, при перевищенні певного обсягу, імпорту оподатковується за більш високою, надквотовою ставкою тарифу. Тарифне квотування є інструментом комбінованого характеру, який поєднує елементи економічного та адміністративного впливу.

Структура тарифів багатьох країн передусім забезпечує захист національних виробників готової продукції, особливо не перешкоджаючи ввезенню сировини та напівфабрикатів.

Для цього використовується *тарифна ескалація* – підвищення рівня митного оподаткування товарів у міру зростання ступеня їх обробки.

#### **6.4. Застосування нетарифних інструментів регулювання**

**Нетарифні інструменти регулювання міжнародної торгівлі** – це засоби адміністративного обмеження і впливу на умови міжнародної торгівлі та конкуренції з боку держави.

Вони діють разом з тарифними інструментами в комплексі державних методик та важелів впливу на міжнародну торгівлю. Лідерами у використанні нетарифних обмежень у міжнародній торгівлі є США, Японія та ЄС.

У наш час нетарифне регулювання застосовується у таких цілях:

- захист національної економіки;
- дотримання міжнародної безпеки;
- охорона життя та здоров'я людей;
- виконання міжнародних зобов'язань;
- підтримка стабільності міжнародної торговельної системи тощо.

Є кілька способів класифікувати нетарифні заходи регулятивної, макроекономічної політики.

**Класифікація, розроблена в рамках ГАТТ/СОТ, розподіляє всі інструменти на п'ять груп:**

1) участь держави в операціях міжнародної торгівлі, передусім державні закупівлі товарів, субсидування виробництва;

2) запровадження паратарифних та адміністративних імпорتنих формальностей (установлення вимог до товаросупровідних документів, застосування товарних класифікаторів, методик оцінки митної вартості товарів), які впливають на характер ввезення товарів до країни;

3) застосування стандартів та вимог, пов'язаних з охороною здоров'я, технікою безпеки, економічними критеріями та інше (встановлення санітарних, епідеміологічних, епізоотичних, промислових стандартів, особливих вимог до пакування, маркування товарів тощо);

4) застосування кількісних та валютно-цінових обмежень щодо ввезення (вивезення) товарів;

5) використання обмежень щодо умов та механізмів здійснення платежів.

Найпоширенішим засобом впливу на міжнародну торгівлю є кількісні та валютно-цінові обмеження, які переважно застосовуються щодо ввезення товарів.

**Кількісні обмеження** – адміністративна форма регулювання, що передбачає встановлення максимального обсягу товару певної номенклатури, який дозволений для експорту чи імпорту протягом визначеного часу.

Кількісні обмеження є більш суворою формою обмежень порівняно з митами. Мита лише ослабляють конкурентні позиції експортера чи імпортера на ринку. Кількісні ж обмеження обмежують саму можливість конкуренції, оскільки лімітують надходження товару на ринок.

**Розрізняють такі кількісні інструменти нетарифних обмежень:**

- ембарго;
- квотування (контингентування);
- ліцензування;
- “добровільні” обмеження.

**Ембарго** – це заборони імпорту та/або експорту. Ці заходи виступають у відкритій та завуальованій формі.

Відкрита форма – це повна заборона торгівлі – граничний захід, який застосовується не тільки на основі рішення держави-імпортера, а й на основі рішень, узгоджених на міжнародному рівні, зазвичай у рамках ООН. Приклад ембарго: заборона на імпорт з Іраку та Югославії; заборона арабськими країнами імпорту з Ізраїлю, заборона США торгівлі з Кубою.

Різновид ембарго – часткові заборони безумовного характеру на імпорт конкретних товарів, здатних завдати шкоди різним сферам життя держави. Наприклад, Іран забороняв ввозити товари, які підпадають під обмеження релігійних законів; заборона на імпорт свинини та алкогольних напоїв у Лівії та Пакистані.

До завуальованих заборон належать обмеження щодо заходу іноземних суден у внутрішні води або щодо продажу окремих товарів у роздрібній мережі країни. Наприклад, у США законодавство про торговий флот вимагає, щоб усі перевезення у прибережній внутрішній торгівлі здійснювались суднами, побудованими у США.

**Квотування** – це кількісне лімітування розміру імпорту/експорту за допомогою глобальних (нерозподілених), індивідуальних (розподілених), групових, сезонних, тарифних та інших видів відсоткових або вартісних обмежень (квот). Тобто це обмеження державною владою ввезення або вивезення товарів через установлення певної кількості або граничної суми на певний період часу.

**Квота** – це кількісний нетарифний захід обмеження експорту чи імпорту товару певною кількістю чи сумою на певний проміжок часу. Квотування вводиться для балансування розвитку зовнішньої торгівлі та платіжних балансів, регулювання попиту й пропозиції на внутрішньому ринку та виконання міжнародних зобов'язань.

При введенні квот виникає проблема – як організувати систему їх використання, тобто кому та як надати можливість поставляти товар у рахунок квот і виключити перевищення їх обсягів. Є декілька способів вирішення цієї проблеми:

1) якщо система функціонування ринку є сталою, а розмір квот близький до рівня реальних потреб в імпорті, то квоти розподіляються за фактичними поставками до того моменту, доки не буде використаний увесь обсяг квот. Для розподілу партій товару та контролю за часом їх поставки

використовують специфічні процедури. Цей спосіб підходить для контролю за виконанням тарифних квот;

2) механізм ліцензування має забезпечити відповідність розмірів поставок та обсягів квот.

**Ліцензування** – це видача дозволів на здійснення експортно-імпорتنих та транзитних операцій у тих випадках, коли відповідні вільні операції не допускаються.

Ліцензування служить двом цілям:

1) кількісному регулюванню торгівлі – коли з видачею ліцензій надаються квоти, і в певний момент часу їх видача припиняється;

2) контролю за імпортом та експортом.

**Розрізняють такі основні види ліцензій:**

1) за охопленням та терміном дії:

➤ *генеральна* – відкритий дозвіл на експортні/імпорتنі операції з певного товару (товарів) та/або з певною країною (групою країн) протягом періоду дії режиму ліцензування з цього товару (товарів);

➤ *разова індивідуальна* – разовий дозвіл, що має чинний характер і видається для здійснення кожної окремої операції конкретним суб'єктам зовнішньоекономічної діяльності на період не менший ніж той, який необхідний для здійснення експортної (імпорتنної) операції;

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

➤ *глобальна* – дозвіл на ввезення/вивезення певного товару без обмеження за кількістю або вартістю у будь-яку країну протягом визначеного терміну;

2) за напрямком дії:

➤ *імпорتنі* – це належним чином оформлене право на імпорт протягом встановленого терміну певних товарів;

➤ *експортні* – це належним чином оформлене право на експорт протягом встановленого терміну певних товарів;

3) за характером:

➤ *антидемпінгова* – належним чином оформлене право на імпорт у країну протягом встановленого терміну певного товару (товарів), який є об'єктом антидемпінгового розслідування та/або антидемпінгових заходів;

➤ *компенсаційна* – належним чином оформлене право на імпорт у країну протягом встановленого терміну певного товару, який є об'єктом антисубсидуційного розслідування та/або компенсаційних заходів;

4) за порядком видачі:

➤ *дозволяючі* – видаються залежно від рішення відповідного державного органу;

➤ *заявні* – передбачають, що ліцензія видається усім особам, які звернулися з проханням про її видачу;

➤ *автоматичні* – коли імпортер/експортер, який подав заявку на ліцензію, автоматично отримує дозвіл на ввезення/вивезення товару.

У тих випадках, коли ліцензування не є інструментом реалізації кількісних обмежень (глобальне ліцензування), ліцензії виконують завдання раціонального використання іноземної валюти, а отже, сприяють вирівнюванню зовнішньоторговельного та платіжного балансів. Ліцензії також використовують як ефективний засіб статистичного спостереження за зовнішньою торгівлею країни.

**«Добровільне» обмеження експорту** – це угода між урядом країни-імпортера та урядом та/або компаніями країни-експортера про обмеження поставок товару у рамках узгоджених обсягів в обмін на відмову імпортуючої сторони від введення суворих обмежень на імпорт.

Особливість цього інструменту полягає у нетрадиційній техніці здійснення кількісного обмеження імпорту. Торговий бар'єр, який захищає країну-імпортера, встановлюється не на її кордоні, а на кордоні країни-експортера за допомогою інструментів експортного контролю. Він реалізується через неофіційну угоду (під погрозою застосування з боку країни-імпортера суворіших заходів) про обмеження ввезення окремих товарів на ринок імпортера у вигляді скорочення обсягів щорічного приросту або встановлення мінімальних цін. Найчастіше таке регулювання використовують США та ЄС. Прикладом комплексних узгоджень питань торговельних відносин, що виявляються у добровільних обмеженнях експорту, може бути низка зобов'язань Японії обмежити вивезення до Сполучених Штатів легкових автомобілів. Це пов'язано з невдоволенням американської сторони японським протекціонізмом, який є найсуворішим стосовно аграрної продукції, а також високими конкурентними властивостями дешевих та якісних японських легковиків. Японському урядові, якому фактично доводиться обирати між лібералізацією торгівлі аграрною продукцією (а отже, – значними конкурентними ускладненнями для вітчизняних агровиробників, їх можливим збанкрутінням і масовими соціальними заворушеннями) та обмеженнями власного технологічного експорту, легше погодитись на друге.

Залежно від того, в якій формі виявляється “погроза застосування більш суворих санкцій”, і в якій формі держава бере участь в укладанні угоди про «добровільне» обмеження експорту, розрізняють такі три групи добровільних самообмежень (згідно з класифікацією ЮНКТАД):

1) добровільні самообмеження, які застосовуються в результаті угоди між об'єднаннями промисловців зацікавлених галузей імпортуючих та експортуючих країн, при завуальованій підтримці урядів;

2) обмеження, встановлені шляхом прямих міжурядових переговорів, але які здійснюються також за згодою між експортерами та імпортерами;

3) обмеження, які встановлюються відповідно до міжурядових угод, що передбачають контроль урядів у країнах-експортерах за виконанням умов угод, зокрема за дотриманням зобов'язань щодо обсягів поставок та рівня цін.



Тобто добровільне самообмеження встановлюється не урядами, а галуззю промисловості в країні, що експортує. Держави лише санкціонують ці обмеження.

У цілому економічний ефект від введення «добровільних» експортних обмежень експортером є негативним для імпортера. Однак розмір його втрат зменшується завдяки збільшенню імпорту аналогічних товарів з країн, що не наклали «добровільних» обмежень на свій експорт.

### *Приховані методи зовнішньоекономічної політики*

Серед нетарифних методів регулювання важливу роль відіграють приховані методи, які можна назвати методами прихованого протекціонізму.

Основними з цих методів є:

- технічні бар'єри;
- внутрішні податки та збори;
- державні закупівлі;
- вимоги про вміст місцевих компонентів.

**Технічні бар'єри** – усі державні заходи контролю та обмежень, пов'язані з вимогами до технічних параметрів товару, які можуть бути використані як засіб обмеження доступу тих чи інших товарів на внутрішній ринок країни. Вони можуть встановлюватись у вигляді:

- стандартів;
- технічних норм і правил;
- вимог до безпеки товарів;
- вимог до упакування, маркування та інших технічних характеристик продукції.

Технічні бар'єри передбачають застосування заборон, обов'язкової інспекції товарів, спеціальних дозволів на ввіз, інспекції підприємств-постачальників, спеціальних вимог до маркування та пакування, а також фактично сформованих технічних параметрів. Заборони існують на ввезення продукції, яка не відповідає технічним вимогам. Наприклад, у США заборонено ввіз автомобілів, які не відповідають вимогам національного законодавства щодо безпеки автомобілів (стандартам безпеки).

Серед технічних бар'єрів виокремлюють декілька специфічних сфер – санітарні, ветеринарні, фітосанітарні норми та правила. Ці сфери регулювання пов'язані не тільки зі стандартами на ті чи інші товари, а й із забезпеченням безпеки населення, сільськогосподарських тварин та рослин.

Прикладом технічних бар'єрів може бути заборона американського експорту консервованих овочів у Норвегію, оскільки ця країна не дозволяє ввозити харчові продукти, що містять окремі види солей. Товари, імпортовані в Канаду, повинні бути маркіровані на англійській і французькій мовах чіткими написами, що не стираються і не змиваються. Франція забороняє рекламу алкоголю, виготовленого з зерна (наприклад, шотландського віскі). В Україні заборонено використовувати окремі види

харчових добавок і барвників при виробництві продуктів харчування, хоча вони використовуються у низці європейських країн.

Головна риса всіх технічних бар'єрів – це те, що вони офіційно застосовуються не як засіб обмеження імпорту, а для забезпечення цілісності національної системи стандартизації безпеки використання товарів.

Цей захід охоплює близько 1/3 товарів світової торгівлі.

**Внутрішні податки та збори** – приховані методи торгової політики, спрямовані на підвищення внутрішньої ціни імпортного товару й скорочення внаслідок цього його конкурентоспроможності на внутрішньому ринку. Вони виконують фіскальну функцію – поповнення Державного бюджету з метою наступного фінансування, зокрема державних органів, які відповідають за регулювання, контроль та спостереження за зовнішньоторговою діяльністю.

Внутрішні податки та збори поділяються на дві групи:

1) зрівнювальні податки та збори – еквівалентні непрямим податкам та зборам, які збираються у країні-імпортері з національних товарів у формі податку на додану вартість (ПДВ), податку на продаж, податку на споживання, акцизу. Мета цих податків та зборів – створення єдиного податкового режиму для іноземних та вітчизняних товарів;

2) податки та збори, які збираються з імпортера у зв'язку з митним оформленням і переміщенням товару через кордон. До цієї групи, крім збору за митне оформлення товару, належать:

➤ імпортний депозит – форма застави, яку імпортер має внести на певний термін, – безвідсотковий внесок, що дорівнює усій або частині вартості товару. Внаслідок цього з обороту вилучається значна частина капіталу експортера, що обмежує його платоспроможність;

➤ кредитні обмеження для імпортера, які полягають в обмеженні максимальної суми кредиту, терміну видачі, збільшенні відсоткової ставки при наданні у кредит грошових коштів, зумовлені їх цільовим використанням (імпорт товарів);

➤ прикордонні збори фіскального характеру;

➤ обмеження стосовно іноземних вино-горілчаных виробів;

➤ дискримінаційні збори з автомобілів;

➤ поштові збори;

➤ портові збори;

➤ інші.

Іноді всі збори можуть бути об'єднані в єдиний консолідований імпортний податок. Наприклад, в Уругваї та Сирії він становить від 5 до 40% від митної вартості імпортованого товару.

**Державні закупівлі** – прихований метод торговельної політики, який вимагає від державних органів та підприємств закуповувати певні товари лише у національних фірм, незважаючи на те, що ці товари можуть бути дорожчі за імпортні. Наприклад, американський уряд за законом 1933 р., який отримав назву “Акт: Купуй американське”, платив на 12% більше, а для оборонних товарів – на 50% більше, американським постачальникам порівняно з іноземними.

**Вимоги про вміст місцевих компонентів** – прихований метод торговельної політики держави, який законодавчо встановлює частку участі національних виробників у виробництві імпортного товару. Наприклад, США зобов'язують іноземних постачальників автомобілів на американський ринок, зокрема японських, розширити використання комплектуючих частин американського виробництва, робочої сили та послуг у сфері реклами.

### ***Фінансові та валютно-кредитні методи торговельної політики***

Попередньо розглянуті методи протекціонізму здебільшого призначені для обмеження імпорту.

Для стимулювання експорту у практиці міжнародної торгівлі використовуються фінансові методи, значна частина яких базується на прямому чи непрямому гарантуванні та субсидуванні урядом національних експортерів.

До джерел фінансування експорту належать:

- Державний бюджет;
- навколоурядові установи (банки, фонди, спілки);
- приватні експортери;
- банки, які обслуговують приватних експортерів.

Відмінність фінансових методів торговельної політики від звичайного фінансування та кредитування експортно-імпортних операцій у наступному: фінансування експорту як метод зовнішньоторговельної політики має на меті дискримінацію іноземних компаній на користь національних виробників та експортерів, а звичайне фінансування та кредитування зовнішньоторговельних операцій – надання банками оборотного капіталу для здійснення конкретних зовнішньокомерційних угод. Найпоширенішими фінансовими методами зовнішньоторговельної політики є такі:

- субсидування;
- експортне кредитування;
- демпінг.

Уряди багатьох країн для розвитку певних галузей і проведення необхідної експортної політики використовують субсидування, тобто здійснюють державні дотації виробникам при їхньому виході на світовий ринок.

**Субсидія** – це фінансова чи інша економічна підтримка державними органами виробництва, переробки, продажу, транспортування, експорту товару, у результаті якої суб'єкт господарсько-правових відносин країни експорту одержує пільги (прибутки).

З торгово-політичної точки зору застосування субсидій може бути пов'язане з певною дискримінацією, яка виявляється у тому, що виробники субсидованого товару можуть користуватися додатковими ресурсами і відповідно перевагами. В умовах субсидування заниження цін для виробника компенсується не за рахунок підвищення цін на іншому ринку, а за рахунок перерозподілу коштів через Держбюджет. Конкуренти при цьому не мають

доступу до таких ресурсів. Традиційно найбільших масштабів субсидування набуває у торгівлі сільськогосподарськими товарами. Субсидії відрізняються великою різноманітністю з погляду механізмів здійснення підтримки (прямі, непрямі та перехресні субсидії), з погляду отримувачів субсидій (внутрішні та зовнішні (експортні) субсидії), з погляду об'єкта субсидування (субсидування затрат, товару, споживання, перебудови структури виробництва, окремих регіонів), з погляду законності застосування субсидій (“заборонені субсидії”, субсидії, “які дають підстави для вживання заходів”, субсидії, “які не дають підстав для вживання заходів”).

**Експортне кредитування** – це фінансовий метод зовнішньоторговельної політики, який передбачає фінансове стимулювання державою розвитку експорту вітчизняними товаровиробниками. Надання експортних кредитів здійснюється у вигляді:

- субсидованих кредитів національним експортерам – кредитів, які видаються державними банками під відсоткову ставку, нижчу за ринкову;
- державних кредитів іноземним імпортерам за умови обов'язкового дотримання ними зобов'язань купувати товари лише у фірм країни, яка надала такий кредит (пов'язаний кредит);
- страхування експортних ризиків національних експортерів, які включають комерційні ризики (неспроможність імпортера оплатити поставку) та політичні ризики (непередбачувані дії уряду, які не дозволяють імпортеру виконати свої зобов'язання перед експортером).

Види експортних кредитів:

- короткотермінові – на термін до 1 року – для кредитування експорту споживчих товарів та сировини;
- середньотермінові – на термін від 1 до 5 років – для кредитування експорту машин та устаткування;
- довготермінові – на термін від 5 років і більше – для кредитування експорту інвестиційних товарів та великих проектів.

У банківській практиці відсоткові ставки з експортних кредитів зазвичай суттєво нижчі від ставок з інших видів кредитів і нерідко є предметом узгодження між країнами в рамках картельних угод.

У конкурентній боротьбі на світовому ринку замість торгових обмежень усе ширше використовуються засоби просування товару на закордонні ринки. Одним з таких засобів є демпінг – найяскравіший прояв цінової конкуренції.

**Демпінг** – це експорт товарів за цінами нижчими від собівартості чи за нижчою ціною, ніж на внутрішньому ринку, який завдає або загрожує завдати матеріальної шкоди промисловості, утвореної на території країни-імпортера, або який суттєво затримує утворення такої.

Демпінг може здійснюватися за рахунок ресурсів приватних фірм чи державних субсидій експортерам.

У комерційній практиці існує декілька різновидів демпінгу:

- постійний – довготерміновий експорт товарів на світовому ринку за ціною нижчою, ніж на внутрішньому ринку;

➤ випадковий – тимчасовий епізодичний продаж товарів на зовнішньому ринку за низькими цінами у зв'язку з тим, що в експортерів накопичилися великі запаси товарів;

➤ розбійницький (умисний) – тимчасове зниження експортних цін (нижче від цін свого внутрішнього ринку і навіть нижче від витрат виробництва) з метою витіснення конкурентів з ринку і наступне підвищення цін (іноді навіть до більш високого рівня, ніж до зниження цін), тобто встановлення монопольних цін;

➤ зворотний – продаж товару всередині країни за цінами, нижчими від експортних; використовується у випадках непередбачуваних різких коливань курсів валют;

➤ взаємний (зустрічний) – взаємні (зустрічні) поставки одного і того ж товару між двома країнами за заниженими, демпінговими цінами, використовується в умовах високої монополізації ринку певного товару в кожній країні.

Економічний зміст демпінгу полягає у тому, що він є не просто зниженням цін, а саме ціновою дискримінацією, коли ціни знижуються на одному ринку, у той час як той самий товар продається на інших ринках за більш високими цінами. Практика демпінгу тісно пов'язана з монополізацією ринків та застосуванням монопольно високих цін.

Сучасна модель регулювання зовнішньої торгівлі за допомогою валютно-кредитних інструментів об'єднує сукупність елементів валютного ринку, відносин експортерів та імпортерів з банками, системи національного та міжнародного валютного регулювання.

До валютно-кредитних інструментів регулювання зовнішньої торгівлі належать такі:

- зміна валютного курсу шляхом його ревальвації або девальвації;
- валютні обмеження;
- валютна інтервенція за допомогою маніпуляції державним банком валютними ресурсами та відсотковими ставками;
- маневрування банківськими відсотковими ставками;
- набір правил та норм, які регулюють діяльність центральних емісійних банків на зовнішніх валютних ринках.

Міжнародне регулювання світової торгівлі забезпечується за допомогою таких принципів та норм:

➤ загальновизнаних (основних) принципів міжнародного права (суверенна рівність держав; невтручання у внутрішні справи; співробітництво; добросовісне виконання міжнародних зобов'язань; мирне розв'язання суперечок; непорушність кордонів; загальна повага прав людини; самовизначення народів та націй);

➤ галузевих (спеціальних) принципів міжнародного економічного права (найбільшого сприяння; національного режиму (передбачає надання державою іноземним юридичним та фізичним особам, товарам та послугам режиму, аналогічного тому, яким користуються відповідно вітчизняні юридичні та фізичні особи, товари, послуги); преференційного режиму

(полягає у наданні країнам, що розвиваються, переваг щодо доступу їх товарів на ринки розвинених країн, основна форма преференцій – тарифні пільги, які фіксуються у вигляді знижених ставок імпорتنих мит); свободи транзиту (полягає у забезпеченні стабільного доступу товарів до ринків будь-якої країни незалежно від її географічного розташування); транспарентності або гласності (забезпечення прозорості системи регулювання зовнішньої торгівлі); нотифікації (інформування про систему регулювання зацікавленими сторонами у рамках багатосторонніх угод, яке здійснюється, як правило, шляхом офіційного повідомлення органів, що здійснюють контроль за застосуванням багатосторонніх угод);

- диспозитивних та рекомендованих принципів торгово-економічного регулювання;
- конвенційних норм – двосторонніх та багатосторонніх договорів і угод.



### **Контрольні запитання**

1. Розкрийте суть та основні тенденції розвитку сучасної системи регулювання міжнародних торговельно-економічних відносин.
2. За якими ознаками класифікують інструменти регулювання міжнародної торгівлі товарами?
3. Назвіть основні види інструментів регулювання міжнародної торгівлі товарами та послугами за їх класифікаційними критеріями.
4. Дайте загальну характеристику тарифних та нетарифних методів регулювання міжнародної торгівлі.
5. Розкрийте роль та особливості тарифних методів регулювання міжнародної торгівлі.
6. Які функції виконує мито?
7. За якими ознаками класифікують мита?
8. Охарактеризуйте різновиди мит за їх класифікаційними критеріями.
9. Як розраховується рівень ставки ефективного мита?
10. Визначте роль та особливості нетарифних методів регулювання міжнародної торгівлі.
11. На які основні групи поділяються нетарифні інструменти регулювання?
12. Охарактеризуйте кількісні інструменти нетарифних обмежень.
13. Розкрийте сутність добровільних обмежень експорту в контексті антиімпоротної політики.
14. Назвіть методи прихованого протекціонізму.
15. Які є фінансові методи зовнішньоторгівельної політики?
16. Розкрийте економічний зміст і роль демпінгу в міжнародній торгівлі.

17. Охарактеризуйте валютно-кредитні інструменти регулювання зовнішньої торгівлі.

## СЕМІНАРСЬКЕ ЗАНЯТТЯ

### Тема 6. Система регулювання міжнародного обміну товарами і послугами

---

#### Ключові терміни

**Свобода торгівлі** – політика мінімального державного втручання у зовнішню торгівлю, що розвивається на основі вільних ринкових сил попиту та пропозиції.

**Протекціонізм** – це державна політика захисту внутрішнього ринку від іноземної конкуренції шляхом використання тарифних і нетарифних інструментів торгової політики.

**Митний тариф** – це податок, який установлюється на імпорт товарів з метою підвищення їхньої ціни на ринку країни-імпортера та забезпечення безпосередніх надходжень до Державного бюджету.

**Мито** – це обов'язковий грошовий внесок, який збирається державою при перетині товаром її митного кордону. Розмір певної плати є *ставкою мита*.

**Тарифна квота** – це різновид змінних мит, ставки яких залежать від обсягу імпорту товару: при імпорті у межах певних кількостей (квот) він оподатковується за базовою внутрішньоквотовою ставкою тарифу, при перевищенні певного обсягу, імпорт оподатковується за більш високою, надквотовою ставкою тарифу.

**Нетарифні інструменти регулювання міжнародної торгівлі** – це засоби адміністративного обмеження і впливу на умови міжнародної торгівлі та конкуренції з боку держави.

**Кількісні обмеження** – адміністративна форма регулювання, що передбачає встановлення максимального обсягу товару певної номенклатури, який дозволений для експорту чи імпорту протягом визначеного часу.

**Ембарго** – це заборони імпорту та/або експорту.

**Квотування** – це кількісне лімітування розміру імпорту/експорту за допомогою глобальних (нерозподілених), індивідуальних (розподілених), групових, сезонних, тарифних та інших видів відсоткових або вартісних обмежень (квот).

**Квота** – це кількісний нетарифний захід обмеження експорту чи імпорту товару певною кількістю чи сумою на певний проміжок часу.

**Ліцензування** – це видача дозволів на здійснення експортно-імпортних та транзитних операцій у тих випадках, коли відповідні вільні операції не допускаються.

**«Добровільне» обмеження експорту** – це угода між урядом країни-імпортера та урядом та/або компаніями країни-експортера про обмеження поставок товару у рамках узгоджених обсягів в обмін на відмову імпортуючої сторони від введення суворих обмежень на імпорт.

**Технічні бар'єри** – усі державні заходи контролю та обмежень, пов'язані з вимогами до технічних параметрів товару, які можуть бути використані як засіб обмеження доступу тих чи інших товарів на внутрішній ринок країни.

**Внутрішні податки та збори** – приховані методи торгової політики, спрямовані на підвищення внутрішньої ціни імпортного товару й скорочення внаслідок цього його конкурентоспроможності на внутрішньому ринку.

**Державні закупівлі** – прихований метод торговельної політики, який вимагає від державних органів та підприємств закуповувати певні товари лише у національних фірм, незважаючи на те, що ці товари можуть бути дорожчі за імпортні.

**Вимоги про вміст місцевих компонентів** – прихований метод торговельної політики держави, який законодавчо встановлює частку участі національних виробників у виробництві імпортного товару.



### Питання для опрацювання:

- 6.1. Основні тенденції розвитку сучасної системи регулювання торговельно-економічних відносин
- 6.2. Класифікація інструментів регулювання міжнародної торгівлі товарами і послугами
- 6.3. Митно-тарифні інструменти регулювання
- 6.4. Застосування нетарифних інструментів регулювання



### Обов'язкові та додаткові завдання

#### Завдання 1.

Фірми А, В, С експортують товар до США.

Показник	Фірма А	Фірма В	Фірма С
Середні питомі витрати, дол.	10	10	10
Ціна товару на внутрішньому ринку, дол.	10	12	9
Експортна ціна товару, дол.	11	11	9
Ціна товару в США, дол.	12	13	10

Яка з трьох фірм-експортерів товару може бути звинувачена в демпінгу на американському ринку?



### Завдання 2

Розрахуйте реальний ефективний рівень мита на кінцевий товар з урахуванням рівня мит на імпорتنі вузли і деталі цього товару:

Країна-імпортер оподатковує велосипеди, вартість яких 200 дол. (з яких 60 дол. – це додана вартість, а 140 дол. – вартість сталі, гуми, та інших матеріалів), адвалорним митом у 10% і окремо оподатковує 5% адвалорним митом сталь, гуму та інше, з яких складається виріб

#### **Примітка:**

Згідно ефективного способу розрахунку мита, рівень ставки мита розраховується за формулою:

$$T_{\text{еф}} = \frac{T_{\text{ном}} - A \times T_{\text{імп}}}{1 - A};$$

де  $T_{\text{еф}}$  – ефективний рівень митного захисту, %;

$T_{\text{ном}}$  – номінальна ставка тарифу на кінцеву продукцію, %;

$T_{\text{імп}}$  – номінальна ставка тарифу на імпорتنі частини та компоненти, %;

$A$  – частка вартості імпортних компонентів у вартості кінцевого продукту.

### Завдання 3

Ставка українського імпортного тарифу на закордонний одяг становить 10%, на тканини – 1%. Вартість тканини становить 15% вартості одягу.

Розрахуйте ефективний рівень тарифу:

а) за умов, названих вище;

б) якщо імпортне мито на тканини збільшиться до 10%;

в) якщо імпортне мито на готовий одяг зросте до 30%;

г) якщо мито на одяг зменшиться до 5%;

д) якщо мито на тканини зменшиться до 0,3%.

Які висновки можна зробити на основі цих розрахунків?

### Завдання 5.

Країна-імпортер обкладає податком ровери, вартість яких складає 200 дол.США і обкладає їх адвалорним тарифом в 10% і окремо 5% адвалорним тарифом на комплектуючі до реверов.

Розрахувати ефективний рівень митного захисту, якщо вартість імпортних компонентів у вартості кінцевої продукції дорівнює 140 дол.США.

### Завдання 6.

Визначити розрахункову ціну ліцензії, якщо середньорічний випуск продукції за ліцензією складає 360 тис.т., термін дії договору 3 роки. Прибуток від продажу одиниці продукції з використанням ліцензії складає 30 грн., а прибуток від реалізації одиниці продукції за діючою технологією у ліцензіаті – 20 грн. Доля ліцензіару в прибутку становить 30%.

**Примітка:**

При вирішенні задач, що пов'язані з визначенням ціни ліцензії, треба користуватися наступними формулами:

а) ціна ліцензії ( $C_l$ )

$$C_l = B_l \cdot T \cdot П \cdot Д,$$

де  $B_l$  – середньорічний випуск продукції за ліцензією, грн.;

$T$  – термін договору, років;

$П$  – додатковий прибуток, що одержується за ліцензією, грн.;

$Д$  – доля ліцензіару в прибутку.

Додатковий прибуток від реалізації одиниці продукції відповідно з використанням ліцензії і за діючою технологією ліцензіату, грн.

б) ціна ліцензії на основі роялті розраховується за формулою:

$$C_l = \sum_{i=1}^T B_i \cdot C_i \cdot \frac{R_i}{100}$$

де  $B_i$  – середньорічний обсяг продукції за ліцензією в  $i$ -му році (в натуральному виразі);

$C_i$  – продажна ціна продукції в  $i$ -му році, грн.;

$R_i$  – розмір роялті в  $i$ -му році, %;

$i$  – розрахунковий рік дії ліцензійного договору;

$T$  – термін дії ліцензійного договору.

**Завдання 7.**

Строк дії ліцензійного договору – 2 роки. Обсяг планового випуску продукції за ліцензією в перший рік складатиме 250 тис.шт., який на другий рік планується збільшити на 2%. Продажна ціна продукції в перший рік становитиме 100 грн./од., на другий – 120 грн./од. Розмір роялті залишиться на одному рівні і складатиме 5%. Визначити ціну ліцензії на базі роялті.

**Завдання 8**

В країні А установлюється квота на обсяг поставок кави. Як введення обмежень на імпорт кави може впливати на:

а) попит, пропозицію і ціну на каву;

б) попит, пропозицію і ціну на чай;

в) попит, пропозицію і ціну на кавоварки?

Відповіді проілюструвати графіками.

**Тестові завдання.**

1. За характером та цілями заходів регулювання міжнародної торгівлі товарами виокремлюють інструменти, які:

а) обмежують іноземну конкуренцію на внутрішньому ринку;

б) передбачають застосування заходів, які стосуються внутрішнього ринку в цілому, але не зачіпають умов доступу іноземних товарів на внутрішній ринок;

в) забезпечують добросовісну конкуренцію;

г) використовуються для поліпшення умов доступу вітчизняних товарів на іноземні ринки.

2. *За характером впливу на умови конкуренції міжнародної торгівлі товарами виокремлюють інструменти, які:*

а) спрямовані на усунення обмеження конкуренції на закордонних ринках;

б) передбачають застосування заходів регулювання при перетині товаром митного кордону;

в) забезпечують підвищення конкурентоспроможності власних товарів на закордонних ринках;

г) спрямовані в основному проти недобросовісних і найбільш небезпечних іноземних конкурентів.

3. *Залежно від особливостей застосування заходів регулювання міжнародної торгівлі товарами виокремлюють:*

а) односторонні заходи;

б) митно-тарифні заходи;

в) інструменти традиційного протекціонізму;

г) багатосторонні заходи.

4. *Засоби адміністративного обмеження та впливу на умови міжнародної торгівлі та конкуренції з боку держави – це:*

а) нетарифні інструменти регулювання міжнародної торгівлі;

б) митно-тарифні інструменти регулювання міжнародної торгівлі;

в) валютно-кредитні інструменти регулювання міжнародної торгівлі.

5. *До кількісних інструментів нетарифних обмежень належать:*

а) ліцензування;

б) технічні бар'єри;

в) ембарго;

г) квотування.

6. *До прихованих методів зовнішньоекономічної політики належать:*

а) ембарго;

б) внутрішні податки та збори;

в) добровільні обмеження;

г) державні закупівлі;

д) квотування.

7. *Приховані методи торгової політики, спрямовані на підвищення внутрішньої ціни імпортного товару й скорочення внаслідок цього його конкурентоспроможності на внутрішньому ринку – це:*

а) ембарго;

б) вимоги про вміст місцевих компонентів;

в) державні закупівлі;

г) внутрішні податки і збори.

8. *Прихований метод торговельної політики, який вимагає від державних органів та підприємств закуповувати певні товари лише у національних фірм, незважаючи на те, що ці товари можуть бути дорожчі за імпортні:*

- а) демпінг;
- б) встановлення цінових преференцій;
- в) державні закупівлі;
- г) ліцензування.

9. *Найпоширенішими фінансовими методами зовнішньоторговельної політики є:*

- а) квотування;
- б) субсидування;
- в) ліцензування;
- г) демпінг;
- д) експортне кредитування.

10. *Які з перелічених засобів регулювання зовнішньоекономічної діяльності підприємств відносять до нетарифних заходів, а які – до митно-тарифних:*

- а) ліцензування;
- б) квотування;
- в) субсидування;
- г) встановлення митних режимів;
- д) введення митних тарифів;
- е) встановлення технічних бар'єрів;
- є) антидемпінгові процедури;
- ж) встановлення цінових преференцій.

11. *Митний тариф – це:*

- а) непрямий податок на товари і послуги, включений у ціну і сплачуваний за рахунок покупців;
- б) податок, встановлений органами законодавчої влади й обов'язковий для справляння на всій території держави;
- в) податок, який устанавлюється на імпорт товарів з метою підвищення їхньої ціни на ринку країни-імпортера та забезпечення безпосередніх надходжень до Державного бюджету;
- г) прямий податок з юридичних і фізичних осіб, об'єктом оподаткування якого є рухоме і нерухоме майно.

12. *За способом стягування виокремлюють наступні різновиди мит:*

- а) специфічні;
- б) експортні;
- в) адвалорні;
- г) сезонні;
- д) конвенційні;

13. *Розподіліть перелічені види мит за класифікаційними ознаками: 1 – за об'єктом оподаткування; 2 – за характером; 3 – за типами ставок:*

- а) адвалорні;
- б) імпортні;
- в) національні;
- г) автономні;

- д) сезонні;
- е) компенсаційні;
- є) імпорتنі;
- ж) експортні;
- з) антидемпінгові;
- і) постійні;
- ї) змінні;
- й) транзитні.

14. «Добровільне» обмеження експорту – це:

- а) спеціальний дозвіл, що отримується від державних органів на ввезення певної кількості товарів, вільні операції з якими заборонені або обмежені;
- б) форма контингентів (квот) на експорт, які вводяться самим експортером під погрозами застосування імпортером санкцій такого характеру, економічні чи політичні наслідки яких будуть неприйнятними для експортера;
- в) допустимі розміри обсягів експорту товарів і транзиту товарів певної номенклатури в натуральному або вартісному вигляді, що визначаються державами на певний період.

15. До валютно-кредитних інструментів регулювання зовнішньої торгівлі належать:

- а) маневрування банківськими відсотковими ставками;
- б) експортне кредитування;
- в) валютні обмеження;
- г) демпінг;
- д) субсидування;
- е) зміна валютного курсу; є) квотування.



## **Завдання для самостійної роботи**

### **1. Опрацювати самостійно наступні питання:**

- 1.1. Сутність добровільних обмежень експорту в контексті антиімпортної політики.
- 1.2. Приховані методи зовнішньоекономічної політики.
- 1.3. Особливості валютно-кредитних та правових інструментів регулювання міжнародної торгівлі.

### **2. Підготувати реферат на тему:**

- 2.1. Напрямки та інструменти регулювання міжнародної торгівлі на міжнаціональному рівні.
- 2.2. Застосування митного тарифу: міжнародна практика та транзитні реалії.
- 2.3. Міжнародні організації з регулювання світової торгівлі та сприяння її розвитку.

## Тема 7. Методи організації зовнішньоторговельної діяльності

### 7.1. Систематизація методів міжнародної торгівлі

Світова практика свідчить, що виробничі фірми або підприємства, маючи на меті реалізацію своєї продукції на міжнародному ринку, можуть обирати різні методи організації зовнішньоторговельної діяльності. Такий вибір залежить від багатьох чинників, а саме: масштабів виробництва фірми та характеру продукції, що випускається; особливих рис регіональних ринків, на яких реалізується продукція; глибини участі підприємства у міжнародному поділі праці; специфічного методу реалізації товарів або послуг на зовнішньому ринку, що є традиційним для цієї товарної групи або був обраний керівництвом даного підприємства тощо. Тобто *метод міжнародної торгівлі – це організаційна форма та порядок здійснення зовнішньоторговельної операції.*

У міжнародній практиці використовуються два основних методи проведення торговельних операцій: метод торгівлі прямий і метод торгівлі через посередників (рис. 7.1).

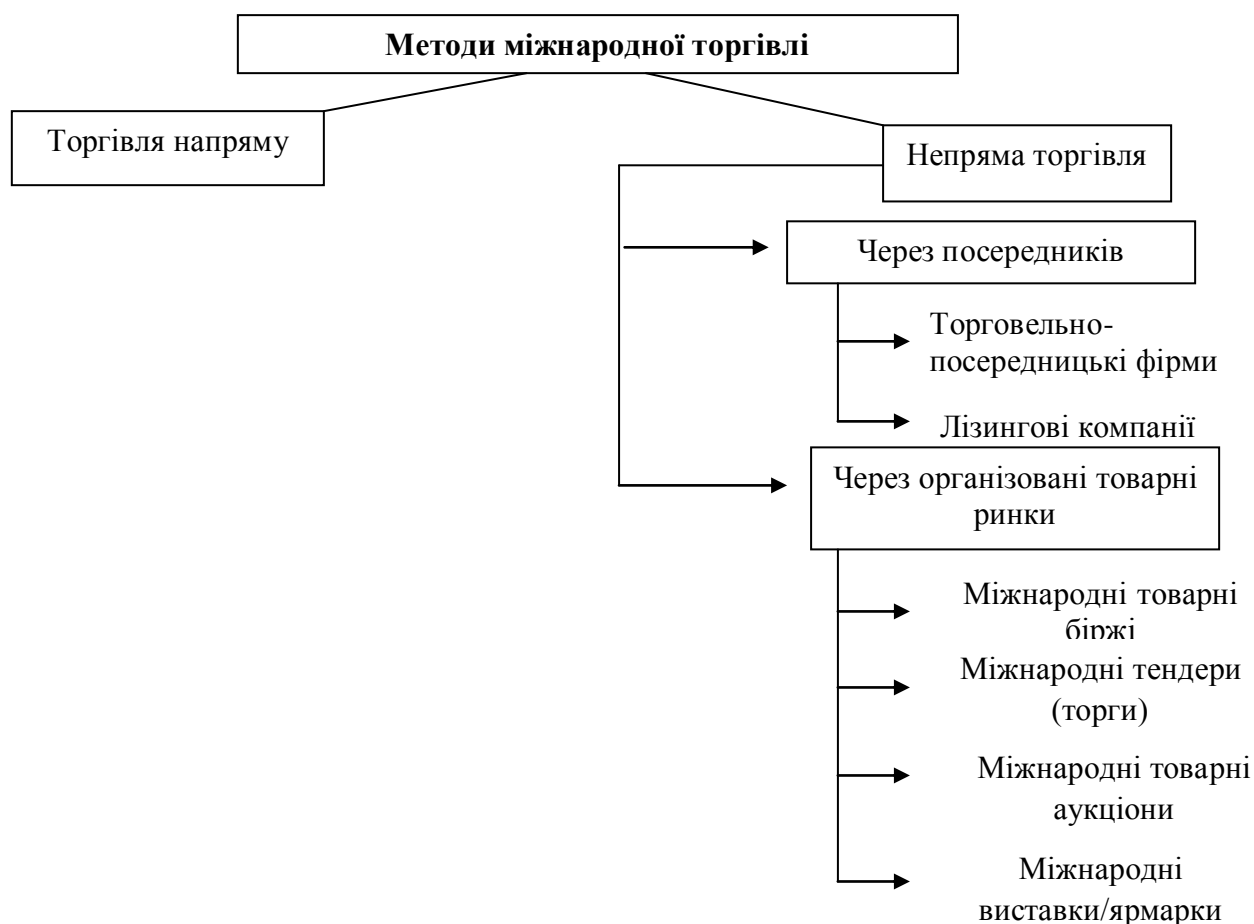


Рис. 7.1. Систематизація методів міжнародної торгівлі

Першу групу (прямий метод) утворюють ті форми, що реалізуються самими компаніями та підприємствами, які мають достатній рівень фінансових активів для створення й утримання власного зовнішньоторговельного апарату, що складається зі спеціалізованих служб та органів, виконуючих організаційні, кредитно-розрахункові, транспортні, рекламні, аналітичні та інші функції. Такі компанії реалізують свою продукцію на закордонних ринках через створені там філії і дочірні фірми, які на світовому ринку мають статус оптових і роздрібних підприємств, а їх функціональні завдання, права та обов'язки визначаються за домовленістю із засновниками. Близько 50% міжнародного товарообміну відбувається на основі прямих зв'язків.

Метод прямої торгівлі, як правило, використовується:

- при продажу транснаціональними корпораціями (ТНК) великогабаритної і дорогої продукції промислового призначення;
- при здійсненні експортно-імпортних операцій між великими ТНК з постачання сировини, напівфабрикатів, комплектуючих частин і деталей тощо;
- при поставках товарів через закордонні підрозділи ТНК, що володіють роздрібною мережею;
- при здійсненні експорту-імпорту промислової сировини на основі довготермінових контрактів;
- при закупівлях сільськогосподарської сировини у фермерів країн, що розвиваються;
- при здійсненні зовнішньоторговельної діяльності державних підприємств і установ країн, що розвиваються, шляхом організації і проведення торгів.

Даний метод торгівлі передбачає постачання заздалегідь погоджених видів продукції, що зорієнтована на специфічні вимоги конкретного іноземного споживача. Прямі зв'язки мають цілеспрямований характер, тому що ґрунтуються на системі попередніх замовлень і характеризуються тривалістю і стійкістю відносин споживача з постачальниками необхідного для виробництва обсягу сировини, матеріалів, комплектуючих виробів з метою безперервного забезпечення виробничого процесу ресурсами.

Перевагами такого методу торгівлі є:

- 1) економія фінансових ресурсів за рахунок скорочення витрат на суму комісійної винагороди посереднику;
- 2) зниження ризику та залежності результатів комерційної діяльності від можливої несумлінності чи недостатньої компетентності посередницької організації;
- 3) використання переваг безпосереднього контакту зі споживачами та можливість отримання інформації про стан і тенденції розвитку ринку шляхом організації маркетингової діяльності на закордонному ринку.

Разом з тим, застосування цього методу вимагає наявності високої комерційної кваліфікації персоналу та торговельного досвіду компанії в цілому.

На сьогодні у міжнародному бізнесі, особливо серед індустріально розвинутих країн, переважають різні форми прямого експорту як у сфері реалізації засобів виробництва, так і торгівлі споживчими товарами. При цьому в реалізації машин, обладнання та устаткування спостерігається тенденція до його значного розширення. Це пояснюється тим, що безпосередній контакт зі споживачем має значні переваги і часто стимулює підвищення якості та своєчасну модернізацію виробів. Разом з тим, прямий експорт потребує адекватного інформаційного забезпечення, знання зовнішнього ринку та створення власного експортного відділу, а також інфраструктури послуг торговельних посередників для технічного обслуговування товарів і отримання актуальної ринкової інформації.

Стала тенденція до організації прямих операцій спостерігається і при імпортуванні. Прямий імпорт має значні переваги щодо ввезення сировини і напівфабрикатів в результаті можливості розподілу великих обсягів товарів шляхом безпосереднього контакту з постачальником.

Проте як для прямого експортування, так і для прямого імпортування, характерним є більш тривалий платіжний термін порівняно з терміном реалізації товару зовнішньоторговельному підприємству на внутрішньому ринку, що заморожує капітал і збільшує кредитний ризик.

До другої групи методів (непряма торгівля або непрямий метод) входять:

➤ торгівля через посередників (торговельні компанії та інші посередницькі фірми);

➤ торгівля через організовані товарні ринки, тобто через міжнародні товарні біржі, тендери (торги), аукціони та виставки/ярмарки.

Більше половини всіх товарів, залучених у міжнародний товарообіг, реалізується при сприянні торгових посередників.

Їхніми послугами широко користуються у зовнішній торгівлі США, Англії, Нідерландів, Швеції, Японії.

Торгівля через посередників використовується середніми та малими підприємствами, до яких також належать різного типу товариства, які для здійснення зовнішньоторговельної діяльності в своїй управлінській структурі створюють експортний відділ, що займається підготовкою зовнішньоторговельних контрактів, митною, кредитною та іншою необхідною документацією, а самі угоди купівлі-продажу товарів здійснюють через торговельних посередників.

При непрямому експорті здійснюється продаж товару національним виробником національному зовнішньому торговцю. Тим самим експортна діяльність виробника обмежується підготовкою товару до експорту, а подальший розподіл усіх витрат і ризику здійснюється проміжними торговцями, особливо у сфері транспортування та пошуку замовника. Особливо вигідним непрямий експорт є для малих та середніх підприємств, оскільки вони, як правило, не можуть створити власну мережу збуту на зовнішньому ринку внаслідок обмеженості фінансових ресурсів і через поставки на окремі зовнішні ринки незначних за обсягами партій товарів.



Зовнішньоторговельні підприємства спеціалізуються, як правило, на певних товарних групах та регіональних ринках і мають власні мережі збуту товару. Але слід враховувати й те, що зовнішньоторговельне підприємство може недостатньою мірою опікуватися проблемами та інтересами, особливо довготерміновими, конкретного непрямого експортера. Відсутність безпосереднього контакту зі споживачами може приховати реальний механізм та особливості збуту, а внаслідок невірної оцінки розвитку зовнішнього ринку призвести до виробництва продукції, що користується недостатнім попитом на ринку.

Перевагою непрямого імпорту можна вважати можливість перевірки товару на складі імпортера та підготовки його до споживання (змішування, сортування, нарізка тощо).

Тобто як при експорті, так і при імпорті товарів та послуг розподіл може здійснюватися безпосередньо між виробником і споживачем (пряма торгівля), або через одне чи кілька зовнішньоторговельних підприємств, що виступають торговельними посередниками (непряма торгівля). Якщо поставка товару відбувається не безпосередньо між експортером та імпортером у країні, що виробляє товар, або в країні, що купує товар, а через транзитного торговця у третій країні, то така торгівля називається транзитною.

Транзитна торгівля як поставка товару не безпосередньо від експортера до імпортера, а саме через посередника в третій країні, має кілька видів, а саме: за місцем в угоді національного суб'єкта зовнішньої торгівлі (активна і пасивна) та за характером дій транзитного торговця (активна і пасивна).

При активній транзитній торгівлі товари з-за кордону переправляються (перепродуються) місцевими торговцями в третю країну. При пасивній торгівлі зарубіжний транзитний торговець продає товари, вироблені в інших країнах, національним підприємствам або товари, вироблені на національній території іншої країни, збуває у третій країні. Якщо транзитний продавець здійснює на митному складі або у вільному порту переробку, пересортування або перепакування товару тощо, то така транзитна торгівля називається змішаною.

До непрямої торгівлі також належить торгівля через організовані товарні ринки, але посередниками між експортерами (виробниками, посередницькими фірмами) та імпортерами (споживачами, іншими посередницькими фірмами) є організовані товарні ринки – міжнародні товарні біржі, міжнародні тендери (торги), міжнародні аукціони та міжнародні виставки/ярмарки.

**Організований ринок** – це ринок, який функціонує за попередньо встановленими правилами, що записані в тих чи інших нормативних актах.

Будь-якому організованому ринку властиві такі риси:

- концентрація попиту та пропозиції у часі та просторі;
- існування організації (органу), що керує роботою ринку;
- наявність затверджених правил торгівлі, розрахунків і поставки товарів або інших активів;

➤ регулювання роботи ринку з боку держави та/або громадських організацій.

Організовані товарні ринки класифікують залежно від форми торгівлі, надходження та рівня організованості.

**За формою торгівлі** організовані ринки поділяються на *оптові*, де реалізуються великі партії товарів; *роздрібні*, метою яких є реалізація одиничних товарів; *біржові*. **За походженням** розрізняють *самоорганізовані* ринки (створені за ініціативою самих учасників процесу торгівлі) та *централізовані*, створені за ініціативою держави. **За рівнем організованості:** до *малоорганізованих* належать ринки, на яких правила торгівлі регулюють не всі стадії та аспекти цього процесу; *добре організованими* вважаються такі ринки, на яких правила торгівлі регулюють усі основні елементи та стадії процесу торгівлі; *високоорганізованими* – ринки, на яких торговельні правила регламентують абсолютно всі стадії процесу купівлі-продажу.

## **7.2. Торгівля через торговельно-посередницькі фірми**

**Торговельно-посередницькі операції** – це операції, пов’язані з купівлею-продажем товарів, що виконуються за дорученням виробника-експортера незалежним від нього торговим посередником на основі укладеної між ними угоди чи окремого доручення. Сьогодні посередницькі функції значно розширились, що пов’язано зі зростанням ролі торговельно-посередницької ланки в міжнародній торгівлі. Розширилося і надання різноманітних видів послуг, зокрема:

- операції з організації збуту – пошук контрагентів, підписання угод від імені продавця, надання гарантій сплати товару покупцем, проведення рекламних кампаній та дослідження ринків;
- транспортно-експедиторські операції, операції з транспортування і страхування вантажів;
- фінансування торговельних операцій;
- надання технічних послуг, здійснення післяпродажного технічного обслуговування;
- збір, обробка та надання інформації про стан і тенденції розвитку регіональних товарних ринків.

Залучення торговельного посередника, в послугах якого, як правило, зацікавлена фірма-експортер, дає змогу:

- 1) запобігти інвестуванню значних коштів в організацію мережі на території країни-експортера або за кордоном, оскільки торговельно-посередницькі фірми мають власну матеріально-технічну базу (складські приміщення, демонстраційні зали, ремонтні майстерні, роздрібні магазини);
- 2) збільшити прибуток за рахунок продажу товару на іноземному ринку безпосередньо в моменти поліпшення кон’юнктури за вищими цінами;

3) звільнити експортера від багатьох операцій, пов'язаних з реалізацією товару (доставка до країни-імпортера, сортування та пакування, підбір за асортиментом, пристосування до вимог місцевого ринку, реклама);

4) скористатися капіталом торговельно-посередницьких фірм для фінансування угод як на основі короткотермінового, так і середньо-термінового кредитування;

5) проникнути на регіональні ринки деяких товарів, що майже монополізовані торговими посередниками і є недосяжними для встановлення прямих контактів зі споживачами.

Разом з тим, збут через торговельно-посередницькі фірми має й певні недоліки, які в основному полягають у втраті експортером безпосередніх контактів зі споживачами на закордонних ринках і значній залежності від сумлінності та підприємницької активності посередника. Тому до посередника в міжнародній торгівлі сформувалися певні вимоги, які і визначають його вибір.

1. Потенційний посередник не повинен представляти на цій території іншу іноземну або національну фірму, яка виробляє аналогічний або конкуруючий товар.

2. Можливий партнер повинен мати адекватну матеріально-технічну базу – торговельні, представницькі, демонстраційні, складські приміщення, канали і засоби зв'язку.

3. Посередник повинен мати можливість забезпечити необхідний рівень додаткового сервісу, особливо, коли йдеться про реалізацію машин, обладнання або іншої машинно-технічної продукції.

4. Посередницька фірма мусить мати стабільний фінансовий стан, бездоганну ділову репутацію та готовність до тривалого співробітництва.

Залежно від характеру взаємодії між експортером і торговим посередником і функцій, які виконує торговий посередник, розрізняють: операції з перепродажу, комісійні, агентські та брокерські.

**Операції з перепродажу** здійснюються торговим посередником від свого імені та за свій рахунок. Тобто торговий посередник самостійно виступає стороною договору як з експортером, так і кінцевим покупцем, і стає власником товару після його оплати.

Розрізняють два види операцій з перепродажу. До першого належать операції, в яких торговий посередник стосовно експортера виступає як покупець, що купує товари на основі договору купівлі-продажу. Він стає власником товарів і може реалізувати їх на свій розсуд на будь-якому закордонному ринку і за будь-якою ціною. Відносини між експортером і такого роду посередником припиняються після виконання сторонами своїх обов'язків за договором купівлі-продажу. Такий тип посередників називається дилерами.

До другого виду належать операції, за якими експортер і торговий посередник підписують договір про продаж товарів на певній території та на конкретний термін з глибокою деталізацією усіх інших аспектів угоди. У Великобританії та США вони мають назву дистриб'юторів, а у Німеччині –

фетрагсхендлерів. Дистриб'ютори займаються продажем товарів від власного імені та за власні кошти. Вони самостійно відповідають за всі види ризиків, пов'язаних із псуванням чи втратою товарів, а також з неплатоспроможністю покупця. Дистриб'юторські угоди вигідні експортерам тим, що:

- дають можливість виходу на нові ринки і забезпечують на них рекламу його товару протягом встановленого в контракті терміну (3–5 років);
- укладаються з фірмами, які мають власну збутову мережу;
- супроводжуються договорами купівлі-продажу на постачання товарів;
- гарантують, на відміну від договорів консигнації, отримання платежу за товар одразу після його постачання.

Для дистриб'ютора вигідність подібних договорів зумовлена його великою комерційною незалежністю, самостійністю щодо встановлення цін, а також дуже часто набуттям монопольного права на продаж товарів експортера на своїй території.

Поширення у міжнародній торгівлі набули також **комісійні операції**, де контрагентами є комісіонер (посередник) і комітент. При здійсненні таких операцій комісіонери отримують право пошуку партнерів і підписання з ними контракту від свого імені, але за рахунок продавця чи покупця (комітента), який бере на себе комерційні ризики. У договорах комісії обумовлюються:

- мінімальні і максимальні ціни при імпорті та експорті товарів;
- терміни постачання обумовлених партій товару;
- граничні технічні і якісні характеристики товару;
- відповідальність комітентів перед комісіонерами і комісіонерів перед комітентами;
- розміри і порядок виплати комісійних винагород.

Комісіонери можуть самостійно виступати у ролі продавців чи покупців товарів для їх подальшого перепродажу. Експортна комісійна операція у даному разі складається з двох послідовних угод купівлі-продажу між комітетом і комісіонером, з одного боку, і комісіонером та третьою особою – з іншого. При таких операціях комісіонер переказує гроші комітенту лише після отримання їх від покупця, одержуючи прибуток у вигляді різниці між ціною купівлі товару у комітента і ціною реалізації покупцеві (така методика практикується фірмою Avon), або зафіксований у договорі комісії розмір винагороди у вигляді відсотків від суми угоди (така методика практикується фірмою Oriflame).

Договори комісії передбачають способи визначення розмірів і порядок виплати комітентами комісійних винагород, що покривають понесені комісіонерами витрати і забезпечують одержання прибутку (1,5–3,5% від суми контракту).

Доволі поширеною формою комісійних операцій є продаж товарів за умовами консигнації. Тобто експортер (консигнант) постачає товари в основному масового типу на склад посередника (консигнатора) для реалізації на ринку протягом певного терміну. Консигнатор здійснює платежі

консигнанту в міру реалізації товару зі складу. Непродані до встановленого терміну товари консигнатор має право повернути консигнанту. За умови консигнації експортер кредитує посередника на середній термін реалізації товару.

Консигнаційна форма торгівлі використовується за слабого освоєння ринку або за умов поставки нових товарів чи товарів масового виробництва, в стійкому збуті яких експортер невпевнений.

*Агентські операції* у міжнародній торгівлі полягають: у дорученні однією стороною, що має назву принципала, незалежній від неї іншій стороні, що має назву агента (торгового, комерційного), здійснення фактичних та юридичних дій, пов'язаних з продажем чи купівлею товару на обумовленій території за рахунок і від імені принципала. Комерційна агентська угода – найпростіший і, напевно, найпоширеніший спосіб організації продажу товарів у зарубіжних країнах.

Агент у більшості випадків є юридичною особою, яка зареєстрована у торговельному реєстрі. Незалежність агента полягає у тому, що він не є суб'єктом трудових відносин з принципалом і може здійснювати свою діяльність самостійно за певну винагороду (2–5% від вартості контракту). Діяльність від імені і за рахунок принципала відрізняє його від купця і від торговця за договором, що здійснюють угоди від свого імені і за свій рахунок, а також від комісонера, який хоча і виступає перед третіми особами від свого імені, але здійснює угоди за рахунок комітента. Агент лише сприяє здійсненню угоди купівлі-продажу, але сам у ній (як сторона контракту) не бере участі і не купує за свій рахунок товари. Він діє лише як представник принципала в межах відповідальності, покладеної на нього агентською угодою, а також виконує функції повіреного. У цьому відмінність агентської угоди від договору на надання права на продаж.

Залежно від місця на ринку агентів поділяють на простих, з правом «першої руки» та ексклюзивних.

Прості агенти отримують право здійснювати збут певної номенклатури товарів принципала на обумовленій території і отримувати від нього винагороду.

Агентство з правом «першої руки» є різновидом простого. Згідно з договором про таке агентство, принципал зобов'язаний спочатку запропонувати товар агенту і після його відмови продавати товар на цьому ринку самостійно або через інших посередників без виплати винагороди агенту. Підставою для відмови можуть бути технічні характеристики, терміни постачання, ціна та інші умови, які, на думку агента, не сприятимуть просуванню товару на ринок.

Ексклюзивні агенти отримують монопольне право продавати товари принципала певної номенклатури на обумовленій території протягом встановленого терміну і отримувати за це винагороду. При цьому принципал втрачає право виходити на цей ринок з товарами, номенклатура яких була визначена в угоді, самостійно або через інших агентів. Якщо принципал продає свій товар самостійно або через інших посередників, він однаково

зобов'язаний виплатити ексклюзивному агенту встановлену в угоді винагороду. Тому, підписуючи таку угоду, принципал повинен чітко обумовити, в яких випадках він зможе самостійно реалізовувати товар на ринку монопольного агента. Це трапляється у разі продажу товару безпосередньо державним органам або за умови постачання запчастин до раніше придбаного обладнання.

**Брокерські операції** здійснюються професійними посередниками, які сприяють укладанню угод між зацікавленими сторонами – клієнтами. Такі посередники задіяні у збуті та купівлі товарів, але самі не є стороною угоди, вони лише надають необхідну інформацію зацікавленим сторонам, які беруть на себе зобов'язання за угодою. На відміну від агента, брокер не перебуває у договірних відносинах зі сторонами, а діє на основі окремих доручень. Його головне завдання у тому, щоб знайти покупця для продавця (і навпаки), а також сприяти підписанню контракту між ними. Винагороду за посередництво брокер, як правило, одержує від тієї сторони, яка звернулася до нього першою. Така винагорода має назву брокерідж. Її розмір при товарних операціях коливається у межах від 0,25 до 3% від вартості угоди.

До торговельно-посередницьких належать фірми, які в юридичному і господарському відношенні незалежні від виробника та споживача товарів і діють з метою одержання прибутку, джерелами якого є або різниця між цінами закупівлі товарів в експортерів і цінами, за якими ці товари продаються покупцям, або винагорода за надані послуги з просування товарів на зовнішні ринки. Залежно від характеру здійснюваних операцій розрізняють такі типи торговельно-посередницьких фірм: торгові, комісійні, агентські, брокерські.

**Торгові фірми** здійснюють операції за свій рахунок і від свого імені та працюють в основному з постійними постачальниками, підтримуючи з ними тривалі відносини. За характером здійснюваних операцій торгові фірми поділяються на торгові дома (закуповують товари у виробників чи оптовиків своєї країни і перепродують їх за кордоном та закуповують іноземні товари за кордоном і перепродують їх місцевим оптовикам чи роздрібним торговцям, а також промисловим споживачам), *експортні фірми* (закуповують за свій рахунок товари на внутрішньому ринку з метою їх перепродажу від свого імені за кордоном), *імпортні фірми* (закуповують за свій рахунок товари за кордоном і продають їх потім на внутрішньому ринку промисловцям, оптовим і роздрібним торговцям); *оптові фірми* закуповують за свій рахунок товари за кордоном великими партіями і реалізують їх на місцевому ринку окремим споживачам дрібнішими партіями); *роздрібні фірми* (створюють власні закордонні філіали у вигляді магазинів роздрібною торгівлі і заснують зарубіжні підприємства та агентства для закупівлі товарів у дрібних місцевих продуцентів); *дистриб'ютори* (здійснюють в основному імпортні операції і виступають як торговці за договором на основі угоди про надання їм права на закупівлю і продаж встановленого кола товарів чи послуг на певних ринках).

**Комісійні фірми** виконують разові доручення комітентів і діють від свого імені, але за рахунок комітента. Розрізняють експортні та імпорتنі комісійні фірми.

**Агентські фірми** є найпоширенішим видом торговельно-посередницьких фірм. Філії цих компаній спеціалізуються на імпорті та експорті готових виробів і послуг незалежних постачальників. Вони виступають від імені і за рахунок принципала. Залежно від умов договору фірма або сама підписує угоди від свого імені і за його рахунок, або тільки займається посередництвом при укладанні угод. Для агентських фірм характерне представництво на тривалий термін і тісний контакт з принципалом.

**Брокерські фірми** є особливим видом посередницьких фірм, в обов'язки яких входить функція зведення контрагентів. Вони є джерелами достовірної фахової інформації про ринки, розмір і характер попиту, ціни на біржові товари. За законами деяких країн брокери не можуть бути самі покупцями чи продавцями товарів, які їм доручено продати чи купити.

Оскільки в результаті діяльності посередника не створюється ніякої додаткової вартості, то всі його витрати можуть покриватися тільки за рахунок винагороди, яку виплачують продавці або покупці. Така винагорода має не тільки покривати дійсні витрати, а й забезпечувати посереднику прибуток.

У міжнародній торгівлі практикується кілька методів розрахунку і виплати винагороди посередникам:

- 1) різниця між цінами реалізації товарів на ринку та цінами експортерів;
- 2) відсоток з експортної ціни;
- 3) змішана форма (відсоток з експортної ціни та різниця в цінах);
- 4) узгоджена тверда сума;
- 5) сума, розрахована за системою «cost plus» (грунтується на компенсації реальних витрат посередника та виплаті суми прибутку);
- 6) додаткові заохочувальні виплати.

При виплаті винагород застосовують два основних механізми:

- шляхом отримання посередником належних йому сум з переказаних експортером коштів за поставлені товари;
- зворотним переказом експортером винагороди з отриманих від посередника коштів за поставлені товари.

Останній варіант є доцільнішим у відносинах із зарубіжними посередниками в результаті можливості здійснення експортером контролю та регулювання виплат залежно від виконання посередниками своїх зобов'язань.

### **7.3. Сутність і функції міжнародних товарних бірж**

Міжнародні товарні біржі належать до організованих товарних ринків.

Класичні визначення розглядають **товарну біржу** одночасно як особливий вид постійно діючого ринку, на якому здійснюються угоди з купівлі-продажу масових, сировинних і продовольчих товарів, що мають спільні родові ознаки, якісно однорідні та взаємозамінні, і як ринковий механізм, завданням якого є виконання низки стабілізаційних функцій в економіці, а саме: ліквідності та оптимального розподілу найважливіших сировинних товарів.

Біржова торгівля характеризується такими особливостями:

- товар на біржі зазвичай відсутній;
- товар не повинен швидко псуватися і має бути представлений масово;
- на біржі продається і купується не визначена партія товару, а біржові контракти, що містять встановлену біржею кількість товару визначеного сорту, типу, марки, терміну постачання;
- угоди укладаються на основі типових біржових контрактів;
- покупець одержує не товар, а варант – документ, що засвідчує здачу товару продавцям на біржовий склад. Він підтверджує право власності на товар і, пред'явивши його, покупець може одержати товар з біржового складу;
- товар повинен бути придатний для стандартизації, тобто для створення класифікаційного стандарту, на основі якого укладаються угоди без наявності товару;
- торгівля фінансовими інструментами перетворює біржу у сферу застосування капіталу, тобто у фінансовий інститут;
- торги проводяться на постійній і регулярній основі;
- біржа виступає посередником і тому не має права укладати контракти від свого імені;
- на основі біржових котирувань встановлюються ціни в позабіржовій торгівлі;
- відсутній прямиий вплив держави на процес торгів.

Функціями біржі як організованого товарного ринку є:

1) забезпечення високої концентрації попиту та пропозиції в одному місці. Концентрація попиту та пропозиції дає змогу виявити реальну збалансованість товарних ринків, спрямувати ресурси на забезпечення суспільства необхідними товарами, обмежити випуск товарів у міру насичення потреби в них;

2) регулювання оптового товарообігу на основі ринкових законів. Ця функція дає можливість впорядкувати оптовий товарообіг, реалізувати найефективніші шляхи розподілу товарів від виробників до споживачів, мінімізувати зумовлені цим витрати;

3) здійснення кваліфікованого посередництва між продавцем і покупцем товарів. На товарній біржі оперують найдосвідченіші оптові



посередники, що добре ознайомлені з умовами реалізації та закупівлі товарів, станом поточної біржової кон'юнктури та у стислі терміни можуть з'єднати контрагентів між собою;

4) формування ринкових цін. Механізм біржового ціноутворення дає змогу визначити реальне співвідношення попиту та пропозиції, врахувати умови поставки та оплати товарів, інші чинники;

5) зближення покупців і продавців у просторі та часі. Біржова торгівля працює поза режимом автаркії, сприяє формуванню ефективних міжрегіональних зв'язків, а також через механізм ф'ючерсних угод дає змогу пов'язати не тільки поточні, а й перспективні спільні інтереси продавців і покупців товару;

6) боротьба з виявами монополізму на товарних ринках. Боротьба з олігополістичними та монополістичними тенденціями на товарних ринках здійснюється шляхом залучення до біржової торгівлі зростаючої кількості продавців та покупців, забезпечення гласності і конкуренції у процесі торгів;

7) формування умов для мінімізації комерційного та фінансового ризиків. Біржа є гарантом виконання укладених на ній угод, підвищує надійність їх реалізації, тут відпрацьовано особливий механізм страхування цінового ризику;

8) надання учасникам відповідних товарних ринків цінової і комерційної інформації. Результати постійних біржових торгів дають можливість забезпечити певну інформованість учасників як біржового, так і небіржового ринків, про стан попиту і пропозиції, ціни, рівень конкуренції на ринку того чи іншого товару.

Перелічені функції вважаються основними.

Розвиток біржової торгівлі впродовж тривалого часу призвів до появи великої різноманітності видів товарних бірж, які доцільно типізувати за такими ознаками, як регіон дії (національні, міжрегіональні, міжнародні біржі); характер асортименту (вузькоспеціалізовані (предмет торгів – один вид товарів (Лондонська міжнародна нафтова біржа, Гамбурзька кавова біржа)), спеціалізовані (предметом торгівлі є однотипні групи товарів (Нью-Йоркська біржа кави, цукру, какао, Лондонська біржа металів)), універсальні (Чиказька товарна біржа, Центральноамериканська товарна біржа (США), Токійська товарна біржа, які торгують сільськогосподарськими товарами, нафтою і нафтопродуктами, дорогоцінними металами)); ступінь відкритості (відкриті, на яких окрім її членів, у біржових операціях можуть брати участь також і відвідувачі торгів; закриті, на яких право брати участь у біржових торгах та укладати угоди мають тільки члени даної товарної біржі); організаційно-правові форми діяльності (акціонерні товариства відкритого типу; акціонерні товариства закритого типу, товариства з колективною відповідальністю, інші).

Об'єктом торгівлі на міжнародних товарних біржах є майже 70 видів товарів, на які припадає 30% міжнародного товарообороту. Структурно біржовий товарооборот можна уявно поділити на дві групи: сільськогосподарські товари і товари лісової промисловості (2/3 усього

товарообороту – маслинні культури та продукти їх переробки (38% обороту), зернові культури (22%), м'ясо та живі тварини (18%), текстиль, цукор, кава, какао та інші продовольчі товари (20%), пиломатеріали (1,3%), каучук (1%); промислова сировина і продукція (паливні матеріали і дорогоцінні метали (30%), кольорові метали – мідь, алюміній, свинець, олово, нікель та інші (20%)).

До найбільших світових товарних бірж відносяться біржі, представлені в табл. 7.1.

Таблиця 7.1

**Перелік найбільших товарних бірж**

Країна	Назва біржі	Основні предмети обороту
1	2	3
США	Чиказька торговельна біржа (створена в 1848 р.)	Зернові, олійні, бройлери, фанера, дорогоцінні метали, казначейські білети й облігації США; муніципальні облігації, індекси акцій і облігацій
	Чиказька товарна біржа (створена в 1919 р.)	Велика рогата худоба, свині, пиломатеріали, казначейські папери США, валюта, індекси акцій
	Нью-Йоркська торговельна біржа (створена в 1872 р.)	Мідь, сира нафта, дизельне паливо, бензин, газ пропан, платина, палладій
	Чиказька біржа рису та бавовни	Рис та бавовна
	Торгова палата Канзас-Сіті	Зернові культури та цінні папери
	Зернова біржа Міннеаполісу	Пшениця та інші зернові культури
	Новоорлеанська товарна біржа	Рис, бавовна, соя
	Біржі кави, цукру, какао	Кофе, цукор, какао, вершкове масло, сир, молоко
	Нью-Йоркська біржа бавовни та цитрусових (з 1996 р. об'єдналась з Нью-Йоркською ф'ючерсною біржею)	Бавовна, концентрат апельсинового соку, картопля, газ пропан, операції з індексом долара та казначейськими білетами США
Північноамериканська біржа (Підрозділ Чиказької торгової біржі)	Зернові, олійні, велика рогата худоба, свині, дорогоцінні метали, казначейські білети США, валюта	
Англія	Лондонська міжнародна фінансова і ф'ючерсна біржа (ЛІФФЕ) (створена в 1982 р.)	Фінансові інструменти: товарні ф'ючерси на каву, цукор, какао, цінні папери з фіксованим доходом, казначейські векселі, акції
	Лондонська біржа металів (створена в 1877 р.)	Промислові метали (мідь, алюміній, цинк, свинець, нікель, срібло та ін.)
	Міжнародна нафтова біржа (створена в 1980 р.)	Бензин, північноморська нафта «Брент», газойль, дизельне паливо, мазут
	Лондонська товарна біржа	Сільськогосподарська продукція: кава, какао, цукор, каучук, картопля, олійні, рослинні масла, соєва мука та ін.
	Балтійська ф'ючерсна біржа	Картопля, пшениця, ячмінь, велика рогата худоба, свинина, соєвий шрот

Японія	Токійська промислова товарна біржа	Золото, срібло, платина, каучук, бавовна та вовняна пряжа
	Токійська міжнародна біржа фінансових ф'ючерсів	Фінансові інструменти
Австралія	Сіднейська ф'ючерсна біржа	Вовна, худоба, золото, срібло, цінні папери
Бразилія	Бразильська ф'ючерсна біржа (створена в 1986 р.)	Кава, худоба, боби сої, золото
Німеччина	Європейська біржа – EUREX (створена в 1997 р.)	Торгівля опціонами на базі Німецького індексу акцій (ДАХ)
Канада	Винніпезька товарна біржа	Пшениця, ячмінь, овес, жито, насіння льону, золото
Малайзія	Товарна біржа Куала-Лумпура	Олово, каучук, пальмова олія
Нідерланди	Європейська опціонна біржа	Золото, срібло та ін.
Франція	Французька міжнародна ф'ючерсна біржа (створена в 1986 р.)	Фінансові інструменти, ф'ючерсні операції з кави, какао, цукру, біржові індекси
Швеція	Шведська опціонна та ф'ючерсна біржа	Фінансові інструменти

Останнім часом для розвитку міжнародної біржової торгівлі характерним є:

- збільшення обсягів біржової торгівлі, хоча це пов'язано не стільки зі зростанням ролі міжнародних товарних бірж у товарообміні, скільки зі збільшенням загальних обсягів світової торгівлі, в тому числі біржовими товарами;

- скорочення номенклатури біржових товарів, що пояснюється розширенням використання інших каналів розподілу цих товарів, таких як торгіві, експортні та імпорتنі доми, аукціонні, спеціалізовані торговельно-посередницькі фірми. Якщо в період бурхливого розвитку бірж через них реалізовувалось понад 200 видів товарів, то на сьогодні їх кількість скоротилась до 60–70 позицій;

- переважання ф'ючерсної біржової торгівлі.

Біржі реального товару збереглися лише в окремих країнах та мають незначні обороти. Найбільші біржі реального товару розташовані зараз у таких країнах, як Індія, Індонезія, Малайзія;

- модифікація основної функції бірж: зі світових товарних ринків вони перетворюються на центри спекулятивних операцій, частка яких за багатьма товарами сягає 90% від вартісного обсягу біржових угод;

- підвищення ролі міжнародних товарних бірж у визначенні та регулюванні рівня цін на відповідних світових товарних ринках. При укладанні контрактів на поставку товарів за ціновий орієнтир дедалі частіше приймаються біржові котировки;

- підвищення рівня концентрації міжнародної біржової торгівлі, що виявляється в укрупненні найуспішніших бірж та припиненні існування дрібних, а також у подальшому зростанні значення та впливу трьох центрів

міжнародної біржової торгівлі – США, Європи (особливо Великобританії) та Японії, питома вага яких в обсязі біржових угод за різними оцінками становить 90–98%;

➤ вдосконалення техніки біржової торгівлі, що пов'язане із впровадженням сучасних засобів зв'язку, збору, обробки та передачі комерційної інформації.

### ***Ф'ючерсний контракт***

**Ф'ючерсний контракт** - це стандартизована угода на купівлю або продаж конкретного товару, в конкретні місце і час у майбутньому за ціною, встановленою на вільних біржових торгах у централізованому регульованому місці за правилами цього ринку.

Іншими словами, ф'ючерсний контракт є юридично зафіксованим зобов'язанням доставити у зазначене місце товар стандартної кількості і якості за ціною, узгодженою в торговельній ямі чи кільці товарної біржі протягом часу, зазначеного у контракті.

Особливістю ф'ючерсного контракту є цілковита стандартизація всіх його параметрів, за винятком ціни, що встановлюється шляхом попиту та пропозиції.

Стандартизація ф'ючерсного контракту означає уніфікацію таких його умов, як споживча вартість товару, базисна якість і розмір доплат за відхилення від неї, умови і термін поставки, форма оплати, санкції за порушення умов контракту, порядок арбітражу тощо.

Кожний контракт представлений двома сторонами: покупцем і продавцем. Покупця ф'ючерсного контракту називають стороною, що має довгу позицію, а продавця – стороною, що має коротку позицію.

Операції за ф'ючерсними контрактами поділяють на відкриття і закриття або ліквідацію позиції. Початкова купівля або продаж ф'ючерсного контракту означає відкриття позиції для продавця чи покупця.

Для ліквідації зобов'язання за контрактом учасник угоди дає наказ брокеру щодо здійснення зворотної операції:

*власник довгої позиції* – наказ на продаж такого контракту;

*власник короткої позиції* – наказ на купівлю такого контракту.

Різниця у вартості контракту на момент його укладення і ліквідації становить або прибуток учасника, або збиток, що також списується з його рахунку.

Різниця у вартості контракту за довгою та короткою позицією визначається як різниця між ціною виконання угоди та поточною котировкою на терміновому ринку, помножена на кількість товару:

$$G=(P_1-P_0)*C, \quad (1)$$

де  $P_0$  - ціна виконання угоди;

$P_1$  - поточна котировка на терміновому ринку;

$C$  – кількість товару.

Обов'язковий елемент ринку – маржа.

Маржа – це сума грошей, яку повинні внести покупці і продавці ф'ючерсних контрактів у вигляді депозиту на свої рахунки з метою гарантування виконання контрактів.

У ф'ючерсній торгівлі існують два види маржі:

– початкова маржа – депозит, що вноситься при відкритті ф'ючерсної позиції;

– варіаційна маржа – переказ грошових коштів, що забезпечує відповідність вартості.

Початкова маржа, яка встановлюється у вартісному вираженні, зазвичай становить 2-10% від вартості ф'ючерсного контракту.

Якщо цінові зміни негативні щодо позиції клієнта, його початкова маржа зменшується. Тому всі біржі встановлюють варіаційну маржу, яка вноситься у розмірі, що відновлює суму грошей на рахунок до рівня початкової маржі. Більшість бірж встановлює варіаційну маржу на рівні 75% від початкової маржі.

Кожен день розрахункова палата після закінчення біржових торгів та визначення котировок виконує перерахунок рахунків клієнтів, де відображаються зміни у вартості відкритих позицій.

#### **7.4. Організаційні форми аукціонної торгівлі**

За своєю сутністю *аукціон* є публічним торгом, що поріднює його з товарною біржею. Але від біржі його відрізняють такі особливості: на аукціоні торгівля ведеться тільки наявним товаром; аукціонні товари відрізняються тим, що часто не підлягають стандартизації, у тому числі за параметрами якості; правила всіх аукціонів передбачають попереднє ознайомлення покупців або їх представників з виставленими на торг партиями приблизно однакових за якістю товарів (лотів).

*Міжнародні товарні аукціони* є спеціально організованими, періодично діючими у певних місцях ринками, на яких шляхом публічних торгів у заздалегідь обумовлений час і в спеціально призначеному місці здійснюється продаж попередньо оглянутих покупцем товарів, які переходять у власність покупця, що запропонував найвищу ціну.

Аукціони дають змогу створити відкриту конкуренцію, визначити ціну товару, швидко його реалізувати за вигідною для покупця ціною; дають можливість покупцеві самостійно перевірити якість товару; гарантують постачання товару, що вже наявний на складі аукціону.

Міжнародні аукціони можна класифікувати за такими ознаками: джерела отримання прибутку, функціональна спрямованість, форма організації торгівлі, час проведення, характер діяльності.

Аукціони, джерелом отримання прибутку яких є різниця в цінах, скуповують за свій рахунок у виробників товари, диктуючи, як правило, закупівельні ціни, і перепродують їх оптовим посередникам або безпосередньо споживачам. Інший тип аукціонів здійснює перепродаж

товарів незалежних від них виробників на комісійних засадах. Наприклад, всесвітньо відомий американський аукціон “СОТБІС” працює на комісійних, розмір яких залежить від суми угоди та типу товару. Так, для коштовностей склалась приблизно така залежність: якщо сума угоди коливається в межах від 120 тис. до 1,2 млн. швейцарських франків, то аукціон отримує 6% плюс компенсацію витрат, а якщо річ продана більше, ніж за 20 млн., то 2% суми угоди та компенсація половини витрат.

За функціональною спрямованістю переважаюча більшість аукціонів є суто торговими фірмами, які мають відповідні приміщення, обладнання, кваліфікований персонал.

Існують аукціони, що є торгово-виробничими фірмами. Вони мають також власне виробництво, що дає змогу завершити процес підготовки товару до продажу. Наприклад, вироблення скуплених у заготівельників хутряних шкурок.

Залежно від форми організації торгівлі аукціони поділяються на відкриті, з безпосередньою участю самих покупців, та закриті, в яких самі продавці і покупці не беруть участі, а їх доручення у межах визначених повноважень виконують брокери.

За часом проведення аукціони поділяються на регулярні (проводяться спеціальними аукціонними фірмами в одному й тому самому місці, у визначений час) та нерегулярні (проводяться, коли виникає необхідність продажу товару).

За характером діяльності розрізняють спеціалізовані, брокерсько-комісійні, аукціонні фірми, що належать кооперативам, союзам товаровиробників.

Спеціалізовані фірми організують аукціони і продаж на них аукціонних товарів як за свій рахунок, так і на умовах комісії. Брокерсько-комісійні фірми організують аукціони і продаж на них товарів на комісійних засадах за дорученням своїх клієнтів. Аукціонні фірми, що належать кооперативам або спілкам товаровиробників, поширені в Скандинавських країнах, у кожній з яких є по одній фірмі, що займає монопольне положення в аукціонній торгівлі, наприклад хутром своєї країни.

Відомі такі основні види аукціонів:

- *валютний*, об'єкт якого – обов'язкові валютні відрахування, що мають чи мали місце у певних країнах;
- *вексельний*, на якому відбувається розпродаж короткотермінових казначейських векселів;
- *груповий*, на якому замовлення накопичуються, а потім один-два рази протягом дня «викидаються» до торговельної зали, де продаються під контролем уповноваженого брокера або працівника фірми. Цей аукціон ще має назву «залпового»;
- *подвійний* – торги, де між собою конкурують як продавці, так і покупці, ціна встановлюється в результаті рівноваги попиту і пропозиції, коли кількість продавців при ціні, що склалася на аукціоні, дорівнює кількості покупців;

- *закритий*, на якому всі покупці пропонують ціни одночасно (як правило, письмово), товар купує той з них, хто запропонував найвищу ціну;
- *золотий*, об'єктом продажу якого є золото;
- *англійський (класичний)*, на якому товар продається покупцеві, що запропонував найвищу ціну;
- *голландський*, що проводиться з благодійною метою. Стартова ціна знижується доти, доки найщедріший продавець-меценат не дасть згоди на мінімальну ціну оголошеного лота.

Основним предметом торгу на міжнародних аукціонах є хутрянні товари (у вигляді сировини та перероблених товарів), немита вовна, чай, тютюн, овочі, фрукти, квіти, риба, тропічні плоди лісу, прянощі, антикваріат, витвори мистецтва та інше. Через міжнародні аукціони в США і Канаді реалізується понад 70% усього хутра, що продається цими країнами, в Данії – 90%, у Швеції і Норвегії – приблизно 95%. Через міжнародні аукціони реалізується приблизно 70% чаю, що продається на світовому ринку, 90–95% немитої вовни, що експортується Австралією і Новою Зеландією.

Основні центри аукціонної торгівлі наведені в табл. 7.2.

Для аукціонної торгівлі чаєм характерне її переміщення у міста виробництва цього товару. Індія через аукціони в Калькутті і Кочіне продає близько 70% усього чаю, що експортується, а через аукціони в Лондоні – 30%. Шрі-Ланка приблизно 70% чаю, що вивозиться, продає через аукціони в Коломбо, а 30% – через Лондонський аукціон.

Найбільш відомим є чайний аукціон у Сінгапурі, в якому беруть участь фірми із США, Японії, Австралії.

Всесвітньо визнаними є такі аукціонні фірми, як «СОТБІС» (Нью-Йорк, США) та «Крістіс» (Лондон, Великобританія), які спеціалізуються на продажу антикваріату, художніх цінностей і виробів з дорогоцінних металів.

«СОТБІС» заснований у 1844 р. торговцем Самуелем Бейкером, який вирішив зробити ставку на продаж з аукціону бібліотек після смерті їх власників. Майже 200 років фірмі не було рівних у цьому бізнесі. Щорічно вона організовує до 500 аукціонів за 70 напрямками і продає понад 250 тис. предметів. Тут і вироби образотворчого мистецтва, книги, рукописи, музичні інструменти, поштові марки, ювелірні вироби, стартові монети, фарфор, антикварні меблі, медалі, зброя, колекційні вази, земельна і нерухома власність.

Таблиця 7.2

**Перелік головних центрів аукціонної торгівлі окремими видами товарів**

<b>Вид товару</b>	<b>Центри міжнародної аукціонної торгівлі</b>
1. Хутро і хутряна сировина, в т. ч. норка	Нью-Йорк, Монреаль, Лондон, Копенгаген, Осло, Стокгольм, Санкт-Петербург
– каракуль	Лондон (південно-африк. каракуль), Санкт-Петербург
– лисиця, соболь, ондатра, білка, горностаї, нерпа	Санкт-Петербург

– блакитний песець	Копенгаген, Осло, Лондон
– кролик	Лондон
2. Немита вовна	Лондон, Ліверпуль, Кейптаун, Мельбурн, Сідней (Австралія), Веллінгтон (Нова Зеландія). У цих центрах реалізується 75–80% від світового продажу
3. Чай	Калькутта і Кочин (чай з Індії); Лондон (з Індії, Індонезії, Шрі-Ланки); Коломбо (зі Шрі-Ланки); Гамбург, Антверпен; Найробі (Кенія) і Малаві (з Танзанії, Уганди, Конго, Маврикію, Родезію, Мозамбіку); Сінгапур
4. Тютюн	Нью-Йорк, Амстердам, Бремен, Лусака (Замбія), Лімба (Малаві)
5. Квіти	Амстердам
6. Овочі та фрукти	Антверпен, Амстердам
7. Риба	США, порти західноєвропейських країн (крім Норвегії й Ісландії)
8. Коні	Довіль (Франція), Лондон, Москва
9. Килими	Ташкент
10. Предмети мистецтва, антикваріат	США, Лондон

У 30 країнах п'яти континентів знаходяться понад 60 офісів та аукціонних залів фірми. Сьогодні фірма розширює операції у Німеччині, Ізраїлі, Австрії, відкрито представництва в Сеулі і на Тайвані, проведено перший міжнародний аукціон у Москві.

«КРІСТІС» – головний конкурент «СОТБІС». Він контролює майже 41% цього ринку («СОТБІС» – 50%). В останні роки на цьому ринку активізувалась діяльність японських бізнесменів, які дебютували в 1990 р. на художньому аукціоні фірми «Сінва», а через рік з'явився щомісячний комп'ютеризований аукціон «Амонте».

Поява і розвиток аукціонної торгівлі були пов'язані з перевагами, які отримували як продавці, так і покупці товару: можливість швидко реалізувати значну кількість товару, особливо з обмеженими термінами зберігання; висока вірогідність продажу товару за найвигіднішою ціною завдяки присутності великої кількості покупців і створенню умов конкуренції; можливість (для покупця) самостійно перевірити якість товару; забезпечення гарантії поставки товару через те, що він уже перебуває на складі аукціону.

У сучасній міжнародній торгівлі спостерігається тенденція до падіння ролі аукціонів, в основному через:

- 1) динамічний розвиток прямих зв'язків між експортерами та імпортерами без використання посередницької ланки;
- 2) розширення товарних поставок рівномірнішої та гарантованішої якості, збільшення обсягів продажу товарів на основі окремих договорів;
- 3) зростання торгівлі на основі типових контрактів, розроблених асоціаціями торговців і вдосконалення механізму комерційного арбітражу;



4) додаткові витрати, пов'язані з розвантаженням, зберіганням, відправкою товару тощо;

5) розвиток світової транспортної мережі і засобів зв'язку, що зумовив зростання визначеності термінів поставки.

У зв'язку з цим сьогодні аукціони відіграють провідну роль у міжнародній торгівлі тільки такими товарами, як чай (майже 70% продажів на світовому ринку), хутро (приблизно 80%), вовна (майже 50%). Велике значення аукціони зберігають і для таких товарів, як квіти, овочі, фрукти, тютюн, риба, худоба.

## **7.5. Тенденції розвитку міжнародної тендерної торгівлі**

*Міжнародний тендер* є методом міжнародної торгівлі, сутність якого полягає у конкурентному відборі постачальників і підрядчиків через організований товарний ринок шляхом залучення до певної, заздалегідь встановленої дати пропозицій від закордонних і національних постачальників та підрядчиків, проведення конкурсу (порівняння) представлених проектів (умов) та укладання контракту з тим з них, пропозиції якого найповніше задовольняють потреби і вимоги імпортерів-замовників.

Термін «тендер» походить від англійського tender – офіційна пропозиція, замовлення на підряд та to tender – продавати замовлення (заявку) на участь у торгах. Посередником між покупцем і продавцем у цьому методі торгівлі є тендерний комітет, який утворюється імпортером. Основною функцією його є організація надходження замовлень на участь у торгах та робота з ними.

Торги дають змогу зосередити в одному місці велику кількість постачальників, підрядчиків, забезпечуючи максимальну конкуренцію. Як метод закупівель тендери найчастіше використовуються країнами, що розвиваються. На їх частку припадає від 20 до 40% усіх імпортованих товарів, завезених державними організаціями, і близько 80% загальної кількості проведених у світі торгів на машини й устаткування. Це пов'язано з тим, що в більшості країн, котрі розвиваються, відсутній досвід укладення великих міжнародних контрактів; чинне законодавство зобов'язує імпортерів закуповувати устаткування, вартість якого перевищує визначену суму, тільки через торги; відсутні необхідні технічні знання і кваліфікація для самостійного вирішення техніко-технологічних проблем.

Міжнародні торги організовуються переважно державними організаціями (міністерствами, закупівельними організаціями), муніципальними органами, іноді великими приватними фірмами, що забезпечує їм певні вигоди: немає необхідності створювати власний зовнішньоторговельний апарат, займатися регулярною комерційною і маркетинговою діяльністю; мають можливість залучати до торгів великі фінансові фірми, оскільки за право участі в торгах необхідно вносити застави в сумі 1–3% від вартості передбачуваної угоди.

Найпоширенішими об'єктами тендерів у міжнародній торгівлі є: підряди на спорудження підприємств, будівель і споруд виробничого та невиробничого призначення, виконання комплексів будівельних і монтажних робіт та їх окремих видів; виконання комплексу пусконаладжувальних робіт; постачання комплектного обладнання; проекти на основі підприємств з іноземними інвестиціями; надання державних кредитів; розробка проектів і виконання робіт у сфері природоохоронної діяльності тощо.

Міжнародні тендери розрізняють за такими критеріями: національний склад учасників (за участю тільки закордонних фірм; за участю закордонних і національних фірм); мета організаторів (реальні, процесуальні); юридичний статус учасників (за участю тільки юридичних осіб, за участю лише консорціумів, змішані); предмет торгівлі (на поставку товарів, на виконання підрядних робіт, комбіновані); свобода доступу до участі в тендері (відкриті, закриті, з попередньою кваліфікацією); фінансові умови (з пропозицією ціни, зі знижкою, на кредитній основі, на компенсаційній основі, на основі концесій); відкритість інформації щодо учасників і переможців (гласні, негласні); глибина поділу праці при виконанні замовлення (первинні; вторинні; третинні).

Міжнародні тендери виконують такі **основні функції**:

1) *торговельну* (як метод реалізації товарів та отримання замовлень для експортерів і відповідно метод закупівлі продукції та розміщення підрядів для імпортера-організатора тендеру);

2) *науково-технічну* (як процес, що сприяє відбору найпрогресивніших техніко-технологічних рішень конкретних проблем і сучасного високотехнологічного обладнання);

3) *цінову* (як механізм пошуку відповідності між ціною та рівнем вартості проекту чи партії товару та інструмент мінімізації їх кінцевої (контрактної) ціни);

4) *фінансову* (як механізм оптимізації витрат на реалізацію проекту чи закупівлю товарів не тільки за допомогою ціни, а й шляхом отримання кредитів і раціоналізації системи розрахунків);

5) *маркетингову* (як можливість вибору найкращого партнера, адаптації ціни до власних можливостей і впливу на ефективність каналів надходження товарів (послуг) у країну – з одного боку, і можливість створення позитивного іміджу країни та відповідного замовника (імпортера), як серйозного та надійного партнера – з іншого);

6) *регулятивну* (як інструмент впливу на обсяги, динаміку, ціни та національні походження імпорту).

Динамізація конкурентного середовища, зростаюча складність предметів торгівлі, загальна тенденція до глобалізації світових товарних ринків зумовили формування таких тенденцій у практиці проведення міжнародних тендерів: збільшення кількості фірм-учасниць торгів, зростання кількості торгів на нові види машин, обладнання, техніки та послуг, загальне збільшення кількості торгів на будівництво комплексних об'єктів; переорієнтація пріоритетів з цінових чинників конкуренції на техніко-

економічні показники і пільговість умов фінансування; поширення торгів на інженерно-консультаційні послуги; поширення практики проведення торгів з розбивкою об'єктів на частини для виявлення вузькоспеціалізованих фірм-учасниць, розвиток багатостороннього співробітництва з будівництва об'єктів, поширення участі в торгах місцевих фірм країн-замовниць.

Крім того, останнім часом у практиці міжнародних тендерів спостерігається тенденція до розширення прав організаторів торгів і тендерних комітетів, які доповнюють зусилля держави зі стимулювання національного виробництва шляхом залучення місцевих фірм до виконання тендерних замовлень.

## **7.6. Типізація міжнародних виставок/ярмарків**

Традиція проведення виставок і ярмарків з'явилась ще багато століть тому, коли у великих торговельних центрах Близького Сходу місцеві ярмарки супроводжували великі релігійні свята. У першій половині XII ст. спостерігається розквіт ярмарків у районі Кампанії, пізніше їх проведення розповсюджується у Франції, Швейцарії, Англії та інших країнах.

Причиною появи ярмарків стало те, що виробники почали обмін результатами своєї діяльності і одразу з'явилась необхідність привернення уваги до пропонованих товарів. Явище торговельних виставок та ярмарків виходить з необхідності зустрічі попиту та пропозиції.

**Виставка** – це публічна демонстрація досягнень у певній галузі економіки, техніки, науки, культури, призначених для задоволення потреб людини.

**Ярмарок** – це періодично діючий ринок, що дає змогу його учасникам-експонентам виставляти зразки свого виробництва, демонструвати нові досягнення і технічні вдосконалення з метою укладання прямих торговельних угод.

Однією з найголовніших функцій ярмарку є організація контактів між потенціальними експортерами та імпортерами.

На відміну від контрактів, укладених на міжнародних біржах й аукціонах, контракти, укладені на міжнародних ярмарках, не мають специфічних особливостей, їх зміст визначається продавцями і покупцями самостійно.

Окрім контактної, іншою важливою функцією ярмарків є реклама. Схожі функції виконують і виставки.

Спільними рисами виставок і ярмарків є те, що вони організуються фізичними та юридичними особами, мають обмежену тривалість, діють періодично в постійних або заздалегідь визначених місцях, призначені для великої кількості експонентів і відвідувачів та є організованими товарними ринками.

*Відмінності між виставками та ярмарками у такому:*

1) основним призначенням виставки є демонстрація досягнень, а ярмарку – укладання торговельних угод;

2) головною метою ярмарку є укладання прямих торговельних угод по зразках продукції, а виставки – розповсюдження інформації з кінцевою метою стимулювання продажів за зразками;

3) звичайною практикою міжнародних виставок є здійснення продажів кінцевим споживачам, а ярмарків – здійснення продажів тільки проміжним ланкам (промисловість, оптова та роздрібна мережа).

В останні десятиріччя інститут виставок та ярмарків поступово трансформувався із засобу презентації товару та демонстрації його асортименту за допомогою примірників і зразків з метою безпосереднього продажу у засіб глобальної комунікації. Сучасні міжнародні виставки/ярмарки слід розглядати як ефективний симбіоз інструментів маркетингу та методу міжнародної торгівлі.

*Сукупність різновидів виставок/ярмарків можна типізувати за такими критеріями:* місце проведення (місцеві, зарубіжні); радіус дії (регіональні, міжрегіональні, всесвітні); постійність місця проведення (постійні, змінні, пересувні); частота проведення (періодичні, постійно діючі); широта номенклатури демонстрації/продажу (універсальні, багатогалузеві, галузеві, спеціалізовані); предметом демонстрації/продажу (споживчі товари, товари виробничо-технічного призначення), інші.

Виставка вважається міжнародною, якщо в ній 10–15% експонентів є представниками іноземних держав.

Номенклатура товарів, що демонструється на міжнародних виставках/ярмарках, майже не обмежена – від аерокосмічних салонів у Ле-Бурже (Франція) до «Консумекспо» в Москві. Фахівці вважають, що всі товари та послуги, які реалізуються на всесвітньому ринку, можуть бути представлені науково або у вигляді макетів чи інформаційного опису на міжнародних виставках/ярмарках.

На сьогодні провідними та найбільшими є такі ярмарки і виставкові центри: Лейпцизький, Мюнхенський та Берлінський ярмарки (Німеччина), Міланський ярмарок (Італія); ярмаркові компанії «Рід» і «Бленхейм» (Великобританія), Мадридський ярмарок (Іспанія), ярмарковий центр країн Бенілюксу Утрехт (Нідерланди), Копенгагенський виставковий центр «Белла-сентрет» (Скандинавія).

У цілому на частку Німеччини, Англії, США, Франції й Італії припадає близько 70% усіх проведених міжнародних виставок та ярмарків.

Зростає значення міжнародних виставок/ярмарків у країнах, що розвиваються (Сирія, Лівія, Гана, Марокко, Чилі).



## **Контрольні запитання**

1. Охарактеризуйте методи міжнародної торгівлі.
2. У чому полягають переваги та недоліки прямої торгівлі?
3. Охарактеризуйте типи непрямой торгівлі.
4. У чому полягає сутність організованого товарного ринку та які риси йому властиві?
5. Як можна класифікувати організовані товарні ринки?
6. Розкрийте особливості торговельно-посередницьких операцій.
7. Назвіть види торговельно-посередницьких операцій у міжнародній торгівлі.
8. Вкажіть особливості операцій з перепродажу.
9. Розкрийте сутність комісійних операцій.
10. Що таке агентська та брокерська операції, у чому їх відмінності?
11. На які типи поділяються торговельно-посередницькі фірми? Охарактеризуйте їх.
12. Які види методів розрахунку і виплати винагороди посередникам практикуються у міжнародній торгівлі?
13. Розкрийте сутність і функції міжнародних товарних бірж, їх основні тенденції розвитку.
14. За якими ознаками можна класифікувати міжнародні товарні біржі?
15. Визначте сутність міжнародної аукціонної торгівлі.
16. Які є основні види аукціонів?
17. Назвіть основні міжнародні центри аукціонної торгівлі.
18. Охарактеризуйте особливості міжнародної тендерної торгівлі, класифікацію та основні функції тендерів.
19. Розкрийте сутність міжнародних виставок і міжнародних ярмарків. Вкажіть їх спільні риси та відмінності.
20. Назвіть найбільші виставкові центри світу.

## **СЕМІНАРСЬКЕ ЗАНЯТТЯ**

### ***Тема 7. Методи організації зовнішньоторговельної діяльності***

#### **Ключові терміни**

**Метод міжнародної торгівлі** – це організаційна форма та порядок здійснення зовнішньоторговельної операції

**Прямий метод** утворюють ті форми торгівлі, що реалізуються самими компаніями та підприємствами, які мають достатній рівень фінансових

активів для створення й утримання власного зовнішньоторговельного апарату, що складається зі спеціалізованих служб та органів, виконуючих організаційні, кредитно-розрахункові, транспортні, рекламні, аналітичні та інші функції.

**Непрямий метод** включає торгівлю через посередників (торговельні компанії та інші посередницькі фірми); торгівлю через організовані товарні ринки, тобто через міжнародні товарні біржі, тендери (торги), аукціони та виставки/ярмарки.

**Транзитна торгівля** передбачає поставку товару не безпосередньо між експортером та імпортером у країні, що виробляє товар, або в країні, що купує товар, а через транзитного торговця у третій країні, то така торгівля називається.

**Організований ринок** – це ринок, який функціонує за попередньо встановленими правилами, що записані в тих чи інших нормативних актах.

**Торговельно-посередницькі операції** – це операції, пов'язані з купівлею-продажем товарів, що виконуються за дорученням виробника-експортера незалежним від нього торговим посередником на основі укладеної між ними угоди чи окремого доручення.

**Товарна біржа** – особливий вид постійно діючого ринку, на якому здійснюються угоди з купівлі-продажу масових, сировинних і продовольчих товарів, що мають спільні родові ознаки, якісно однорідні та взаємозамінні..

**Міжнародні товарні аукціони** є спеціально організованими, періодично діючими у певних місцях ринками, на яких шляхом публічних торгів у заздалегідь обумовлений час і в спеціально призначеному місці здійснюється продаж попередньо оглянутих покупцем товарів, які переходять у власність покупця, що запропонував найвищу ціну.

**Міжнародний тендер** є методом міжнародної торгівлі, сутність якого полягає у конкурентному відборі постачальників і підрядчиків через організований товарний ринок шляхом залучення до певної, заздалегідь встановленої дати пропозицій від закордонних і національних постачальників та підрядчиків, проведення конкурсу (порівняння) представлених проектів (умов) та укладання контракту з тим з них, пропозиції якого найповніше задовольняють потреби і вимоги імпортерів-замовників.

**Виставка** – це публічна демонстрація досягнень у певній галузі економіки, техніки, науки, культури, призначених для задоволення потреб людини.

**Ярмарок** – це періодично діючий ринок, що дає змогу його учасникам-експонентам виставляти зразки свого виробництва, демонструвати нові досягнення і технічні вдосконалення з метою укладання прямих торговельних угод.



## Питання для опрацювання:

- 7.1. Систематизація методів міжнародної торгівлі.
- 7.2. Торгівля через торговельно-посередницькі фірми.
- 7.3. Сутність і функції міжнародних товарних бірж.
- 7.4. Організаційні форми аукціонної торгівлі.
- 7.5. Тенденції розвитку міжнародної тендерної торгівлі.
- 7.6. Типізація міжнародних виставок/ярмарків.



## Обов'язкові та додаткові завдання

### Завдання 1.

Ф'ючерсний контракт на кукурудзу (одиниця контракту 5000 бушелів).

Ціна виконання 1,8 умовних одиниць (у.о.)/ буш.

Початкова маржа 450 у.о. за контракт (5% вартості контракту).

Кількість контракту –1.

Варіаційна маржа 337,5 у.о за контракт ( 75% вартості контракту).

Розрахуйте рахунок клієнту і запишіть отримані результати у таблицю.

Дата	Продавець			Котирування у.о/буш	Покупець		
	Маржа, у.о	Рахунок, у.о.	+ -		Маржа, у.о	Рахунок, у.о.	+ -
05.07							
06.07							
08.07							
09.07							
10.07							

### Завдання 2.

Розрахуйте стан рахунків клієнтів за контрактами на кукурудзу (одиниця контракту – 5000 бушелів). Початкова маржа складає 10% вартості контракту, варіаційна маржа – 75% від початкової маржі ( табл. 3).

Таблиця 3- Дані для розрахунку

Дата	Продавець		Котирування, у.о/ буш	Покупець	
	Маржа, у.о.	Рахунок, у.о.		Маржа, у.о.	Рахунок, у.о.
05.05			1,32		
06.05			1,37		
07.05			1,41		
08.05			1,35		
09.05			1,33		

### Завдання 3.

Вартість ф'ючерсного контракту 100 у.о. Маржа складає: 1) 10 у.о.; 2) 50 у.о.; 3) 100 у.о. Яку рентабельність дасть 10%-ний приріст вартості ф'ючерсного контракту?

### Завдання.

Визначити прибуток або збиток для торговця, який має довгу позицію за контрактом на соєву олію, якщо ціни зросли на 0.05 у.о./ фунт. Одиниця контракту – 60 000 фунтів.



### **Тестові завдання.**

1. *Метод міжнародної торгівлі – це:*

- а) правова форма, що відображає міжнародні комерційні операції;
- б) організаційна форма та порядок здійснення зовнішньоторговельної операції;
- в) дії, спрямовані на організацію, проведення і регулювання процесу обміну товарами, послугами та результатами творчої діяльності між двома або кількома контрагентами різної національної належності.

2. *Перевагами прямого методу торгівлі є:*

- а) безпосередній контакт зі споживачами;
- б) економія фінансових ресурсів;
- в) можливість перевірки товару на складі імпортера.

3. *Операції, за якими експортер і торговий посередник підписують договір про продаж товарів на певній території та на конкретний термін з глибокою деталізацією усіх інших аспектів угоди, – це операції:*

- а) дилерів;
- б) брокерів;
- в) комісіонерів;
- г) дистриб'юторів.

4. *Операції, що здійснюються професійними посередниками, які сприяють укладенню угод між заінтересованими сторонами – клієнтами, – це:*

- а) агентські операції;
- б) брокерські операції;
- в) комісійні операції.

5. *Комісійні операції здійснюються торговими посередниками:*

- а) від свого імені та за свій рахунок;
- б) від свого імені, але за рахунок продавця чи покупця;
- в) від імені та за рахунок продавця чи покупця.

6. *Торгові фірми, які закупають товари за свій рахунок на внутрішньому ринку з метою їх перепродажу від свого імені за кордон, – це:*

- а) оптові фірми;
- б) торгові дома;



- в) роздрібні фірми;
- г) експортні фірми;
- д) імпорتنі фірми.

7. *Метод міжнародної торгівлі щодо надання замовлень на постачання товарів і підрядів на виконання робіт, який передбачає залучення пропозицій декількох постачальників (підрядчиків) з метою забезпечення найвигідніших комерційних та інших умов угоди для організаторів торгів, – це:*

- а) міжнародний аукціон;
- б) міжнародний ярмарок;
- в) міжнародний тендер;
- г) міжнародна товарна біржа.

8. *Міжнародні товарні біржі – це:*

- а) епізодичні роздрібні ринки однорідних товарів;
- б) постійні роздрібні ринки однорідних товарів;
- в) постійно діючі оптові ринки однорідних товарів;
- г) постійні оптові ринки різних товарів.

9. *Функціями біржі як організованого товарного ринку є:*

- а) торговельна;
- б) регулювання оптового товарообігу;
- в) формування ринкових цін;
- г) маркетингова;
- д) інформативна;
- е) посередницька.

10. *Для аукціонної торгівлі характерні такі особливості:*

- а) торгівля ведеться тільки наявним товаром;
- б) товар зазвичай відсутній;
- в) обов'язковим є попередній огляд товарів;
- г) покупець одержує варант;
- д) добровільна форма торгівлі, що має публічний характер;
- е) торгівля фінансовими інструментами.

11. *Основними об'єктами торгівлі на міжнародних аукціонах є:*

- а) зернові культури;
- б) хутряні товари;
- в) чай;
- г) немита вовна;
- д) дорогоцінні метали;
- е) м'ясо та живі тварини.

12. *Міжнародні тендери виконують такі основні функції:*

- а) науково-технічну;
- б) аналітичну;
- в) цінову;
- г) фінансову;
- д) інформативну.

13. *Найбільші виставкові центри світу сформувалися у:*

- а) Канаді;

- б) США;
- в) Франції;
- г) Іспанії;
- д) Італії;
- е) Німеччині;
- є) усі відповіді правильні.

14. *Спільними рисами виставок та ярмарків є:*

- а) організовуються фізичними та юридичними особами;
- б) мають необмежену тривалість;
- в) діють періодично;
- г) призначені для невеликої кількості експортерів;
- д) вони є неорганізованими товарними ринками;
- е) діють у постійних або заздалегідь визначених місцях.

15. *Серед перелічених ознак вкажіть, які характеризують виставку, а які – ярмарок:*

- а) укладання прямих торговельних угод по зразках продукції;
- б) здійснення продажів кінцевим споживачам;
- в) демонстрація досягнень;
- г) розповсюдження інформації з кінцевою метою стимулювання продажів за зразками;
- д) здійснення продажів тільки проміжним ланкам.



## **Завдання для самостійної роботи**

### **1. Самостійно опрацювати наступні питання.**

- 1.1. Зміст та стадії проведення міжнародного аукціону.
- 1.2. Особливості механізму проведення міжнародного тендеру.

### **2. Підготувати реферат на тему:**

- 2.1. Основні тенденції розвитку міжнародних товарних бірж.
- 2.2. Найбільші виставкові центри світу, особливості їх функціонування.
- 2.3. Міжнародні організації з регулювання світової торгівлі та сприяння її розвитку.

## **Тема 8. Міжнародні економічні інститути, що регулюють світову торговельну політику**

### **8.1. Створення та сутність Світової організації торгівлі (системи ГАТТ/СОТ)**

Світоторговельні зв'язки – це доволі розгалужена система, яка регулюється спеціалізованими міжнародними економічними інститутами. Найважливішими серед них є: Світова організація торгівлі (СОТ), Конференція Організації Об'єднаних Націй з торгівлі й розвитку (ЮНКТАД), Міжнародний торговельний центр (МТЦ), Комісія Організації Об'єднаних Націй з прав міжнародної торгівлі (ЮНСІТРАЛ), Міжнародні організації з урегулювання світових товарних ринків.

Основною у системі організації з регулювання та сприяння розвитку міжнародної торгівлі є Світова організація торгівлі (система ГАТТ / СОТ), яка має тривалу історію створення. Перед початком Першої світової війни міжнародна торгівля досягла значних обсягів. Розвиток торговельних зв'язків полегшувався у той період стабільністю валют і свободою руху капіталів та робочої сили, тому нагальної необхідності в створенні міжнародної організації з торгівлі не було. Світова війна все зруйнувала. Заходи суворої регламентації міжнародної торгівлі, введені в ході війни, продовжували зберігатися і після її закінчення. З 1919 по 1939 рр. було багато спроб створити механізм регулювання і розвитку міжнародної торгівлі.

Уже в 1920 р. у Брюсселі під егідою Ліги Націй відбулась фінансова конференція представників 30 країн. Стосовно міжнародної торгівлі було висловлено побажання щодо поступового переходу до принципів вільної торгівлі.

Друга міжнародна конференція з економічних питань проходила в Генуї у 1922 р. Конференція прийняла низку резолюцій щодо розвитку міжнародної торгівлі та її більшої регульованості і прогнозованості.

У 1927 р. в Женеві відбулася Третя велика економічна конференція, на якій 50 країн представляли 200 делегатів і 150 експертів. Результатами цієї конференції було підписання через декілька місяців Конвенції, у якій країни брали на себе зобов'язання в шестимісячний термін зняти всі заборони і обмеження на імпорт та експорт і не замінювати їх жодними подібними заходами. Але ця Конвенція не була ратифікована більшістю країн.

Позитивні результати згаданих міжнародних конференцій виявилися незначними, та саме в цей період було закладено основу сучасного правового базису міжнародної торгівлі. Здійснювані між двома світовими війнами спроби лібералізації торгівлі не мали великого значення, але після Другої світової війни всі питання, які обговорювалися раніше, знову опинилися в центрі уваги.

На конференції в Бреттон-Вудсі (липень 1944 р.) були створені дві організації – Міжнародний валютний фонд і Міжнародний банк реконструкції і розвитку, а заключний акт форуму містив рекомендації державам щодо створення світової торговельної організації з метою регулювання міжнародних торговельно-економічних відносин. Відомі дві спроби заснування такої організації: розробка Гаванського статуту (конференція у Гавані) і створення ГАТТ (конференції у Лондоні та Женеві).

Щодо Гаванського статуту, то хоча у березні 1948 р. в Гавані на Конференції ООН з проблем торгівлі та зайнятості статут Міжнародної організації торгівлі був затверджений, у подальшому його ратифікація деякими національними законодавчими органами виявилася неможливою: статут ратифікували лише дві країни, а самі США відмовилися від свого проекту. Ця спроба виявилася невдалою – організація фактично припинила існування, так і не розпочавши своєї діяльності.

За пропозицією США в жовтні 1946 р. у Лондоні Економічною і Соціальною Радою ООН була скликана конференція для вивчення американського проекту статуту Міжнародної торговельної організації. У Лондоні був розроблений проект організації, який потім обговорювався на конференції у Женеві (серпень 1947 р.). У роботі цих форумів брали участь лише 18 держав. Женевська конференція розглядала дві проблеми: по-перше, статут міжнародної організації, який пізніше в листопаді 1947 р. знову обговорювався на Гаванській конференції, по-друге, питання митних тарифів і домовленості щодо їх скорочення. Остання проблема була включена до порядку денного нової конференції, яка почала роботу також у Женеві 20 жовтня 1947 р. Саме на цій конференції представниками 23 держав була розроблена угода – Генеральна угода про тарифи і торгівлю.

Вона набула чинності з 1 січня 1948 р. Згадані 23 країни стали членами – засновниками ГАТТ (офіційно сторонами-учасницями), яка організаційно почала діяти як постійна конференція держав-членів. Сторона, що підписала ГАТТ, стала відома як договірна сторона, хоча офіційно ГАТТ не була організацією.

ГАТТ – багатостороння угода, яка закріпила принципи, правові норми, правила ведення та державного регулювання взаємної торгівлі країн-учасниць. ГАТТ була однією з найбільших міжнародних економічних організацій, сфера діяльності якої охоплювала 94% обсягу світової торгівлі [16, с.568].

Правовий механізм ГАТТ базувався на низці принципів та норм:

- недискримінація у торгівлі, що забезпечувалась взаємним наданням, з одного боку, режиму найбільшого сприяння стосовно експортних, імпорتنих та транзитних операцій і пов'язаних з ними митних зборів, а з іншого – національного режиму, який прирівнює у правах товари імпортного та вітчизняного виробництва щодо внутрішніх податків і зборів, а також правил, які регулюють внутрішню торгівлю;
- взаємне надання сторонами, що домовляються, тих прав, переваг та пільг, якими користується (чи буде користуватися) у них будь-яка третя

держава, тобто надання режиму найбільшого сприяння. Цей принцип поширювався на ввіз та вивіз товарів, митні збори, промисловість, мореплавство, правове становище юридичних і фізичних осіб;

- використання переважно митних засобів захисту національного ринку, усунення імпорتنих квот та інших нетарифних обмежень;

- прогресивне зниження митних тарифів шляхом проведення багатосторонніх переговорів;

- надання преференційного режиму в торгівлі з країнами, що розвиваються;

- розв'язання виниклих торговельних спорів шляхом переговорів;

- взаємність у наданні торговельно-політичних поступок.

До 1992 р. кількість учасників ГАТТ зросло до 103 країн, на які припадало близько 9/10 світової торгівлі. Крім того, ще десь 30 країн у своїй торгівлі підтримують положення ГАТТ de facto. Отже, більше 130 країн підтримують торговельні правила ГАТТ.

З 1948 р. до 1994 рр. ГАТТ запроваджувала правила і відіграла провідну роль у світовій торгівлі, визначаючи принципи та правові норми, якими мають керуватися під час торговельних стосунків держави-учасниці. ГАТТ вела свою діяльність за допомогою багатосторонніх переговорів, які об'єднувалися у раунди. Від початку роботи ГАТТ було проведено 8 раундів переговорів. Ці раунди привели до десятикратного скорочення середнього митного збору. Після Другої світової війни він становив 40%, у середині 90-х років – близько 4%.

Більшість з них стосувались в основному зниження тарифів, але на останніх раундах почався процес перегляду, реінтерпритації або розширення статей самої Угоди.

Восьмий (Уругвайський) раунд торговельних переговорів виявився найконструктивнішим і багатостороннішим з усіх, які мали місце. Він стартував у 1986 р., а фінішував 15 грудня 1993 р. Уругвайський раунд завершився не тільки зниженням торговельних тарифів і новим етапом загальної лібералізації взаємного виходу країн-учасниць на ринки, а й включенням до системи ГАТТ нових секторів: торгівлі послугами, текстилем, сільгосппродукцією і товарами інтелектуальної власності, державних закупівель. Запроваджені важливі зміни до порядку здійснення торговельних субсидій, компенсаційних, захисних і антидемпінгових заходів, процедур застосування стандартів і сертифікації товарів, урегулювання торговельних суперечок, механізмів формування загальної торговельної політики. І нарешті найважливішим стало рішення про створення Світової організації торгівлі (СОТ).

Підсумки Уругвайського раунду підбили делегації 147 держав і понад 30 міжнародних організацій (у тому числі ООН, МВФ) під час світової конференції в Марракеті (Марокко), в ході якої 15 квітня 1994 р. була підписана угода про заснування Світової організації торгівлі.

З січня 1995 р. ГАТТ замінила Світова організація торгівлі (СОТ). Її членами-засновниками стали 82 країни. Уряди, що підписали ГАТТ, офіційно

визначалися як договірні сторони. Після підписання нових угод в межах СОТ (які включають і оновлену ГАТТ, відому як ГАТТ-1994), вони почали офіційно називатися членами СОТ. На кінець 1994 р. налічувалося 128 договірних сторін ГАТТ. До країн, які є договірними сторонами ГАТТ з початку її функціонування в 1948 р., належать Австралія, Бельгія, Бразилія, Канада, Куба, Франція, Індія, Люксембург, М'янма, Нідерланди, Нова Зеландія, Норвегія, Пакистан, Південноафриканська Республіка, Шрі Ланка, Велика Британія, США, Зімбабве. Більшість з цих 128 країн стали членами СОТ з 1 січня 1995 р. Деякі (зокрема Ангола, Бенін, Чад, Конго, Гренада, Нігерія, Катар) вступили до СОТ протягом 1996 – початку 1997 рр., що було пов'язано з узгодженням окремих положень вступу. Новими членами СОТ, тобто країнами, які не були договірними країнами ГАТТ, з 1995 р. стали Еквадор, Монголія, Панама, Болгарія, Киргизія, Латвія, Естонія, Йорданія, Грузія, Албанія, Оман, Хорватія, Литва, Молдова, Китай та окрема митна територія Тайвань ті ін., у томц числі Україна (16.05.2008) та Росія (22.08.2012). Сьогодні членами СОТ є 157 країн.

*Статус спостерігачів* у СОТ мають: Афганістан, Андорра, Азербайджан, Багами, Білорусь, Бутан, Боснія, Герцеговина, Ватикан, Іран, Ірак, Йемен, Казахстан, Комори, Лаос, Ліван, Сан-Толи і Принсіпі, Сербія, Сейшели, Судан, Сирія, Таджикистан, Узбекистан, Екваториальна Гвінея, Ефіопія.

За правилами СОТ країни-спостерігачі (крім Ватикану) мають протягом п'яти років з часу набуття статусу спостерігача розпочати переговорний процес щодо приєднання до СОТ. Згадані вище країни перебувають на різних стадіях приєднання до організації.

Незважаючи на формальну спадкоємність, СОТ за низкою параметрів відрізняється від ГАТТ. Так, на відміну від ГАТТ, СОТ не пов'язана з ООН. Крім того, специфічна юридична сутність СОТ визначає особливості вступу до неї.

**Світова організація торгівлі (World Trade Organization)** – законодавча й інституціональна основа міжнародної торгової системи, механізм багатостороннього узгодження і регулювання політики країн-членів у сфері торгівлі товарами та послугами, врегулювання торгових суперечок і розробки стандартної зовнішньоторговельної документації. Це система вироблених на багатосторонній основі міждержавних угод, спрямованих в остаточному підсумку на забезпечення доступу держав на ринки одна одної на двосторонній основі.

Окрім ГАТТ, що регулює міжнародну торгівлю товарами, СОТ охоплює ще низку угод:

- Генеральну угоду про торгівлю послугами;
- Угоду щодо торговельних аспектів прав інтелектуальної власності;
- пакет, пов'язаний з ГАТТ угод з питань митно-тарифних та нетарифних заходів регулювання зовнішньої торгівлі, захисних застережень, антидемпінгових процедур, про субсидії та компенсаційні заходи, про митну вартість, про технічні бар'єри в торгівлі тощо.

В ході першої конференції країн-членів СОТ на рівні міністрів (грудень 1996 р.) були сформульовані й інші проблеми, які розв'язуватиме СОТ. До них належать: скасування обмежень з боку США та ЄС на ввезення текстильних товарів з азійських країн, «регіоналізм», тобто активне поширення угод про преференційну торгівлю між групами країн; лібералізація ринку інформаційних технологій та фармацевтики; «прозорість» системи державних закупок; лібералізація ринку фінансових послуг; переміщення робочої сили, морського транспорту тощо.

Крім того, СОТ має вирішувати питання, поставлені ще на Уругвайському раунді ГАТТ: про охорону інтелектуальної власності, санітарний та фітосанітарний контроль, який також може стати перешкодою на шляху вільної торгівлі.

Створення СОТ фактично стало найбільшою реформою міжнародної торгівлі за період, що минув з кінця Другої світової війни, що реалізувала у сучасній формі спробу створення Міжнародної організації торгівлі (МОТ) у 1948 р. Цим було завершено формування основного комплексу універсальних договорів системи ГАТТ, що дає змогу говорити про створення нового глобального правового порядку в галузі торговельних, тарифних, митних, інвестиційних та інших сфер міжнародних економічних відносин, до якого держави-члени ГАТТ прагнули протягом останніх 50 років. Тобто з моменту створення СОТ та підписання комплексу угод і домовленостей у рамках Уругвайського раунду система ГАТТ/СОТ виступає у вигляді торговельно-економічної ООН, де угоди – це правова основа, а СОТ – інституційний механізм забезпечення дії цієї системи.

**Головною метою СОТ** є лібералізація міжнародної торгівлі, усунення дискримінаційних перешкод на шляху потоків товарів та послуг, вільний доступ до національних ринків і джерел сировини.

Вищим органом СОТ є Конференція міністрів, яка скликається щонайменше раз на два роки. В інші періоди керування здійснюється Генеральною Радою. Обидва органи складаються з представників усіх країн-членів. Крім цього, у структурі є: Ради, Комітети (створюються Конференцією міністрів), органи з урегулювання суперечок та огляду торговельної політики, Секретаріат. Зазначена структура (рис. 8.1) створена з метою виконання СОТ таких своїх функцій:

- 1) нагляд за станом світової торгівлі й надання консультацій з питань управління у галузі міжнародної торгівлі;
- 2) забезпечення механізмів улаштування міжнародних торговельних спорів;
- 3) розробка й прийняття світових стандартів торгівлі;
- 4) нагляд за торговельною політикою країн;
- 5) обговорення нагальних проблем міжнародної торгівлі.

Угоди СОТ, охоплюючи широке коло різноманітних видів діяльності, становлять юридичне підґрунтя для міжнародних торговельних операцій.



Рис. 8.1. Структура СОТ

Це – своєрідні контракти, згідно з якими уряди різних країн зобов'язуються проводити свою торговельну політику на взаємоузгодженій основі. Хоча ці документи обговорюються і підписуються на урядовому рівні, проте головна їх мета полягає у наданні допомоги постачальникам товарів і послуг, експортерам та імпортерам у здійсненні цивілізованої торгівлі. Вони поширюються на аграрну продукцію, текстиль і готовий одяг, банківську справу, телекомунікації, державні закупівлі, промислові стандарти, санітарні норми на харчові продукти, інтелектуальну власність. В основі цих документів лежить кілька базових засад, відповідно до яких торговельна система має бути:

- позбавленою будь-якої дискримінації – країна не повинна упереджено ставитися до тих чи інших торгових партнерів;
- передбачуваною – іноземні компанії, інвестори та уряди мусять мати впевненість, що торгові бар'єри не зводитимуться самовільно без узгодження з торговельними партнерами;
- відкритою для чесної конкуренції – шляхом знеохочення таких «нечесних» прийомів, як експортні субсидії та продаж товарів за демпінговими цінами з метою завоювання ринків збуту;
- сприятливою для слаборозвинутих країн – надаючи їм більше часу на пристосування до нових умов, можливості для перетворень і спеціальні пільги.



## **8.2. Фундаментальні принципи уніфікованих міжнародних правил товарної торгівлі**

Основою уніфікованих міжнародних правил торгівлі товарами є три фундаментальні принципи:

- недискримінації;
- взаємності, або еквівалентності;
- доступу до ринку.

Принцип недискримінації фактично формується двома положеннями: режимом найбільшого сприяння (РНС) та національним режимом.

Сутність режиму найбільшого сприяння викладена в Статті I ГАТТ «Загальний режим найбільшого сприяння». Він означає, що будь-яка перевага, сприяння, привілей чи імунітет, які надаються одній країні, повинні бути негайно або безумовно надані всім членам Світової організації торгівлі (СОТ). Тобто більш сприятливі умови, надані товару певної країни (незалежно від того, є країна членом СОТ чи ні) мають надаватися подібним продуктам усіх членів СОТ. Це положення стосується як імпорту, експорту, так і транзитних торговельних операцій. Режим найбільшого сприяння поширюється не лише на мита і митні збори при експорті та імпорті, а й на: міжнародні платежі за імпорт або експорт; методи стягнення мит, митних зборів і платежів; внутрішні податки та збори стосовно імпортованих товарів; митні процедури (правила і формальності щодо процесів імпорту та експорту товарів); закони, правила, норми, що регулюють умови реалізації імпортованих товарів на внутрішньому ринку; широкий спектр заходів нетарифного регулювання.

Зміст національного режиму розкриває Стаття III ГАТТ «Національний режим щодо внутрішнього оподаткування та регулювання».

Якщо режим найбільшого сприяння забороняє дискримінацію серед інших країн, то національний режим забороняє дискримінацію іноземних і національних товарів на внутрішньому ринку. Тобто товарам, імпортованим на територію країни за всіма встановленими митними процедурами і правилами, має надаватися режим не менш сприятливий, ніж режим, який надається аналогічним товарам національного походження, щодо всіх законів, правил та вимог, які стосуються внутрішнього продажу, пропозиції до продажу, купівлі, транспортування, розподілу чи використання товарів.

Однією з необхідних умов ефективного функціонування міжнародної торговельно-економічної системи є баланс між цілями національних торговельних політик країн-членів СОТ та вимогами багатосторонніх угод і зобов'язаннями за ними. З метою досягнення такого балансу як в документах ГАТТ, так і в наступних угодах СОТ були передбачені винятки з принципу недискримінації, що є проявом гнучкості як самих положень ГАТТ, так і прагнення членів організації щодо досягнення гармонійності між багатосторонніми торговельними правилами та цілями торговельних політик національних урядів.

Наприклад, у частині національного режиму принцип недискримінації має два обмеження. Він не застосовується стосовно системи державних закупівель, а також субсидій, що виплачуються тільки національним виробникам.

Крім того, у ГАТТ є винятки, що стосуються одночасно як режиму найбільшого сприяння, так і національного режиму. Зокрема надзвичайні дії щодо імпорту товарів застосовуються у разі, коли внаслідок непередбачених раніше обставин та впливу зобов'язань, узятих на себе країною, імпорт будь-якого товару на територію цієї країни збільшується в такій кількості та здійснюється на таких умовах, що це спричинює чи загрожує спричинити серйозну шкоду вітчизняним виробникам аналогічних або безпосередньо конкуруючих товарів на цій території.

Крім того, є ще загальні винятки, винятки з міркувань безпеки, винятки із загального скасування кількісних обмежень тощо.

Угода СОТ є різновидом позв'язаного контракту, згідно з яким члени багатосторонньої торговельної системи добровільно застосовують «договірну рівновагу», тобто еквівалентність прав і обов'язків, яка розглядається не лише як елемент недискримінації, а й метод задоволення взаємних інтересів.

Доступ до зарубіжних ринків є необхідною умовою збільшення обсягів експорту, диверсифікації товарної та регіональної структур, динамізації міжнародного торговельного обміну в цілому. Тому принцип доступу до ринку вважається фундаментальним у забезпеченні успішного функціонування міжнародної торговельно-економічної системи. Одним з найважливіших елементів у розширенні доступу до ринку є забезпечення прозорості, тобто наявності відповідної інформації, яка необхідна учасникам міжнародної торгівлі для прийняття рішення щодо виходу на ринок, розширення присутності чи скорочення операцій.

### **8.3. Процес вступу до Світової організації торгівлі (СОТ)**

Причин прагнення набуття членства в СОТ багато, і основними серед них є: поліпшення та забезпечення гарантованого доступу до основних експортних ринків; використання недискримінаційного торгового режиму та механізму для врегулювання торгових спорів СОТ; створення передбачуваного, прозорого середовища для залучення іноземних інвестицій.

Вступ до СОТ кожна країна здійснює на власних умовах, які визначаються в результаті переговорів між нею та членами СОТ. Цей процес регулюється статтею XII (Приєднання) Марракеської угоди про заснування Світової організації торгівлі. Проте у зазначеній статті не передбачено регламенту процедури набуття членства. Таку процедуру фактично було вироблено на основі досвіду вступу нових членів і вона включає такі основні етапи (рис. 8.2):

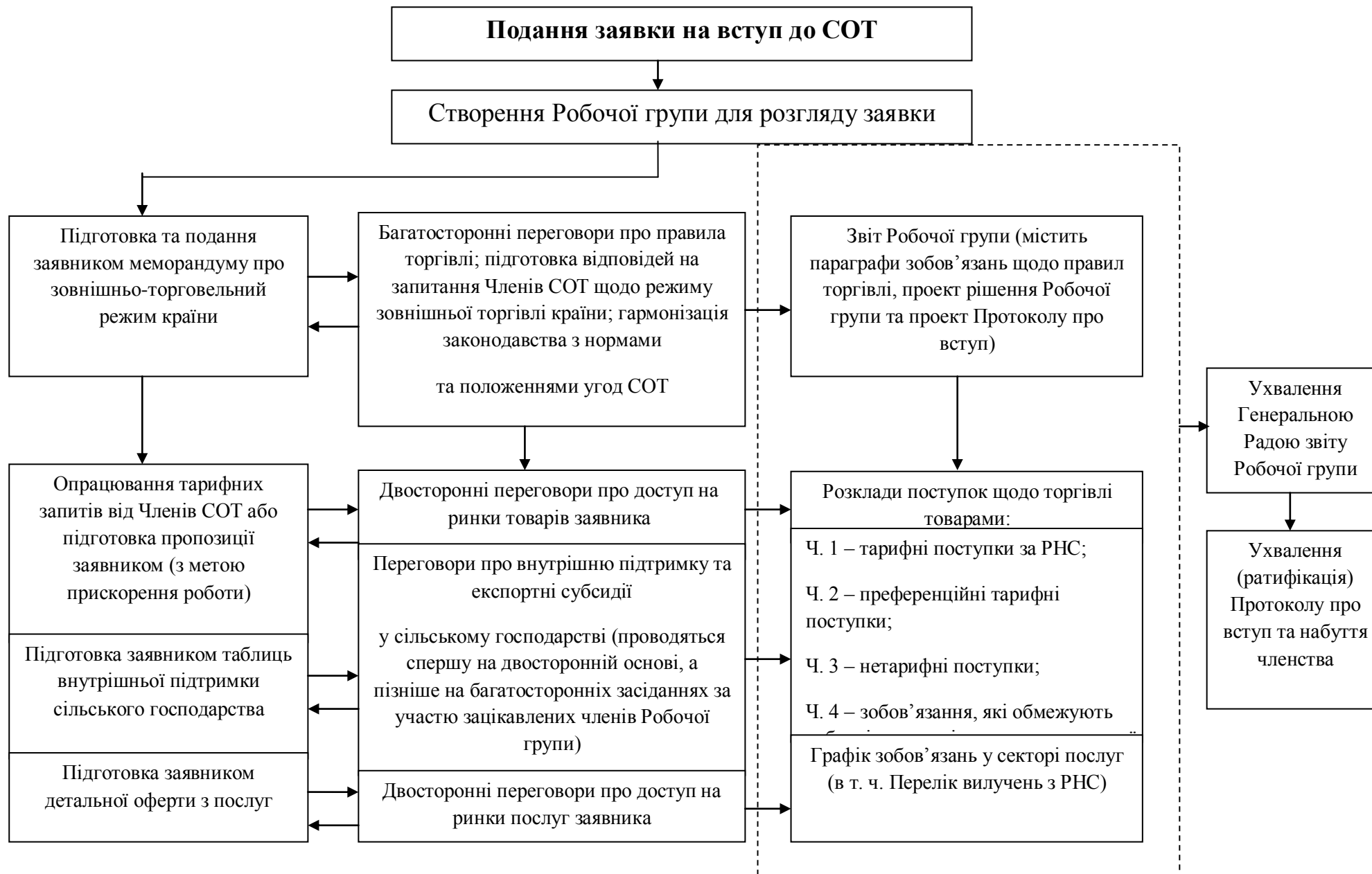


Рис. 8.2. Основні етапи процесу вступу до Світової організації торгівлі (СОТ).

- подання країною чи окремою митною територією заявки на вступ до СОТ;
- створення органами СОТ Робочої групи;
- підготовка та подання країною чи окремою митною територією (надалі заявником) меморандуму про зовнішньоторговельний режим країни;
- надання заявником відповідей на запитання членів СОТ щодо меморандуму;
- підготовка заявником проектів розкладів поступок стосовно товарів і послуг – основи для переговорів про доступ на ринки товарів та послуг з членами Робочої групи;
- проведення переговорів щодо умов вступу (зобов'язання заявника з правил торгівлі, доступу на ринки товарів і послуг);
- підготовка та узгодження звіту Робочої групи;
- схвалення звіту Генеральною Радою;
- ухвалення заявником Протоколу про вступ.

Заявка, подана державою чи незалежною митною територією на ім'я Генерального директора СОТ з висловленням наміру вступити до СОТ, поширюється серед членів СОТ, а країні надається статус спостерігача.

Статус спостерігача у Генеральній раді надається спочатку на п'ятирічний період. При цьому представники країни-спостерігача можуть бути присутніми на конференціях Міністрів, засіданнях Робочих комісій, груп, допоміжних органів Генеральної Ради за винятком засідань Комітету з питань бюджету, фінансування та управління.

Заявки на вступ розглядаються Генеральною Радою, яка вирішує питання щодо створення Робочої групи з питань розгляду заявки про вступ країни до СОТ.

Робоча група спочатку здійснює огляд торгового режиму країни на основі підготовленого та наданого нею меморандуму про зовнішньоторговельний режим. Заявник повинен зібрати та представити значний обсяг інформації, у тому числі інформацію щодо розвитку економічної та правової системи, стану приватизації, цінової і фінансової політики, валютної та банківської політики, торговельних договорів, митно-тарифної політики, статистичні дані тощо.

Закони та нормативні акти, які стосуються приєднання, мають надаватися членам Робочої групи одночасно з меморандумом, щоб вони могли перевірити їх на відповідність вимогам СОТ.

З огляду на комплексність структури меморандуму його підготовка урядом країни-претендента є складним процесом, який може тривати кілька років.

Після розповсюдження меморандуму члени Робочої групи можуть поставити уряду письмові запитання. Відповіді уряду в письмовому вигляді передають до Секретаріату, який збирає та розподіляє їх за темами, відповідно до розділів меморандуму (Економічна політика, Режим торгівлі товарами, Режим торгівлі послугами тощо).

Переговори про умови вступу поділяються на:

- багатосторонні переговори про правила торгівлі;
- двосторонні переговори про доступ на ринки товарів і послуг.

Багатосторонні переговори щодо правил торгівлі починаються з обговорення меморандуму, в тому числі питань членів СОТ та відповідей заявника. Основною метою таких обговорень є визначення відповідності торгового режиму заявника багатостороннім правилам. Заходи країни-заявника, що не відповідають вимогам СОТ, мають бути усунені (гармонізовані з загальноприйнятими правилами через прийняття відповідних законодавчих і нормативних актів та їх упровадження) або мають бути узгоджені спеціальні положення щодо них (наприклад термін приведення у відповідність).

Двосторонні переговори про доступ на ринки товарів починаються з того, що зацікавлені члени подають свої вимоги, а заявник готує свої початкові пропозиції. Виходячи з цих початкових документів, проводяться двосторонні переговори.

По завершенні двосторонніх переговорів розклади поступок стають невід'ємною частиною Протоколу про приєднання та Генеральної угоди з тарифів і торгівлі.

Головною перевагою пов'язання тарифних ставок, тобто максимальних імпорتنих тарифів у рамках СОТ є те, що кожній країні-члену забезпечується гарантований доступ на ринки інших країн-членів, оскільки кожен член не може збільшити тарифні ставки вище за пов'язані ставки, зазначені в його розкладі поступок.

Вимоги СОТ щодо тарифного регулювання з часом стають дедалі суворішими. Наприклад, від країн, що приєднуються, вимагається приєднання до багатьох секторальних угод та ініціатив, більшість з яких передбачає усунення тарифів (нульові ставки) на певні товарні групи, так звані нульові угоди. Вони поширюються на папір, сільськогосподарську техніку, меблі, будівельну техніку, наукове та медичне обладнання, цивільну авіатехніку, дистильовані спирти, пиво, насіння олійних культур, рибу, іграшки тощо.

Двосторонні переговори про доступ на ринки послуг починаються з того, що зацікавлені члени СОТ подають свої вимоги, а заявник готує свій проект Розкладу поступок (графіка зобов'язань у секторі послуг). Зобов'язання поділяються на дві частини: перша містить «горизонтальні» обмеження, які застосовуються до всіх секторів послуг, що зазначені у Розкладі (наприклад обмеження на купівлю землі нерезидентами); друга – містить зобов'язання у «специфічних секторах», які застосовуються до певного сектора (наприклад обмеження на участь іноземного капіталу у секторі телекомунікацій).

У процесі приєднання, на стадії двосторонніх переговорів про доступ на ринок послуг та формування графіка специфічних зобов'язань та переліку вилучень з нього заявник має чітко визначити, до якої галузі та яким чином йому необхідно залучити інвестиції, а які галузі слід належним чином захистити, надавати перевагу вітчизняним постачальникам послуг.

Коли умови приєднання узгоджено, звіт Робочої групи, проект рішення та Протокол про вступ передаються до Генеральної Ради або на Конференцію Міністрів.

Після прийняття звіту Генеральною Радою чи Конференцією Міністрів і схвалення проекту рішення не менше, ніж двома третинами голосів членів СОТ, країна повинна ухвалити Протокол. Через 30 днів після прийняття Протоколу, вираженого підписанням або представленням документа про ратифікацію Протоколу, якщо такого роду угода потребує схвалення парламентом заявника, країна стає повноправним членом СОТ.

У цілому для отримання членства в СОТ країна повинна виконувати низку основних вимог, а саме:

- гармонізація національного законодавства з положеннями угод СОТ; забезпечення прозорості законодавства, поширення інформації про нові та чинні правила, процедури, закони, нормативні акти та їх проекти;

- зменшення ролі держави в експортно-імпортних операціях і значне розширення прав інших суб'єктів на здійснення торгівлі;

- значна лібералізація доступу на національні товарні ринки, суттєве зниження ставок мита на значний перелік продукції (в тому числі приєднання до секторальних угод та ініціатив), скасування дії багатьох нетарифних заходів, навіть на традиційно важливу продукцію;

- не застосовування експортних субсидій на сільськогосподарську продукцію, обмеження обсягу внутрішньої підтримки сільського господарства (окрім дозволених субсидій у рамках так званої «зеленої скриньки»);

- значна лібералізація доступу на національні ринки послуг.

Звичайно, що членство в СОТ має для країни одночасно і позитивні (зменшення тарифних та нетарифних обмежень торгівлі з усіма членами СОТ, зростання обсягів залучення іноземного капіталу до економіки країни, передбачуваність торгівлі, можливість застосування захисних заходів та розв'язання суперечок у відповідності з угодами СОТ тощо), і негативні наслідки, пов'язані з лібералізацією зовнішньоторговельного режиму країни, появою значної кількості іноземних конкурентів, відсутність можливості підвищення ставок мита, крім випадків надзвичайної ситуації тощо. Тому важливою є готовність країни після вступу до СОТ використовувати отримані можливості та реалізовувати потенційні переваги, оскільки набуття членства в цій організації є не остаточним кроком, а лише початком складного шляху участі країни в міжнародній торговельній системі, що створює механізми цивілізованого захисту національних економічних інтересів відповідно до міжнародно визнаних правил і норм.

## 8.4. Переваги та недоліки системи світової торгівлі

Приймаючи рішення про вступ до СОТ, кожна країна зважує цей крок стосовно національних економічних інтересів, детально вивчаючи потенційні переваги та втрати.

У цьому процесі першим етапом, звичайно, є дослідження загальних, а в сучасних умовах можна назвати і глобальних, переваг і недоліків багатосторонньої торговельної системи. Експертами визначаються 10 позитивних результатів функціонування світової торговельної системи та 10 хибних уявлень про діяльність СОТ. До позитивних аспектів, переваг світової торгової системи віднесені наступні:

1. Зміцнення міжнародної стабільності: світова торговельна система сприяє збереженню миру, запобігає виникненню військових конфліктів внаслідок створення можливості розв'язання торговельних суперечок і гармонізації економічних інтересів.

2. Ефективний механізм розв'язання суперечок: інституційні механізми організації, створені в межах СОТ, дають змогу конструктивно розв'язувати торговельні суперечки, що періодично виникають.

3. Забезпечення однакових можливостей для всіх учасників: діяльність Світової організації торгівлі ґрунтується на правилах, вироблених і ухвалених всіма країнами-членами, а не під впливом (тиском) окремих країн.

4. Зниження вартості життя: лібералізація світової торгівлі сприяє зниженню вартості життя (прожиткового мінімуму).

5. Широкий вибір товарів і послуг: розвиток міжнародної торгівлі забезпечує споживачам можливість широкого вибору як за асортиментом, так і за якістю та ціновими параметрами товарів і послуг.

6. Підвищення рівня доходів: правила сучасної торговельної системи сприяють зниженню бар'єрів у торгівлі, що обумовлює зростання її обсягів і одночасно доходів держави, виробників та громадян.

7. Піднесення зайнятості: торгівля стимулює економічне зростання та створення нових робочих місць.

8. Підвищення ефективності зовнішньоторговельної діяльності: реалізація основних принципів міжнародної торгівлі робить світову торговельно-економічну систему економічно ефективнішою.

9. Боротьба з корупцією: система міжнародних правил і норм щодо торгівлі та торговельної політики стимулює роботу країн-учасниць, сприяє підвищенню дисципліни і порядку в діяльності державних установ, боротьбі з корупцією.

10. Захист від лобіювання: механізми торговельної системи сприяють формуванню більш широкого погляду урядів на національну торгову політику, запобігаючи практиці реалізації інтересів вузьких груп тиску.

Вищезазначені переваги системи світової торгівлі можна поділити на чотири групи:

➤ переваги системи СОТ для розвитку взаємовідносин між країнами (зміцнення міжнародної стабільності, ефективний механізм розв'язання торговельних суперечок, забезпечення однакових можливостей для всіх учасників);

➤ переваги для споживачів (зниження вартості життя, ширший вибір товарів і послуг);

➤ економічні переваги (зростання доходів держави, виробників, громадян; підвищення рівня зайнятості; піднесення ефективності зовнішньоторговельної діяльності);

➤ політичні переваги (боротьба з корупцією, захист від лобіювання).

Існують водночас різні погляди на ефективність, справедливість світової системи торгівлі, а також на конкретні напрямки діяльності СОТ. До так званих типових «неправильних» уявлень (з погляду експертів в СОТ) про наслідки функціонування системи світової торгівлі, зокрема світової організації торгівлі належать такі:

1. Захист інтересів ТНК: СОТ сприяє діяльності та захищає інтереси тільки транснаціональних корпорацій.

2. Неefективність механізму розв'язання суперечок: чинний в організації механізм розв'язання торговельних суперечок є багатоступеневим і бюрократичним, він створює бар'єри в торгівлі, а члени групи експертів підходять до справи з формальних позицій.

3. Диктат з боку СОТ та втрата національного суверенітету: СОТ диктує урядам політику, що призводить до підриву національного суверенітету. Під тиском економічних санкцій уряди не можуть довго діяти на благо суспільства.

4. Скорочення робочих місць: наслідком діяльності СОТ є скорочення числа робочих місць і зниження рівня зайнятості, що збільшує дистанцію між багатими і бідними націями (на сьогодні 20% населення, яке належить до індустріально розвинутих країн, споживає 86% світових ресурсів, а решта 80% найбідніших споживачів – тільки 14%).

5. Пріоритет комерційних інтересів над проблемами розвитку: СОТ цікавлять передусім комерційні інтереси, а не проблеми соціально-економічного розвитку країн-членів організації.

6. Домінування комерційних інтересів над проблемами довкілля: комерційні інтереси в системі світової торгівлі превалюють над інтересами захисту навколишнього середовища, особливо в країнах, що розвиваються.

7. Домінування комерційних інтересів над проблемами охорони здоров'я: комерційні інтереси є вищими за інтереси захисту здоров'я та життя людей (насамперед це стосується прав на інтелектуальну власність великих фармацевтичних компаній, захист яких блокує доступ населення найбідніших країн до життєво необхідних дешевих медичних препаратів).

8. Бідні країни не мають альтернативи приєднанню до СОТ: бідні країни не мають вибору та змушені приєднуватися до СОТ, яка є інструментом реалізації інтересів впливових груп тиску розвинутих країн.



9. Маленькі країни в СОТ безсилі: найменш розвинуті країни та країни, що розвиваються, безсилі в системі світової торгівлі внаслідок того, що вони не в змозі реалізувати певні можливості, якими користуються розвинуті країни.

10. Недемократичність СОТ: організація є недемократичним інститутом, оскільки рішення приймаються на користь розвинутих країн та їхніх транснаціональних корпорацій.

Звичайно, що стосовно кожної з наведених позицій як переваг, так і недоліків можна навести численні факти на користь підтримки справедливості твердження або його спростування. Зрозуміло єдине, що система СОТ має як переваги, так і недоліки.

Кожна країна, готуючись до вступу в СОТ, визначає свої власні, національні потенційні можливості та загрози, оскільки рівень економічного розвитку, політичні цілі, соціально-економічні особливості структури окремих країн об'єктивно визначають їх специфічну зацікавленість у приєднанні до системи світової торгівлі.

### **8.5. Економічні інститути системи Організації Об'єднаних Націй (ООН)**

Конференція Організації Об'єднаних Націй з торгівлі й розвитку – ЮНКТАД (United Nations Conference of Trade and Development – UNCTAD) – орган Генеральної Асамблеї ООН, заснована в 1964 р. Її утворення ґрунтувалося на тій підставі, що ГАТТ була напівзакритою організацією, вхід до якої був закритим для багатьох країн. Тому за ініціативою соціалістичних і низки країн, що розвиваються, було вирішено створити орган у системі ООН, який би регулював міжнародну торгівлю за принципами, як передбачалося, більш справедливими. Головна ідея у перенесенні наголосу в механізмі регулювання на користь країн, що розвиваються, особливо найменш розвинутих.

До складу ЮНКТАД входять 186 держав, серед них і Україна. Штаб-квартира організації – у Женеві.

Уряди країн, що розвиваються, в основному звертаються за допомогою до ЮНКТАД з метою вирішення таких проблем:

4) необхідність (з точки зору країни) збільшити свої надходження від експорту товарів і послуг, що є головним джерелом фінансування розвитку;

5) стабілізація і зміцнення міжнародних ринків сировинних товарів, продаж яких становить майже 80–90% від експортної виручки більшості таких країн;

6) розширення експортних можливостей країн завдяки мобілізації внутрішніх і зовнішніх ресурсів;

7) зменшення тягара заборгованості;

8) надання особливої підтримки і допомоги найменш розвинутим країнам;

9) сприяння розширенню торгівлі та економічному співробітництву між країнами, що розвиваються, на доповнення до традиційних економічних зв'язків з розвинутими країнами.

Відповідно основні функції ЮНКТАД у наступному.

1. Регулювання торговельних та економічних відносин між державами.

2. Розробка заходів з регулювання міжнародної торгівлі сировиною.

3. Розробка принципів торговельної політики.

4. Аналіз тенденції світового розвитку й міжнародної торгівлі.

5. Обговорення актуальних проблем міжнародних економічних відносин.

6. Координація діяльності органів і установ ООН з питань міжнародної торгівлі й розвитку.

7. Співробітництво з міжнародними організаціями у сфері міжнародної торгівлі.

Оскільки сировина залишається поки що основним експортним товаром для найменш розвинутих країн, ЮНКТАД приділяє торгівлі сировиною особливу увагу. Утворено спеціальні дослідні групи з сировинних товарів, укладено відповідні міжнародні угоди, підписані конвенції щодо умов торгівлі сировиною. За ініціативою ЮНКТАД була розроблена й прийнята Інтегрована програма для сировинних товарів (ШСТ) у 1976 р.; метою програми є стабілізація цін на сировину й сприяння найменш розвинутим країнам щодо її промислової обробки.

Міжнародний торговельний центр ЮНКТАД/СОТ-МТЦ (International Trade Center UNCTAD/WTO-ITC) є спільним допоміжним органом СОТ та ООН. Був утворений у 1964 р. в рамках ГАТТ, а з 1968 р. увійшов також до структури ЮНКТАД. Членами МТЦ є члени СОТ та ЮНКТАД. Штаб-квартира – у Женеві.

Головна мета МТЦ – усунути дублювання і паралелізм у діяльності СОТ і ЮНКТАД щодо сприяння розвитку торгівлі в країнах, що розвиваються.

Основні функції МТЦ:

1) надання країнам, що розвиваються, технічної допомоги в розвитку торгівлі, насамперед у стимулюванні експорту;

2) забезпечення країн-членів інформацією про ринкові можливості для традиційних і нетрадиційних товарів;

3) удосконалення техніки імпорتنих операцій з метою раціонального використання валютних ресурсів;

4) навчання урядових службовців, підприємців і викладачів технології експортно-імпорتنих операцій;

5) здійснення наукових дослідів з питань зовнішньої торгівлі.

Цілі і функції МТЦ відповідають змісту основних сфер діяльності центру. Вони наступні.

1. Розвиток ринку продуктів.

2. Розвиток ринку послуг.
3. Торговельна інформація.
4. Підготовка кадрів.
5. Міжнародне управління попитом і пропозицією.
6. Планування заходів, спрямованих на стимулювання торгівлі.

Комісія Організації Об'єднаних Націй з прав міжнародної торгівлі – ЮНСІТРАЛ (United Nations Commission on International Trade Law – UNCITRAL) заснована в 1966 р. Вона є головним правовим органом ООН у галузі прав міжнародної торгівлі.

Функціями ЮНСІТРАЛ є:

- уніфікація права міжнародної торгівлі;
- координація роботи міжнародних організацій у сфері права міжнародної торгівлі;
- сприяння широкої участі держав в існуючих міжнародних конвенціях і розробці нових міжнародних конвенцій з права міжнародної торгівлі;
- підготовка кадрів у галузі права міжнародної торгівлі, особливо для країн, що розвиваються.

Діяльність ЮНСІТРАЛ має головне вираження у розробці й прийнятті конвенцій документів, де містяться узгоджені норми, принципи і стандарти в галузі міжнародного торговельного права. Найвідоміші конвенції:

- 1) Конвенція про позовну давність у міжнародній купівлі-продажу товарів (1974 р.);
- 2) Конвенція ООН про морське перевезення вантажів (“Гамбурзьке право”, 1978 р.);
- 3) Конвенція ООН про договори міжнародної купівлі-продажу товарів (Віденська Конвенція, 1980 р.);
- 4) Конвенція ООН про міжнародні перевідні векселі й міжнародні прості векселі (1988 р.).

## **8.6. Міжнародні організації з урегулювання світових товарних ринків**

Міжнародні організації з урегулювання світових товарних ринків мають за мету нормалізацію ситуації на ринках товарів, в основному ринків сировини і сільськогосподарської продукції.

Основні цілі таких організацій:

- регулювання цін на товари з тим, щоб уникнути їх різких коливань;
- запобігання затоварюванню на ринках відповідних товарів;
- встановлення справедливого співвідношення між цінами на сировинні та промислові товари;
- усунення надмірної конкуренції між товаровиробниками за рахунок розподілу ринків учасниками організації;
- забезпечення стабільних поставок товару на світові ринки.

Форми міжнародного регулювання товарних ринків доволі різноманітні. Це – міжурядові угоди, що діють під егідою ЮНКТАД; міжурядові угоди, що об'єднують країни-експортери та країни-імпортери товару; організації країн-експортерів. Міжурядові угоди, розроблені в системі ЮНКТАД, реалізуються на підставі Міжнародних товарних угод (МТУ) і діяльності Міжнародних дослідних груп (МДГ).

Міжнародні товарні угоди спрямовані на стабілізацію цін на світових товарних ринках шляхом встановлення раціонального співвідношення між попитом і пропозицією.

Щодо міжнародних організацій, то вони поділяються на такі групи:

- багатосторонні товарні організації;
- міждержавні організації виробників та експортерів сировини.

Багатосторонні організації складаються як з експортерів сировинних і сільськогосподарських товарів, так і з їхніх найважливіших імпортерів. Вони також поділяються на окремі групи: міжнародні організації; міжнародні ради; міжнародні консультативні комітети; міжнародні дослідні групи. Багатосторонні організації діють у системі ООН.

Міжнародні організації головною метою вважають запобігання різких коливань цін на товар. Вони регулюють такі ринки: какао, кава, натуральний каучук, цукор, зерно, тропічна деревина, джут.

Міжнародні організації країн-виробників і експортерів сировини складаються тільки з виробників та експортерів та включають нетто – споживачів сировини. Вони представлені в основному об'єднаннями країн, що розвиваються. Утворення організацій цього типу стало спробою протистояти диктату споживачів, якими переважно є високорозвинуті країни.

Міжнародних організацій експортерів сировини налічується майже три десятки. Найбільш відомими і впливовими є наступні.

Організація країн-експортерів нафти – ОПЕК (Organization of the Petroleum Exporting Countries – ОПЕС) – міжнародна міжурядова організація, що має на меті регулювати ціни на нафту, утворена в 1960 р. Її заснували країни, що належать переважно до регіону Перської затоки, який має найбільші розвідані поклади нафти у світі (Іран, Ірак, Кувейт, Саудівська Аравія), а також Лівія й Венесуела. Згодом до організації приєдналися Алжир, Габон, Індонезія, Катар, Нігерія, Об'єднані Арабські Емірати. Тобто ОПЕК складається з 12 країн-членів. Штаб-квартира – у Відні (Австрія).

ОПЕК утворилась на противагу необмеженого панування транснаціональних нафтових компаній на світовому ринку нафти, які диктували ціни, обсяги видобутку і продаж нафти. Узгоджені дії країн ОПЕК позбавили ці компанії їх монополістичного становища й самі почали встановлювати розміри видобутку нафти та її експорту, що істотно впливає на ціни.

Основні цілі організації – це:

- координація нафтової політики країн-членів;
- забезпечення стійких прибутків;
- регулярне постачання нафти споживачам;

➤ охорона довкілля.

Для підтримки країн, що розвиваються, ОПЕК утворила Фонд міжнародного розвитку ОПЕК (1979 р.). Фонд надає цим країнам пільгові позики для здійснення проектів розвитку, програм і регулювання платіжного балансу. Ресурси Фонду складаються з добровільних внесків держав-членів ОПЕК, а також з прибутків, одержаних від інвестиційних і кредитних операцій.

**Асоціація країн-виробників натурального каучуку** (Association of Natural Rubber Producing Countries), яку у 1970 р. утворили такі країни: Індія, Індонезія, Малайзія, Папуа-Нова Гвінея, Сінгапур, Шрі-Ланка, Таїланд. Штаб-квартира розміщується у м. Куала-Лупур (Малайзія). Основною метою діяльності асоціації є стабілізація цін на натуральний каучук і забезпечення прибутків виробників від його експорту.

**Асоціація країн-експортерів залізної руди** (Association of Iron Ore Exporting Countries) заснована у 1975 р., штаб-квартира – у Женеві (Швейцарія). До асоціації належать країни з різних частин світу: Алжир, Австралія, Індія, Ліберія, Мавританія, Перу, Сьєра-Леоне, Швеція, Венесуела. Створено механізм співробітництва країн-виробників цього товару, асоціація впливає на рівень світових цін на нього.

**Африканська асоціація деревини** (African Timber Organization) заснована у 1975 р., штаб-квартира – у Лібревіль (Габон). Координує політику країн-виробників африканської деревини і намагається впливати на світові ціни на неї. До організації належать Габон, Гана, Екваторіальна Гвінея, Камерун, обидва Конго, Кот-д'Івуар, Ліберія, Мальгаська Республіка, Танзанія, Центрально-Африканська Республіка.

**Асоціація виробників какао** (Cocoa Products Alliance) – організація виробників какао, утворена у 1962 р. Її штаб-квартира – у Лагосі (Нігерія). Організація сприяє обміну інформацією між членами альянсу, здійснює заходи, спрямовані на зростання світового попиту на какао, намагається забезпечити надійність його постачання, стабільні ціни і доходи виробників цього продукту.

**Міжнародна угода з пшениці** (International Wheat Agreement) укладена у 1971 р. і містить два міжнародно-правові акти – Конвенцію про торгівлю пшеницею (стосується міжнародного співробітництва) і Конвенцію про продовольчу допомогу (охоплює питання доставки зерна країнам, що розвиваються).

**Міжнародна угода з цукру** (International Sugar Agreement) укладена у 1969 р. і спрямована на підтримання стабільних і вигідних експортерам цін на цукор. Передбачає підтримання цін на цукор на рівні, що перевищує певний мінімум. Основним заходом для досягнення цього вважалися експортні квоти. Угода виявилася недостатньо ефективною і докладаються зусилля для її перегляду.

**Міжнародна угода з кави** (International Coffee Agreement). Через погіршення умов торгівлі для виробників кави протягом перших десятиліть після Другої світової війни виникла потреба у стабілізації світового ринку

кави. Дана угода була укладена в рамках ООН. Країни-експортери взяли зобов'язання дотримуватись експортних квот, тоді як країни-імпортери зобов'язались дотримуватись мінімальних цін на каву. Країни-члени угоди також зобов'язалися обмежити закупівлі кави у тих країнах, що не приєдналися до угоди.

**Африканська рада з арахісу** (African Groundnut Council) – рада країн-виробників арахісу, утворена у 1964 р. Її штаб-квартира – у Лагосі (Нігерія). До організації належать Гамбія, Малі, Нігер, Нігерія, Сенегал, Судан, Буркіна-Фасо. Організація сприяє обміну інформацією про ефективні методи вирощування арахісу та його реалізації, про стабілізацію цін на продукт, досягнення їх передбачуваності.

**Азіатське і Тихоокеанське співтовариство виробників кокосового горіха** (Asian and Pacific Coconut Community) утворене у 1969 р., штаб-квартира – у Джакарті (Індонезія). До співтовариства належать Індія, Індонезія, Малайзія, Папуа-Нова Гвінея, Філіппіни, Соломонові острови, Шрі-Ланка, Таїланд, Вануату, Західне Самоа. Організація сприяє обміну інформацією між країнами-виробниками цього продукту про шляхи підвищення ефективності вирощування і переробки кокосових горіхів.

### ***Основні міжнародно-правові акти у рамках Світової організації торгівлі такі:***

1. Генеральна угода з тарифів і торгівлі (ГАТТ) (General Agreement on Tariffs & Trade — GATT). Стосується торгівлі товарами.

2. Генеральна угода з торгівлі послугами (ГАТС) (General Agreement on Trade in Services — GATS). Стосується торгівлі послугами.

3. Угода про торговельні аспекти прав інтелектуальної власності (Agreement of Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights -TRIPS ). Це ланка, що пов'язує інтелектуальну власність з торгівлею.

Саме на цих трьох «опорах» зведена «будівля» Світової організації торгівлі.

Результати Уругвайського раунду переговорів ГАТТ зафіксовано у таких документах:

А. Марракеська угода про заснування Світової організації торгівлі (Marrakesh Agreement Establishing the World Trade Organization).

Б. Багатосторонні угоди (Multilateral Agreements):

1. У сфері торгівлі товарами (trade in goods) — Генеральна угода з тарифів і торгівлі 1994 р.

*Пов'язані угоди (Associated Agreements):*

Угода про застосування ст. VII ГАТТ 1994 р. (Угода про митну оцінку), (Agreement on Implementation of Article VII of GATT 1994, Customs Valuation);

Угода про довідвантажувальну інспекцію (ПСІ) (Agreement on Pre-shipment Inspection — PS I);

Угода про технічні бар'єри в торгівлі (ТБТ) (Agreement on Technical Barriers to Trade — TBT);

Угода про застосування санітарних і фітосанітарних заходів (СПС) (Agreement on the Application of Sanitary & Phytosanitary Measures — SPS);\*

Угода про процедури імпортного ліцензування (ІЛП) (Agreement on Import Licensing Procedures — ILP);

Угода про охоронні заходи (АС) (Agreement on Safeguards — AC);\*

Угода про субсидії та врівноважені заходи (СКМ) (Agreement on Subsidies & Countervailing Measures — SCM);

Угода про застосування ст. VI ГАТТ 1994 р. (Антидемпінгова — АДП) (Agreement on Implementation of article VI of GA TT1994, Anti-dumping — ADP);

Угода про пов'язані з торгівлею інвестиційні заходи (ТРІМС) (Agreement on Trade-Related Investment Measures — TRIMs);

Угода про текстиль і одяг (АТК) (Agreement on Textiles & Clothing — ATC);

Угода про сільське господарство (АА) (Agreement on Agriculture — AA);

Угода про правила походження (АРО) (Agreement on Rules of Origin — ARO).

*Домовленості і рішення:*

Домовленість про положення ГАТТ 1994 р. про платіжні баланси (Understanding of Balance-of-Payments Provisions of GATT 1994);\*

Рішення про випадки, за яким митні адміністрації мають підстави сумніватися у правдивості чи точності задекларованої вартості (Рішення про перенесення тягаря доведення) (Decision Regarding Cases Where Customs Administrations Have Reasons & Doubt the Truth or Accuracy Of the Declared Value (Decision on Shifting the Burden of Proof));\*

Домовленість про тлумачення ст. XVII ГАТТ 1994 р. (Державні торговельні підприємства) (Understanding on the Interpretation of Article XVII GA TT1994 (State trading enterprises));\*

Домовленість про правила і процедури, що застосовуються для врегулювання спорів (Understanding on Rules & Procedures Governing the Settlement of Disputes);\*

Домовленість про тлумачення п. 1(6) ст. II ГАТТ 1994 р. (Прив'язуваність тарифних поступок) (Understanding on the Interpretation of the Article II: 1(6) of GA TT 1994 (Binding of tariff concessions).);

Рішення про торгівлю і довкілля (Decision on Trade & Environment).

2. Торгівля послугами.

Генеральна угода з торгівлі послугами (ГАТС).

3. Права інтелектуальної власності (Intellectual Property Rights — TRIPs).

В. Кількасторонні торговельні угоди (Plurilateral trade agreements):

Угода про торгівлю цивільними літаками (Agreement on Trade in Civil Aircraft);

Угода про державні замовлення (Agreement on Government Procurement);

Міжнародна молочна угода (International Dairy Agreement);



## **Контрольні запитання**

1. Які економічні інститути регулюють міжнародну торгівлю?
2. Визначте сутність Генеральної угоди з тарифів і торгівлі. Вкажіть період її дії.
3. На яких принципах та нормах базується правовий механізм ГАТТ?
4. Коли було створено Світову організацію торгівлі (СОТ)?
5. Назвіть країни-члени СОТ з початку її створення.
6. Назвіть країни, які мають статус спостерігачів у СОТ.
7. Проаналізуйте структуру СОТ.
8. Які функції виконує СОТ?
9. Що є основою уніфікованих міжнародних правил товарної торгівлі?
10. Розкрийте суть фундаментальних принципів уніфікованих міжнародних правил товарної торгівлі.
11. Вкажіть основні етапи приєднання країни до системи ГАТТ/СОТ. Охарактеризуйте їх.
12. Які вимоги повинна виконати країна для отримання членства в СОТ?
13. Назвіть позитивні результати функціонування світової торговельної системи.
14. Визначте типові “неправильні” уявлення про наслідки функціонування системи світової торгівлі.
15. Назвіть економічні інститути системи Організації Об’єднаних Націй (ООН) з регулювання міжнародних торговельних відносин.
16. Вкажіть на основні функції ЮНКТАД, МТЦ, ЮНСІТРАЛ.
17. Назвіть та охарактеризуйте основні міжнародні організації з урегулювання світових товарних ринків.

## **СЕМІНАРСЬКЕ ЗАНЯТТЯ**

### ***Тема 8. Міжнародні економічні інститути, що регулюють світову торговельну політику***

---

#### **Ключові терміни**

**Світоторговельні зв’язки** – це доволі розгалужена система, яка регулюється спеціалізованими міжнародними економічними інститутами.

**ГАТТ** – багатостороння угода, яка закріпила принципи, правові норми, правила ведення та державного регулювання взаємної торгівлі країн-учасниць.

**Світова організація торгівлі (World Trade Organization)** – законодавча й інституціональна основа міжнародної торгової системи, механізм багатостороннього узгодження і регулювання політики країн-членів



у сфері торгівлі товарами та послугами, врегулювання торгових суперечок і розробки стандартної зовнішньоторговельної документації.

**Міжнародні організації з урегулювання світових товарних ринків** мають за мету нормалізацію ситуації на ринках товарів, в основному ринків сировини і сільськогосподарської продукції.

**Конференція Організації Об'єднаних Націй з торгівлі й розвитку** – ЮНКТАД (United Nations Conference of Trade and Development – UNCTAD) – орган Генеральної Асамблеї ООН, заснована в 1964 р.

**Міжнародний торговельний центр ЮНКТАД/СОТ-МТЦ** (International Trade Center UNCTAD/WTO-ITC) є спільним допоміжним органом СОТ та ООН. Головна мета МТЦ – усунути дублювання і паралелізм у діяльності СОТ і ЮНКТАД щодо сприяння розвитку торгівлі в країнах, що розвиваються.

**Комісія Організації Об'єднаних Націй з прав міжнародної торгівлі** – ЮНСІТРАЛ (United Nations Commission on International Trade Law – UNCITRAL) заснована в 1966 р. Вона є головним правовим органом ООН у галузі прав міжнародної торгівлі.

**Організація країн-експортерів нафти** – ОПЕК (Organization of the Petroleum Exporting Countries – ОПЕК) – міжнародна міжурядова організація, що має на меті регулювати ціни на нафту, утворена в 1960 р.



### **Питання для опрацювання:**

- 8.1. Створення та сутність Світової організації торгівлі (системи ГАТТ/СОТ)
- 8.2. Фундаментальні принципи уніфікованих міжнародних правил товарної торгівлі
- 8.3. Процес вступу до Світової організації торгівлі (СОТ)
- 8.4. Переваги та недоліки системи світової торгівлі
- 8.5. Економічні інститути системи Організації Об'єднаних Націй (ООН)
- 8.6. Міжнародні організації з урегулювання світових товарних ринків



### **Обов'язкові та додаткові завдання**

#### **Завдання 1.**

Автомобільне колесо коштує в Україні 100 дол. США, у Польщі – 80 дол., у Росії – 60 дол. Україна – маленька країна, і її зовнішня торгівля не впливає на рівень світових цін.

А. В Україні вводиться 100-відсотковий адвалорний тариф на імпорту коліс із Росії та Польщі. Чи буде Україна продовжувати імпортувати колеса?

Б. Якщо після цього Україна утворить митний союз з Росією, чи буде вона сама виробляти або імпортуватиме їх?

В. Який ефект – створення торгівлі чи відхилення торгівлі – виникає при заснуванні митного союзу між Україною і Росією?

Г. Припустимо тепер, що в Україні вводиться 50-відсотковий, а не 100-відсотковий адвалорний тариф на імпортування коліс із Росії та Польщі. Чи буде Україна продовжувати імпортувати колеса?

Д. Якщо тепер Україна утворить митний союз з Польщею, чи буде вона сама продукувати колеса або імпортуватиме їх?

Е. Який ефект – створення торгівлі чи відхилення торгівлі – виникає при заснуванні митного союзу між Україною та Польщею?

**Завдання 2.** Надайте характеристику СОТ. Заповніть таблицю

Назва організації	Світова організація торгівлі
Показники	
Рік створення	
Кількість країн-членів	
Регіон	
Причини створення	
Етап розвитку (інтеграції)	
Сучасний етап інтеграції	
Мікро- чи макроінтеграція	
Перспективи розвитку	

**Завдання 3.**

Надайте характеристику економічних інститутів системи Організації Об'єднаних Націй (ООН). Заповніть таблицю.

Назва організації	Конференція Організації Об'єднаних Націй з торгівлі й розвитку – ЮНКТАД	Міжнародний торговельний центр ЮНКТАД/СОТ-МТЦ	Комісія Організації Об'єднаних Націй з прав міжнародної торгівлі – ЮНСІТРАЛ
Показники			
Рік створення			
Кількість країн-членів			
Регіон			
Причини створення			
Етап розвитку (інтеграції)			
Сучасний етап інтеграції			
Мікро- чи макроінтеграція			
Перспективи розвитку			

**Завдання 4.**

Надайте характеристику міжнародних організацій з урегулювання світових товарних ринків. Заповніть таблицю.

Назва організації	Організація країн-експортерів нафти – ОПЕК	Асоціація країн-виробників натурального каучуку	Асоціація країн-експортерів залізної руди	Африканська асоціація деревини	Асоціація виробників какао
Показники					
Рік створення					
Кількість країн-членів					
Регіон					
Причини створення					
Етап розвитку (інтеграції)					
Сучасний етап інтеграції					
Мікро- чи макроінтеграція					
Перспективи розвитку					



### **Тестові завдання.**

1. До міжнародних економічних інститутів, які регулюють міжнародну торговельну політику, належать:

- Міжнародний валютний фонд;
- Конференція Організації Об'єднаних Націй з торгівлі й розвитку;
- Організація Об'єднаних Націй;
- Комісія Організації Об'єднаних Націй з прав міжнародної торгівлі;
- Андська група.

2. Генеральна угода з тарифів і торгівлі – це:

а) багатостороння угода, яка закріпила принципи, правові норми, правила ведення та державного регулювання взаємної торгівлі країн-учасниць;

б) система вироблених на багатосторонній основі міждержавних угод, спрямованих на забезпечення доступу держав на ринки одна одної на двосторонній основі;

в) домовленість про комерційний обмін цінностями між різнонаціональними контрагентами.

3. З 1948 р. до 1994 р. запроваджувала правила і відіграла провідну роль у світовій торгівлі:

- Генеральна угода з тарифів і торгівлі;
- Генеральна угода про торгівлю послугами;
- Світова організація торгівлі.

4. Генеральна угода з тарифів і торгівлі набула чинності з:

- 1 січня 1946 року;
- 1 січня 1947 року;
- 1 січня 1948 року.

5. Світова організація торгівлі була створена згідно з рішенням багатосторонніх торговельних переговорів ГАТТ:

- Токійського раунду;

- б) раунду Кеннеді;
- в) раунду Діллона;
- г) Уругвайського раунду.

6. *Світова організація торгівлі почала діяти з:*

- а) 1 січня 1993 року;
- б) 1 січня 1994 року;
- в) 1 січня 1995 року;
- г) 1 січня 1996 року.

7. *Вищим органом СОТ є:*

- а) Генеральна Рада;
- б) Конференція Міністрів;
- в) Рада з торгівлі товарами;
- г) Комітет з торгівлі та розвитку;
- д) Секретаріат.

8. *Які з перелічених країн є членами СОТ, а які мають статус спостерігачів у СОТ:*

- а) Азербайджан;
- б) В'єтнам;
- в) Еквадор;
- г) Панама;
- д) Ліван;
- е) Болгарія;
- є) Китай;
- ж) Латвія;
- з) Нігерія;
- і) Україна.

9. *До позитивних аспектів, переваг світової торгової системи належать:*

- а) зміцнення міжнародної стабільності;
- б) зниження вартості життя;
- в) захист інтересів транснаціональних корпорацій;
- г) скорочення робочих місць;
- д) ширший вибір товарів і послуг;
- е) пріоритет комерційних інтересів над проблемами розвитку.

10. *До негативних аспектів, недоліків світової торгової системи належать:*

- а) забезпечення однакових можливостей для всіх учасників;
- б) ефективний механізм розв'язання суперечок;
- в) втрата національного суверенітету;
- г) недемократичність СОТ;
- д) захист від лобіювання;
- е) домінування комерційних інтересів над проблемами довкілля.

11. *До економічних інститутів системи ООН з урегулювання міжнародних торговельних відносин належать:*

- а) Світова організація торгівлі;

- б) Міжнародний торговельний центр;
- в) Організація країн-експортерів нафти;
- г) Асоціація виробників какао.

12. Серед основних функцій Конференції ООН з торгівлі й розвитку (ЮНКТАД) виокремлюють:

- а) здійснення наукових досліджень з питань зовнішньої торгівлі;
- б) навчання технології експортно-імпортних операцій;
- в) розробка заходів з регулювання міжнародної торгівлі сировиною;
- г) підготовка кадрів у галузі права міжнародної торгівлі.

13. Найбільш впливовою та дієвою серед міжнародних організацій з урегулювання світових товарних ринків є:

- а) Асоціація країн-експортерів залізної руди;
- б) Міжнародна угода з пшениці;
- в) Асоціація виробників какао;
- г) Організація країн-експортерів нафти.

14. Міжнародна міждержавна організація, що має на меті регулювати ціни на нафту – це:

- а) СОТ;
- б) ООН;
- в) ОПЕК;
- г) ЮНКТАД.



## **Завдання для самостійної роботи**

### **1. Самостійно опрацювати наступні питання:**

- 1.1. Структура, основні положення та принципи Генеральної угоди з тарифів і торгівлі (ГАТТ).
- 1.2. Принципи міжнародної торговельної системи.
- 1.3. Основні угоди системи СОТ.
- 1.4. Національні позитивні та негативні результати членства в СОТ.

### **2. Підготувати реферат на тему:**

- 2.1. Ключові умови і наслідки приєднання до СОТ країн з перехідною економікою.
- 2.2. Торговельно-політичні інструменти СОТ у процесі лібералізації міжнародної торгівлі.

## **Тема 9. Сучасний стан і перспективи розвитку світових інтеграційних процесів**

### **9.1. Основні етапи розвитку західноєвропейської інтеграції**

Розвиток продуктивних сил країн неминуче веде їх на зовнішній ринок, де зростання міжнародних зв'язків і взаємопереплетення національних економік, сприяє інтернаціоналізації господарського життя, яка у другій половині ХХ ст. стала провідною тенденцією розвитку сучасної світової економіки. Однією з головних особливостей цього процесу є утворення великих зон впливу найбільш розвинутих країн. Вони стають своєрідними інтеграційними угрупованнями, навколо яких об'єднуються інші держави, що забезпечує їм важливу роль у світовому господарстві й політиці.

**Міжнародна економічна інтеграція** є вищою формою інтернаціоналізації господарського життя, що передбачає зближення і взаємопристосування усіх структур національних господарств.

На етапі економічної інтеграції:

1) формується міжнародний господарський комплекс зі своєю структурою та органами управління. Спільні умови господарської діяльності визначаються і погоджуються всередині кожної країни, на міждержавному та наддержавному рівнях;

2) зростає можливість об'єднання різноманітних ресурсів для спільного вирішення соціально-економічних проблем;

3) основою інтеграційної діяльності є не зовнішньоторговельний обмін, а взаємодія у галузі виробництва, науки, причому на пільгових порівняно з іншими країнами умовах;

4) інтеграційне співробітництво має комплексний і довготривалий характер.

Сучасна міжнародна економічна інтеграція відбувається під впливом низки чинників світового розвитку, серед яких найсуттєвішими є глобалізація і регіоналізація.

**Глобалізація** означає тісну взаємодію і переплетення економічних, політичних, соціальних, правових, інформаційних, культурних та інших світових трансакцій; поширення безпосередніх і опосередкованих зв'язків між суб'єктами економічної діяльності всіх країн світу; формування єдиної (глобальної) для всього світового суспільства системи світогосподарських відносин.

**Регіоналізація** – це поглиблення міжнародних зв'язків на компактному просторі, що зветься регіоном. Регіон характеризується не тільки близьким розташуванням країн одна до одної, а й спільністю природних, історичних, економічних, політичних та культурних умов.

**Регіональна інтеграція** – процес розширення економічного і

виробничого співробітництва, об'єднання національних господарств двох і більше суверенних держав, який передбачає утворення єдиного економічного регіону. Інтеграція сприяє ліквідації відокремленості країн і розмиває відмінності між ними, що склалися історично. Економічна інтеграція в умовах ринкової економіки означає вільний рух капіталів, товарів, послуг і робочої сили у межах певного угруповання країн. Це процес усунення митних та інших бар'єрів, що традиційно існували між країнами.

Регіональна інтеграція відбувається на двох рівнях: на рівні окремих фірм, які у своїй господарській діяльності вступають в інтеграційні процеси, і на міждержавному рівні, коли держава цілеспрямовано сприяє переплетенню та взаємодоповненню праці й капіталу в рамках групи країн і забезпечує функціонування особливих інтеграційних інструментів та структур.

У своєму розвитку міжнародна економічна інтеграція проходить низку етапів (табл. 10.1):

- 1) зона вільної торгівлі;
- 2) митний союз;
- 3) спільний ринок;
- 4) економічний союз;
- 5) повна інтеграція.

Таблиця 10.1.

#### Етапи міжнародної економічної інтеграції

Етап	Ліквідація митних бар'єрів у взаємній торгівлі	Єдині тарифи відносно третіх країн	Вільне пересування капіталів, робочої сили	Узгодження економічної політики	Здійснення єдиної економічної політики
Зона вільної торгівлі	+	-	-	-	-
Митний союз	+	+	-	-	-
Спільний ринок	+	+	+	-	-
Економічний союз	+	+	+	+	-
Повна інтеграція	+	+	+	+	+

Найпростішою формою економічної інтеграції вважається **зона вільної торгівлі**. За такого режиму всі члени угруповання взаємно скасовують мито на товари та послуги, що надходять у сферу зовнішньої торгівлі країн-учасниць.

**Митний союз** вважається поглибленою формою економічної інтеграції. Крім скасування мита на торгівлю між країнами-членами, угруповання виробляє і застосовує єдиний митний тариф у торгівлі з іншими країнами.

**Спільний ринок** – третя форма економічної інтеграції – передбачає

вільний рух товарів, робочої сили, капіталу, а також вільне створення центрів підприємницької діяльності.

Найвищою формою міжнародної економічної інтеграції вважається **економічний і валютний союз**, а зарубіжні вчені виокремлюють ще й п'яту форму – **«повну економічну інтеграцію»**. Вона передбачає відмову від більшості суверенних прав. Отже, чим більше економічної інтеграції, тим менше політичного суверенітету.

У межах угруповання здійснюється спільна економічна і валютна політика. Економіка угруповання перестає бути простою сумою економік країн-учасниць і перетворюється на єдине ціле.

Сьогодні у світі нараховується близько 20 економічних угруповань. Серед них можна назвати: у Західній Європі – Європейський Союз (ЄС) і Європейську асоціацію вільної торгівлі (ЄАВТ); у Північній Америці – Північноамериканську угоду про вільну торгівлю (НАФТА); в Азійсько-Тихоокеанському регіоні – Азійсько-Тихоокеанське економічне співтовариство (АТЕС).

Найбільш повно та чітко економічні інтеграційні процеси проявилися у Західній Європі, де в другій половині ХХ ст. починає формуватися єдиний господарський простір цілого регіону, в межах якого поступово складаються загальні умови відтворення руху чинників виробництва та постають механізми його регулювання.

Найяскравішим прикладом міжнародної економічної інтеграції є Європейський Союз (ЄС).

Офіційно до 1 листопада 1993 р. провідне інтеграційне угруповання західноєвропейських країн називалось Європейські співтовариства.

Дане угруповання утворилося у 1967 р. на базі злиття органів трьох раніше самостійних регіональних організацій, створених шістькою провідних європейських країн – ФРН, Францією, Італією, Нідерландами, Бельгією і Люксембургом:

- 1) Європейського об'єднання вугілля і сталі (ЄОВС); угода укладена в 1951 р., а набула чинності в серпні 1952 р.;
- 2) Європейського економічного співтовариства (ЄЕС); Римська угода про створення ЄЕС укладена в 1957 р., а набула чинності з 1 січня 1958 р.;
- 3) Європейського співтовариства з атомної енергії (Євратом); угода набула чинності в 1958 р.

ЄЕС було також відоме як «Спільний ринок».

Розвиток інтеграції у рамках ЄС пройшов усі етапи: від зони вільної торгівлі до економічного і валютного союзу.

На першому етапі розвитку європейської інтеграції (кінець 50-х – середина 70-х років) основну увагу було приділено усуненню перешкод, що стояли на шляху формування «Спільного ринку». Цьому сприяли в цілому вигідна економічна кон'юнктура в західноєвропейських країнах, високі темпи розвитку господарських зв'язків між ними. Важливим було й те, що в Римському договорі містився чіткий погоджений графік ліквідації тарифних бар'єрів і кількісних обмежень у взаємній торгівлі країн-учасниць ЄС. Тим



самим полегшилося створення митного союзу. Мито у взаємній торгівлі країн-учасниць після поступового його зниження у період 1959–1968 рр. було в основному ліквідоване до 1 липня 1968 р., а більшу частину кількісних обмежень скасовано вже в 1962 р. Одночасно національні митні тарифи країн-учасниць були замінені єдиним тарифом. Створення митного союзу організаційно вирізнило «шістку» в системі міжнародних економічних відносин і заклало основу для її спільних виступів на міжнародній арені як єдиного суб'єкта.

Другим важливим елементом «Спільного ринку», який сформувався у 60-х роках, була єдина сільськогосподарська політика. Її було розроблено і прийнято під тиском Франції, яка найбільше зацікавлена в розширенні збуту своїх сільськогосподарських товарів усередині ЄС. Протягом перехідного періоду були введені єдині ціни й правила регулювання ринків по всіх основних сільськогосподарських товарах, а також створений протекціоністський механізм торгівлі з третіми країнами.

Незважаючи на вжиті заходи, вільний рух товарів у межах «Спільного ринку» цілком забезпечено ще не було. Його стримували численні нетарифні перешкоди й відмінності в національному законодавстві та адміністративних правилах країн-учасниць.

Сильний імпульс західноєвропейській інтеграції дав у 70-ті роки новий етап НТР і зумовлена ним необхідність структурної перебудови економіки. Перед країнами Співтовариства постало завдання – об'єднати свої ресурси для подолання відставання від США та Японії у деяких сферах науки і технологій, насамперед у мікроелектроніці, біотехнології, виробництві нових матеріалів. Необхідність поглиблення інтеграції у науково-технологічній сфері активізувалася конкуренцією, що різко загострилася на світовому ринку, насамперед з боку американських та японських ТНК, зростаючою нестабільністю міжнародної валютної системи, екологічною кризою, яка розгорнулася в країнах Західної Європи, соціальним напруженням, пов'язаним зі зростанням безробіття.

Перед учасниками угруповання постали складні проблеми. Для підтримання досягнення рівня інтеграції та її подальшого розвитку були потрібні розробка і проведення спільної політики у сферах промисловості, транспорту, енергетики, охорони навколишнього середовища тощо. Назрівала необхідність формування економічного союзу, надзвичайно важливим елементом якого була б єдина валютна політика.

Другий етап становлення ЄС веде відлік з початку економічної кризи, яка охопила в середині 70-х років усі держави-члени Співтовариства.

Відтак посилилась тенденція до дезінтеграції, що виявилася, зокрема, в їхніх сепаратистських діях щодо захисту своїх економічних інтересів (запровадження обмежень імпорту з країн-учасниць, зміна курсів валют тощо). Валютний хаос 70-х років, доларова експансія США, «плавання» валют членів «Спільного ринку» не лише стали перепоною для реалізації планів створення економічного та валютного союзів, а й завдали шкоди підвалинам ЄС – митному союзові та єдиній сільськогосподарській політиці.

У 70-ті – на початку 80-х років розрив у рівнях економічного розвитку між країнами ЄС збільшився. А зі вступом до угруповання порівняно відсталої Греції (1981 р.) це проявилось ще помітніше.

Глибинні причини кризових явищ у ЄС – незавершеність і половинчастість багатьох інтернаціональних заходів, нечітке розмежування національної та наднаціональної компетенції в економічній політиці.

Третій етап, який почався з другої половини 80-х років, характеризується подальшим розширенням складу Співтовариства. У 1986 р. до нього приєдналися Іспанія та Португалія, що, втім, загостило міждержавні диспропорції, які існували раніше. Ці країни відставали за рівнями промислового розвитку та доходу на душу населення (приблизно половина середнього по ЄС), а зайнятість населення у сільському господарстві була в них надто великою. Разом з тим, цьому етапові властиві нові імпульси в розвитку західноєвропейської інтеграції. Це пов'язано з прийняттям у 1987 р. Єдиного європейського акту (ЄЄА), метою якого було створення умов для такої перебудови господарського механізму Співтовариства, яка б закріплювала досягнутий рівень та відкривала нові можливості на перспективу. Найбільший крок у цьому напрямку – принципова домовленість про створення єдиного ринку 12 країн-членів Співтовариства до 1993 р. Проте і до сьогодні в країн-учасниць зберігаються доволі суттєві відмінності в митному законодавстві, адміністративних правилах, існуванні податкових бар'єрів, що перешкоджає вільному пересуванню товарів, послуг, капіталів та робочої сили.

Сучасний етап інтеграційного процесу є етапом існування Європейського Союзу, в межах якого виник єдиний економічний простір відповідно до вимог Маастрихтського договору (підписаний 7 лютого 1992 р., набрав чинності 1 листопада 1993 р.).

Донедавна до складу ЄС як повноправні члени Союзу входили 15 країн: ФРН, Франція, Італія, Нідерланди, Бельгія, Люксембург, Великобританія, Данія, Ірландія, Португалія, Іспанія, Греція, Австрія, Швеція, Фінляндія.

1 травня 2004 р. ЄС поповнили 10 нових членів – Польща, Чехія, Словенія, Угорщина, Словаччина, Мальта, Кіпр, Естонія, Латвія, Литва. Після входження у 2007 році Болгарії та Румунії ЄС нараховує 27 країн-учасників.

Норвегія, Ісландія та Ліхтенштейн у різний час також подавали заяви про вступ до Європейського Союзу. Однак через ті чи інші причини (зокрема, негативні результати референдумів у Норвегії) так і не стали його членами. Однак ці країни є членами єдиної економічної зони ЄС без набуття членства.

Чорногорія отримала статус офіційного кандидата 17 грудня 2010 року.

Сербія отримала статус офіційного кандидата 1 березня 2012 року.

Албанія, Боснія і Герцеговина офіційно визнані потенційними кандидатами.

Під час створення Європейського Союзу були проголошені такі його завдання:

- 1) поступове усунення обмежень у торгівлі між країнами-учасницями;
- 2) введення спільного митного тарифу в торгівлі з третіми країнами;
- 3) ліквідація перешкод для вільного переміщення осіб, капіталів та послуг;
- 4) загальна політика в галузях транспорту та сільського господарства;
- 5) створення валютного союзу;
- 6) уніфікація податкових систем;
- 7) зближення законодавства країн-учасниць;
- 8) розроблення принципів узгодженої економічної політики.

Механізм функціонування ЄС базується на політико-правовій системі управління, яку становлять наднаціональні або міждержавні органи та елементи національно-державного регулювання.

Європейський Союз має свої наднаціональні законодавчі та виконавчі органи, до яких належать (табл. 10.2):

- Рада міністрів;
- Європейська Рада. Його робота проходить у формі нарад або сесій двічі на рік;
- Комісія Європейського Союзу;
- Європейський парламент;
- Суд ЄС.

Крім цих органів, існують інші консультативні органи та допоміжні установи – різні комітети, комісії, підкомісії, фонди регіонального регулювання.

Первинним законодавством і правовою основою ЄС є міждержавні угоди про створення і розширення ЄС та інші угоди про діяльність Союзу. Вони мають однакове тлумачення у всіх країнах-членах Союзу і підпадають під його юрисдикцію.

Законодавчими для усіх країн-членів ЄС, але з різним ступенем обов'язковості, є також регламенти, директиви, рішення, рекомендації та думки (табл. 10.2).

Законодавчі акти Європейського Союзу вищі за національні закони в таких сферах:

- зовнішньоторговельній;
- аграрної політики;
- торгового і цивільного права;
- податкового права.

Європейський Союз має власний, незалежний від країн-членів бюджет.

Дохідна частина бюджету ЄС формується за рахунок:

а) власних коштів, які складаються із ввізного мита, що компенсує різницю в цінах на сільгосппродукти в країні, котра імпортує, і на зовнішньому ринку; митних податків за загальним митним тарифом; частини податку на додану вартість; інших коштів;

б) внесків країн-членів (1,2 – 1,3% ВВП усіх країн).

## Законодавчі та виконавчі органи Європейського Союзу

Основні органи					
	<i>Рада міністрів</i>	<i>Європейська Рада</i>	<i>Комісія Європейсько-го Союзу</i>	<i>Європейський парламент</i>	<i>Суд ЄС</i>
<b>Характеристика</b>	законодавчий орган, на рівні якого приймаються рішення щодо реалізації єдиної політики ЄС	верховний орган, до складу якого входять глави держав і урядів країн-членів ЄС. Його робота проходить у формі нарад або сесій двічі на рік	виконавчий орган, який має право подавати на затвердження Ради Міністрів проекти законів	орган, що контролює діяльність комісії і затверджує бюджет	вищий судовий орган, який забезпечує виконання договорів і реалізацію основних принципів ЄС
Консультативні органи та допоміжні установи					
	<i>Регламенти</i>	<i>Директиви</i>	<i>Рішення</i>	<i>Рекомендації і думки</i>	
<b>Характеристика</b>	вищі від національних законів і мають на території країн-членів ЄС силу закону	містять загальні положення, які конкретизуються в спеціальних постановах країн-членів ЄС	спрямовані до конкретних адресатів, не є обов'язковими, хоча мають певне юридичне значення	не мають юридичного значення і не обов'язкові для виконання	

Найбільша частина бюджету ЄС використовується на проведення спільної аграрної політики, основою якої є субсидування внутрішніх та експортних цін. Внаслідок митних бар'єрів на аграрний ринок ЄС практично не надходять товари зі світового аграрного ринку, ціни на якому значно нижчі.

Якісно новий рівень західноєвропейського інтеграційного процесу визначається функціонуванням єдиного внутрішнього ринку (ЄВР). Ідея цього ринку виникла ще в 1982 р. і набула конкретного вигляду в детальній програмі Європейської комісії, відомої під назвою «Білої книги про створення внутрішнього ринку» (червень 1995 р.), яка містила плани 300 конкретних заходів із визначенням терміну їх виконання на шляху до ЄВР.

Прикордонні формальності, адміністративні умови, відмінності у податковому режимі, технічні, санітарні та економічні норми і стандарти, що діяли в кожній країні, не тільки заважали лібералізації міждержавних економічних зв'язків, а й стримували розвиток економік, їх інтегрування у єдиний господарський комплекс. Створення ЄВР стало новим каталізатором інтеграції, підсилювало відповідні тенденції на мікрорівні економік і передусім за рахунок зниження витрат виробництва. На такому ринку швидше

формується великі компанії, готові до конкуренції з іноземними суперниками в різних регіонах і секторах світового господарства.

Сукупність заходів, пов'язаних з усуненням фізичних бар'єрів у взаємній торгівлі країн ЄС, охоплювала повне скасування усіх прикордонних формальностей, національних заходів контролю за імпортом, спрощення огляду товарів та транспортних засобів, уніфікацію статистичної звітності, встановлення єдиних санітарних і ветеринарних норм.

У процесі формування єдиного внутрішнього ринку доволі важливою проблемою було збільшення відкритості ринків державних замовлень. Загальна сума державних замовлень (за винятком замовлень військового характеру) на початку 90-х років становила понад 550 млрд. єкю, або сьому частину ВВП Співтовариства. З 1986 по 1990 роки на основі прийнятих директив були відкриті для конкуренції ринки держзамовлень таких галузей, як телекомунікації, енергетика, транспорт і водопостачання, були прийняті нові директиви про державні закупівлі обладнання та матеріалів і про відкриття ринків громадських робіт.

Велику увагу було приділено реформуванню у податковій сфері, де передбачалися заходи у двох основних напрямках: гармонізація ставок податку на додану вартість та введення єдиних акцизних зборів та уніфікація податків на прибутки від цінних паперів і банківських вкладів.

Політика підтримки конкуренції у діяльності приватних європейських компаній спрямовувалася на розв'язання наступних проблем: злиття компаній та міжфірмове співробітництво; контроль за зловживаннями монопольним становищем на ринку.

Тобто функціонування ЄВР відчутно сприяло не лише ліквідації різних перешкод на шляху вільного руху всіх чинників відтворювального процесу, а й удосконаленню механізму його організації.

Як один з проявів поширення інтеграційних процесів у Європі слід розглядати угоду Європейського Союзу з **Європейською асоціацією вільної торгівлі (ЄАВТ)** про утворення Європейського економічного простору.

ЄАВТ створена в 1960 р. у Стокгольмі з метою полегшення і розширення торгівлі між країнами-членами: Австрією, Францією, Ісландією, Норвегією, Швецією, Швейцарією, Великобританією, Данією, Португалією. Країни, що об'єдналися у ЄАВТ, заперечували ідею повної інтеграції й утворення наднаціональних структур, інтеграція передбачалась тільки у формі вільної торгівлі. Асоціація не є таким стійким інтеграційним об'єднанням, як ЄС. Поступово вийшли з ЄАВТ і вступили в ЄС Великобританія, Данія, Португалія, Австрія, Швеція.

Сьогодні ЄАВТ є організацією з не дуже потужним внутрішнім ринком; до неї входять: Норвегія, Швейцарія, Ісландія і Ліхтенштейн. Головною метою організації є розвиток торгівлі між країнами-членами на умовах добросовісної конкуренції, сприяння розширенню світової торгівлі, усунення торговельних перешкод.

## **9.2. Сутність та цілі інтеграційних об'єднань Східної та Центральної Європи**

Сучасна (повоєнна) історія східноєвропейської інтеграції безпосередньо пов'язана з утворенням і відносно тривалим функціонуванням **Ради Економічної Взаємодопомоги (РЕВ)**. У різні роки РЕВ об'єднувала Албанію, Болгарію, Угорщину, В'єтнам, НДР, Кубу, Монголію, Польщу, Румунію, СРСР, Чехословаччину. Практична її діяльність тривала з 1949 р. до червня 1991 р. РЕВ функціонувала паралельно з ЄС понад 30 років. І хоча РЕВ становила форму інтеграції соціалістичних країн, її цілі були ідентичні цілям інтеграції ринкових економік Західної Європи. Проте механізм економічного співробітництва в рамках РЕВ спирався на міжурядові угоди, які виконувалися за допомогою командних методів і були спрямовані на централізований обмін товарами. Тому економічне співробітництво членів-країн РЕВ, яке здійснювалось через посередництво центральних державних органів, не заперечувало відкритості економік цих країн у взаємовідносинах між ними.

**Співдружність Незалежних Держав (СНД)** була заснована на Алмаатинській нараді 21 грудня 1991 р. представниками 11 незалежних країн (Азербайджану, Білорусі, Вірменії, Казахстану, Киргизстану, Молдови, Росії, Таджикистану, Туркменистану, Узбекистану, України). Рішення цієї наради стали завершальним кроком на шляху ліквідації СРСР, початок якій був покладений Біловезькою зустріччю 8 грудня 1991 р. голів парламентів України, Росії та Білорусі. Три прибалтійські республіки (Естонія, Литва та Латвія), суверенітет яких був фактично визнаний СРСР ще у вересні 1991 р., чітко визначили своє негативне ставлення до цієї організації. Азербайджан перші два роки не брав участі в роботі СНД і лише у вересні 1993 р. було підписано Алмаатинську декларацію. Грузія приєдналася до СНД у 1994 р. – також після зміни політичного режиму в країні. Сьогодні у діяльності Співдружності з різним статусом беруть участь 12 суверенних держав, тобто всі колишні радянські республіки, крім країн Балтії.

**Найважливішими віхами в розвитку СНД** можна назвати наступні:

1) 22 січня 1993 р. нарада Голів держав СНД прийняла Статут Співдружності, який визначив її функціональні та організаційні основи. Делегація України не підписала даного Статуту, оскільки не погодилася з тими статтями, що стосувалися створення наднаціональних органів та порушували її статус як позаблокової держави.

2) 24 вересня 1993 р. на спільному засіданні Глав держав та Глав урядів СНД було вирішено сформуванню Економічний Союз з метою активізації взаємного співробітництва у господарській сфері.

3) У грудні 1994 р. створено Міждержавний економічний комітет, завданням якого було посилення координації господарського співробітництва країн СНД.

4) У жовтні 1994 р. більшістю учасників наради Глав держав та Глав урядів Співдружності підписано Угоду про створення Платіжного союзу.

Проте через низький рівень господарської та фінансової стабільності національних економік даний союз не функціонує і до цього часу.

Незважаючи на велику кількість прийнятих вищим органом СНД документів, результативність діяльності цієї організації порівняно з іншими інтеграційними угрупованнями світу невисока, особливо в економічній галузі. Невисока ефективність характерна для головного економічного органу СНД – Міжнародного економічного комітету. На останній покладені такі завдання, як оперативне керівництво створенням зони вільної торгівлі та розвитком торговельно-економічних відносин, формування Митного й Платіжного союзів, удосконалення механізму розвитку виробничої кооперації, створення фінансово-промислових груп та інших транснаціональних структур, встановлення узгоджених тарифів на транспортні послуги, на постачання електроенергії, на послуги зв'язку тощо.

На практиці всі ці завдання або не були реалізовані (зокрема тривалий час гальмувалося формування зони вільної торгівлі), або отримали лише часткове втілення, чи вирішувалися на двосторонній основі.

В СНД до цього часу не віднайдено ефективної моделі взаємних економічних зв'язків, яка хоч би в основних рисах відповідала потребам стабілізації та розвитку національних економік, поглиблення співробітництва між суб'єктами господарської діяльності на взаємовигідній основі.

Сьогодні СНД відповідає рівневі зони преференційної торгівлі. Пропозиції уряду України щодо побудови механізму зони вільної торгівлі одержали підтримку в 2003 р. урядами Росії, Білорусі й Казахстану в рамках так званого Єдиного Економічного Простору (ЄЕП). Але це рішення поки що не втілюється у життя. У межах СНД утворюються локальні об'єднання з тісними зв'язками: Співтовариство Росії і Білорусі; ГУУАМ (Грузія, Україна, Узбекистан, Азербайджан, Молдова).

Першим європейським інтеграційним угрупованням, яке об'єднало держави, що досі розвивалися, ґрунтуючись на різних економічних та політичних моделях, стало **Чорноморське економічне співробітництво (ЧЕС)**. Засноване ЧЕС у 1992 р. на основі Стамбульської декларації і об'єднує 11 країн: Азербайджан, Албанію, Болгарію, Вірменію, Румунію, Туреччину, Україну, Грецію, Грузію, Молдову, Російську Федерацію. Основне завдання Чорноморської інтеграції полягає у створенні режиму вільного пересування товарів, послуг і капіталів з метою розширення виробничої кооперації і спільного підприємництва.

Серед інших інтеграційних угруповань Європи слід назвати наступні:

1) **Центральноевропейську угоду про вільну торгівлю (ЦЕФТА)**, утворену в 1993 р.; до її складу входять: Болгарія, Польща, Румунія, Словаччина, Словенія, Чехія, Угорщина.

2) **Раду держав Балтійського моря (РДБМ)**, утворена в 1992 р.; до неї входять 11 держав: Німеччина, Данія, Ісландія, Латвія, Литва, Норвегія, Польща, Росія, Фінляндія, Швеція, Естонія. Рада є координуючим органом країн Балтійського регіону і покликана сприяти більш тісному регіональному

співробітництву в економіці, зокрема в галузях транспорту, зв'язку, туризму, охорони довкілля.

1 березня 1993 р. набула чинності **Центральноєвропейська угода про вільну торгівлю** між Польщею, Чехією, Словаччиною та Угорщиною (Вишеградська четвірка), згідно з якою здійснюється політика поступового звільнення від кількісних обмежень і митних кордонів у торгівлі між членами четвірки.

Зміцненню стабільності у Європі за допомогою розширення співробітництва у різних галузях (політичній, економічній, культурній, науковій) сприяє регіональне об'єднання – **Центральноєвропейська ініціатива (ЦЄІ)**. Воно об'єднує такі країни-члени: Австрію, Боснію та Герцеговину, Хорватію, Чеську Республіку, Македонію, Угорщину, Італію, Польщу, Словацьку Республіку, Словенію, Албанію, Білорусь, Болгарію, Румунію, Україну. ЦЄІ підтримує різні проекти, які можна поділити на три категорії: інвестиційні проекти та відповідне техніко-економічне обґрунтування; організаційні проекти (навчання, дослідження, інформаційні системи тощо); культурні проекти (фестивалі, семінари, стипендії).

Європейський Союз підтримав ідею регіонального співробітництва як один із засобів сприяння країнам Центральної та Східної Європи у їх зусиллях трансформувати свої політичні та економічні структури.

### **9.3. НАФТА і розвиток економічної інтеграції у Північній Америці**

Одним з найбільших економічних угруповань світу є Північноамериканський ринок, який утворюють США, Канада та Мексика (понад 360 млн. споживачів у межах Північноамериканської угоди про вільну торгівлю (НАФТА)). На державному рівні американо-канадська Угода про вільну торгівлю була укладена в 1988 р., а в 1992 р. до неї приєдналась Мексика. Угода про вільну торгівлю передбачає: поступову ліквідацію тарифних і нетарифних обмежень у взаємній торгівлі; полегшення умов взаємних капіталовкладень; порядок врегулювання торгових конфліктів між її учасниками.

Передумови виникнення Північноамериканської зони вільної торгівлі склалися поступово. Вони знайшли прояв у доволі інтенсивному проникненні в мексиканську економіку транснаціональних корпорацій США, які закріпилися у ній цілою системою філій зі значними пільговими умовами виробничої і торговельної діяльності. Ці передумови склалися під впливом активної «американізації» провідних галузей канадської економіки.

Створенню «троїстого» інтернаціонального об'єднання у Північній Америці передував також досвід «вільної торгівлі» між Канадою і США, запровадженої відповідною угодою, підписаною у вересні 1988 р.

Про тісний зв'язок економіки Канади з економікою США свідчить хоча б той факт, що північноамериканські монополії контролюють майже



половину гірничовидобувної та понад 40% обробної промисловості в канадській економіці. У свою чергу, США значною мірою залежать від імпорту з Канади сировинних ресурсів. У Мексиці на частку ТНК США припадає понад 70% усіх іноземних інвестицій у провідні галузі національної економіки – автомобільну, хімічну, електротехнічну.

Наприкінці 80-х років починається серія консультацій і переговорів з приводу поглиблення та юридичного оформлення інтеграційних зв'язків між Мексикою і США. Звичайно ж, Канада не могла залишитись осторонь мексикансько-американського зближення: вона приєднується до переговорного процесу, який завершився у вересні 1992 р. підписанням тристоронньої угоди про створення Північноамериканської зони вільної торгівлі (North American Free Trade Agreement (NAFTA)). Згідно з цією угодою з січня 1994 р. розпочато формування найбільшого у світі ринку.

Північноамериканське інтеграційне об'єднання за основними економічними показниками перевищує Європейський Союз, а з поширенням зони вільної торгівлі на Латиноамериканський регіон підводить базу під створення міжконтинентального спільного ринку товарів і послуг.

*Специфічність НАФТА* визначається низкою характеристик, котрі певною мірою відрізняють її як від західноєвропейської, так і від інших моделей міжнародної економічної інтеграції.

По-перше, Північноамериканська зона вільної торгівлі має континентальні масштаби. У світовому господарстві – це перше інтеграційне угруповання з такою характеристикою. Воно об'єднує лише три, але доволі великі за територією, людськими ресурсами та економічним потенціалом країни.

По-друге, країни, що об'єднались у НАФТА, мають різні рівні економічного розвитку, тим паче, що рівень Мексики різко контрастує з рівнем США та Канади.

По-третє, яскраво вираженим центром Північноамериканської зони вільної торгівлі залишаються США – світовий лідер з величезним науково-технічним, технологічним потенціалом та конкурентноспроможною економікою. Основні торговельні та інвестиційні потоки в межах угруповання спрямовані переважно зі США або до США; більша частина зовнішньоторговельного обороту Канади (74%) і Мексики (65%) припадає на торгівлю зі США.

По-четверте, угода має широкомасштабний характер: вона охоплює виробничу сферу, міжнародну торгівлю, фінансові відносини між країнами-інтегрантами, інвестиційну діяльність, розширює вільний рух капіталів, необмежений вивіз прибутків і доходів, поглиблює лібералізацію взаємної торгівлі, регулює порядок міграції робочої сили тощо.

По-п'яте, країни-члени НАФТА є водночас і атлантичними, і тихоокеанськими, вони майже рівновіддалені від двох інших потужних світових економічних регіонів – Західної Європи та Азійсько-Тихоокеанського регіону, що дає можливість рівномірно розвивати економічні зв'язки з ними і суттєво впливати на розвиток цих зв'язків.

На відміну від Європейського Союзу, що піднявся на найвищий інтеграційний щабель, НАФТА не має досконалої структури наднаціональних органів регулювання тристоронніх відносин, що на даний час цілком влаштовує Канаду й Мексику, які вбачають у ній загрозу своїй політичній та економічній незалежності.

Особливість угоди про НАФТА також у тому, що вперше у світовій практиці в системі світових господарських зв'язків інтеграційне угруповання об'єднало найбільш високо розвинуті країни сучасності з однією з країн, що розвивається, яка ледь піднялася до рівня «нових індустріальних середніх держав».

Спільний для трьох сторін інтерес у тому, щоб об'єднаними зусиллями протистояти посиленню впливу західноєвропейського інтеграційного об'єднання в особі ЄС.

Кожна з трьох країн-учасниць має економічні інтереси в НАФТА і, звісно, кожна з них плекає надію за допомогою вільної торгівлі реалізувати ці інтереси.

США прагнуть насамперед посилити могутність північноамериканського «центру» і його вплив на світове господарство, розширити безмитний ринок реалізації продукції власних товаровиробників, зміцнити позиції національного капіталу ТНК в економіці Мексики та Канади, збільшити доступ до мексиканських і канадських економічних ресурсів, через Мексику поширити вплив на всю Латинську Америку в дусі відомої політики панамериканізму.

Канада сподівається позбутись протекціоністських обмежень з боку законодавства США і в такий спосіб підвищити конкурентоспроможність товарів своїх виробників на ринках США; суттєво збільшити товарооборот з Мексикою, який раніше був незначним.

Мексика має за мету за допомогою вільної торгівлі отримати доступ до досягнень науково-технічного прогресу для створення потужних засад модернізації національної економіки.

Зона вільної торгівлі за участю трьох названих країн робить їх повністю незалежними від зовнішніх поставок енергоресурсів. Виробники кожної з трьох країн отримують необмежений доступ на ринки двох інших. Сільське господарство і промисловість Канади та Мексики значно виграють, якщо використовуватимуть розроблені в США технологічні процеси. Поширення сучасної технології особливо сприятливе для Мексики, оскільки воно вплине на зниження рівня безробіття, яке в неї особливо велике. Винесення ж у Мексику американських виробництв дасть змогу північноамериканській продукції ефективніше конкурувати з товарами з Японії, Західної Європи та Південно-Східної Азії.

Учасники НАФТА проголосили своєю головною метою створення не спільного ринку західно-європейського зразка, а зони вільної торгівлі, яка дала б можливість кожній країні-інтегранту без перешкод і обмежень розвивати економічні відносини з іншими державами та регіонами.

Угода про Північноамериканську зону вільної торгівлі дає можливість практичного розв'язання важливих питань не лише торгівлі, а й усього взаємного співробітництва, а саме:

1) у митній сфері: згідно з угодою країни-інтегранти зробили суттєвий крок до скасування митних обмежень – США на 84% і Канада на 79% мексиканського експорту (за винятком нафтопродуктів); Мексика ліквідувала митні обмеження на 43% товарів із США і 41% товарів з Канади;

2) в інвестиційній сфері: запроваджений інвестиційний механізм не передбачає будь-яких обмежень у діяльності іноземних інвесторів; при цьому гарантуються конвертованість національної валюти і можливість переказів за кордон;

3) у виробничій сфері: угодою передбачено створення режиму найбільшого сприяння місцевим фірмам; зі сфери дії угоди вилучені галузі, які відповідно до Конституції перебувають у винятковій компетенції держави;

4) у невиробничій сфері: запроваджено режим найбільшого сприяння у взаємовідносинах між державами-інтегрантами;

5) у фінансовій сфері: вся система розрахунків залишається під контролем держав; під дію угоди про НАФТА не підпадають політика грошового обігу та обміну валют, а також діяльність із соціального страхування та капітального будівництва.

Значення НАФТА характеризується не лише кількісними показниками, не менш важливими є й інші параметри. Утвердження північноамериканського інтеграційного економічного блоку переконливо засвідчує, що політична воля, готовність до співробітництва на рівних, наявність конструктивних підходів здатні подолати розбіжності й суперечності та вивести на шлях зближення і взаємодоповнюваності національних економік, сприяти поглибленню взаєморозуміння і подальшому економічному зростанню країн-інтегрантів.

#### **9.4. Особливості розвитку інтеграційних процесів в Азії**

За повоєнні десятиліття в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні (АТР) поступово склалася регіональна система поділу праці, що стала основою інтенсивного господарського зближення країн регіону. Можна виокремити *декілька груп держав, які помітно відрізняються за рівнем розвитку і тому доволі слабо конкурують між собою.*

Перша група – безумовні лідери регіону США та Японія, на які припадає 80% ВВП країн АТР. Основу їхньої економічної могутності становлять технічні переваги, місткість внутрішніх ринків, ефективність механізмів нагромадження капіталів та розвиток сфери послуг.

Другу групу становлять інші розвинуті держави – Канада, Австралія, Нова Зеландія. Ці країни володіють значними природними багатствами, тому

в них доволі розвинуті сировинні галузі, проте відчутно бракує трудових ресурсів.

Третю групу утворюють «нові індустріальні країни» (НІК) Східної Азії – Південна Корея, Сінгапур, Тайвань, Гонконг, які на початок 90-х років підійшли до межі трудомісткої спеціалізації. Уразливим місцем в економіці цих країн можна вважати бідність природних ресурсів, недостатність розвитку фундаментальних наук та асигнувань на науково-дослідні роботи.

Четверта група – країни Асоціації країн Південно-Східної Азії (АСЕАН), які мають великий ринок, чималі трудові ресурси та унікальні природні багатства: на них припадає 85% світового виробництва натурального каучуку, 83% пальмової олії, 67% олова та копри, 60% видобутку міді, а також значна частина видобутку нафти (Бруней, Індонезія, Малайзія, В'єтнам) і деревини. Через те країни АСЕАН мають порівняльні переваги у сировинних і трудомістких галузях обробної промисловості.

До п'ятої групи входить одна країна – Китай, включення економіки якого до системи внутрішньорегіонального ринку відбувається насамперед за рахунок розвитку трудомістких виробництв. Порівняльні переваги економіки Китаю також пов'язані з багатими природними ресурсами (162 види корисних копалин), з дуже великим населенням, з раніше створеною значною базою капіталомістких галузей обробної промисловості, яка потребує технологічної модернізації. Має Китай і науково-дослідну базу, котра забезпечує прориви світового значення на окремих напрямках – у галузі космічної промисловості, у супутниковому зв'язку, в окремих видах електроніки. Слабкими місцями китайської економіки є недостатність капітальних ресурсів, сучасних технологій, доведених до етапу масового впровадження, і внаслідок цього – низька якість продукції.

Широка розбіжність показників між країнами регіону свідчить про високе взаємодоповнення економік, про існування основи для багатостороннього співробітництва. Фактично в регіоні склалася багатоярусна система поділу праці, де окремі країни залежно від рівня свого розвитку займають певний щабель, при цьому слабо конкуруючи між собою, якщо абстрагуватися від конкуренції Японії та США.

**Особливості міжнародного поділу праці в АТР** зводяться до наступних п'яти.

1. Головна особливість – це багатоярусність системи поділу праці в регіоні.

2. У системі регіонального поділу праці, що сформувалася, економіка НІК, АСЕАН, певною мірою Китаю тісно прив'язана до господарських комплексів Японії та США.

3. Становлення системи поділу праці в регіоні супроводжувалося його поглибленням, що виразилося у переході від вертикального до горизонтального поділу праці. Якщо раніше переважав обмін сировинних товарів на промислові вироби, то нині переважає обмін готовою продукцією.

4. Поділ праці в регіоні має міжгалузевий і внутрішньогалузевий характер. Наприклад, Японія фактично передала в країни Південно-Східної

Азії трудомісткі виробничі процеси – виробництво тканин, прядива, одягу, текстильних машин – і перейшла до імпорту цих товарів з них. Щодо внутрішньогалузевого характеру поділу праці, то Японія експортує в НІК Східної Азії спеціальні сталі, високотехнологічні електронні прилади промислового призначення (комп'ютери, обладнання зв'язку тощо), а імпортує з них звичайну сталь, побутові електротехнічні та електронні товари.

5. Система поділу праці в регіоні склалася за участю ТНК (передусім японських та американських), які, створюючи мережу підприємств у країнах регіону, прагнули використовувати порівняльні переваги країн.

У процесі посилення економічної взаємодії та співробітництва країн АТР більш активну роль відіграють Японія, США, НІК Східної Азії, Канада, Австралія, Нова Зеландія, Китай та В'єтнам. При цьому особливе самостійне значення має азійська підсистема Японія – НІК – АСЕАН – Китай, В'єтнам. Саме для цих країн характерні високі випереджувальні темпи розширення взаємних зв'язків у сферах інвестування капіталу, торгівлі, формування міжфірмових контактів.

Основними інтеграційними утвореннями в Азії є **Асоціація Південно-Східної Азії (АСЕАН)**, яка утворена в 1967 р. і включає дев'ять країн (Бруней, Малайзію, Індонезію, Таїланд, Сінгапур, В'єтнам, Камбоджу, Лаос та Філіппіни) та **Азіатсько-Тихоокеанське економічне співробітництво (АТЕС)**, засноване в 1989 р.

Модель інтеграції АСЕАН відрізняється від моделі північноамериканської та західноєвропейської тим, що інтегрування там йшло від створення єдиного ринку до економічного, валютного та політичного союзу, що супроводжувалось формуванням і зміцненням наднаціональних структур. В АСЕАН же інтеграційні процеси найбільш міцно охоплюють мікрорівень на основі діяльності ТНК. Кожна з країн АСЕАН тісно пов'язана з економікою Японії, США та з новими індустріальними державами Азії (Гонконгом, Південною Кореєю, Тайванем). Відповідно значна частина їх зовнішньої торгівлі припадає на торгівлю між місцевими філіями японських, американських, канадських, а також тайванських і південно-корейських корпорацій.

Країни АСЕАН намагаються співробітничати в багатьох сферах, включаючи промисловість і торгівлю. У галузі промисловості робиться наголос на реалізацію спільних проектів і створення у різних країнах-учасницях середніх за розмірами галузей. У таких галузях 60% власності контролюється країною-господаркою, 40% – рештою членів АСЕАН.

За чверть століття свого існування АСЕАН успішно сприяла формуванню субрегіону вільної торгівлі. Однак в цілому процес оформлення економічних організацій у цьому регіоні істотно відставав від розвитку подій у Європі й Америці, хоча він і перетворюється у величезного імпортера капіталу.

Найбільшим у світі за територією і населенням інтеграційним угрупованням є **Азіатсько-Тихоокеанське економічне співробітництво**

(АТЕС). Засновниками цього інтеграційного утворення стали 12 країн: Японія, США, Канада, Австралія, Нова Зеландія, Малайзія, Індонезія, Філіппіни, Таїланд, Сінгапур, Бруней та Південна Корея. Поступово до них приєдналися ще дев'ять країн: у 1991 р. – Гонконг, Тайвань, Китай, у 1993 р. – Мексика та Папуа-Нова Гвінея, у 1994 р. – Чилі, в 1997 р. – Росія, Перу та В'єтнам. Частка країн АТЕС у світовому ВВП становить 54%, у світовій торгівлі – 42%, у золото-валютних резервах – 80%.

За своїм характером, цілями, концепцією, навіть за складом учасників АТЕС виглядає як нетипове для сучасності регіональне угруповання. Вперше економічне об'єднання створюють держави дуже відмінні за умовами та рівнем економічного розвитку, за структурою економіки культури, релігії, національної психології, історичними й політичними традиціями. Крім того, промислово розвинуті держави і країни, що розвиваються, діють тут як партнери.

Особливість АТЕС як інтеграційного об'єднання і в тому, що його учасниками є дві великі держави – США та Японія.

Подальший розвиток інтеграційного процесу в регіоні значною мірою обумовлюється взаємовідносинами саме між цими державами.

Нетрадиційність АТЕС і в тому, що його членами стали США, Канада і Мексика, які вже входять до самостійного інтеграційного об'єднання НАФТА.

Головною метою організації є узгодження політики в галузі торгівлі та інвестицій, співробітництво в таких галузях, як енергетика, транспорт, телекомунікації, туризм, охорона довкілля.

АТЕС та АСЕАН – це не єдині можливі варіанти міждержавного економічного об'єднання у регіоні.

Серед інших інтеграційних об'єднань Азії й Азіатсько-Тихоокеанського регіону виокремлюють:

1) «План Коломбо» зі спільного економічного й соціального розвитку в Азії й Тихому океані; утворений в 1951 р. і сполучає 24 держави Південної, Південно-Східної, Східної Азії, а також США, Австралію;

2) Асоціацію регіонального співробітництва Південної Азії (СААРК); утворена в 1985 р., до неї належать 7 країн регіону (Бангладеш, Бутан, Індія, Мальдиви, Непал, Пакистан, Шрі-Ланка).

Крім того, в останнє десятиліття відбувається активний пошук різноманітних структур співробітництва на субрегіональному рівні, з меншим числом учасників. Найбільший резонанс має ініціатива Малайзії створити **Східноазійський союз** (САС бо ЕАЕС – East Asia Economic Caucus) у складі Японії, АСЕАН, Тайваню, Південної Кореї, Сінгапуру, Китаю, можливо, В'єтнаму та М'янми. Автори цієї ідеї підкреслюють, що це не новий торгово-економічний блок, а лише група у складі АТЕС, завдання якої зводяться до наступних: представництво спільних інтересів східно-азійських країн у міжнародних організаціях, у тому числі в АТЕС; сприяння зростанню товарообміну між названими країнами; ліквідація перешкод розширенню

міжнародної торгівлі; ведення переговорів з об'єднанням НАФТА. Але ідея створення САС поки що не дістає широкої підтримки.

### **9.5. Специфіка латиноамериканських інтеграційних угруповань**

Дослідженнями Міжамериканського банку розвитку виявлено три моделі інтеграції у Латинській Америці:

- 1) спільний ринок;
- 2) зону вільної торгівлі;
- 3) модель часткових економічних преференцій (переваг, пільг, привілеїв).

Прикладом спільного ринку є **Андська група** (Андський пакт або Картахенська угода), яка утворена в 1969 р. До неї увійшли: Болівія, Перу, Еквадор, Венесуела. Андська група передбачає: єдині зовнішні тарифи; обмеження припливу іноземних інвестицій; інтеграційну політику в економічній та соціальній сферах.

Такі ж цілі ставлять перед собою наступні угруповання.

1) **Центральноамериканський спільний ринок (ЦАСР)**, створений в 1960 р., який об'єднав п'ять країн (Коста-Ріку, Сальвадор, Гватемалу, Гондурас, Нікарагуа).

2) **Співтовариство і спільний ринок Карибського басейну (КАРІКОМ)**, створений в 1973 р.; включає 14 країн (Антигуа і Барбуда, Гайана, Монтсеррат, Сент-Крістофер і Невіс, Сент-Вінсент і Гренадіни, Тринідад і Тобаго, Сент-Люсія, Супінам, Ямайка).

3) **Спільний ринок країн Південного Конуса (МЕРКОСУР)**, створений у березні 1991 р.; включає чотири країни (Аргентину, Бразилію, Парагвай, Уругвай).

**Андська група** мала за мету розвивати промисловість у своєму субрегіоні і розміщувати підприємства в країнах-учасницях, що повинно було сприяти їх подальшому розвитку, але регіональні політичні та економічні проблеми завадили групі у повній мірі скористатися перевагами інтеграції, оскільки менше 5% від сукупного торговельного обігу країн-учасниць припадало на їх торгівлю одна з одною. Вихідна мета створення регіональної промисловості перетворилась у практику надання допомоги дрібним та середнім підприємствам регіону.

**ЦАСР** вдалося усунути приблизно 80% торговельних обмежень серед країн-учасниць. Серйозною причиною труднощів в асоціації стало те, що вигоди від інтеграції непропорційно більше отримували більш розвинуті країни-учасниці, а також політичні проблеми, які перешкоджали подальшому прогресу.

Члени **Карибського співробітництва (КАРІКОМ)** розширили співробітництво, поставивши за мету досягнення повної економічної інтеграції. Основні завдання співробітництва – це: вільне переміщення в

регіоні товарів і капіталу, вироблення єдиних зовнішніх тарифів, перегляд правил визнання походження товарів, гармонізація інвестиційних стимулів, координація політики розвитку торгівлі і бізнесу, а також фінансової політики, створення кредитно-грошового союзу.

Торговий пакт, укладений країнами **МЕРКОСУР**, набув чинності з 1 січня 1995 р., метою якого було створення нового потужного регіонального торговельно-економічного блоку, що об'єднує країни з населенням загальною чисельністю понад 200 млн. осіб і сумарним ВВП більш ніж 550 млрд. дол. США. Результатом такого об'єднання є те, що 90% взаємної торгівлі країн-членів звільняється від будь-яких тарифних бар'єрів, а щодо імпорту з третіх країн вводиться загальна тарифна структура та митні правила.

МЕРКОСУР – одне з найдинамічніших економічних угруповань у сучасному світі. Країни даного об'єднання прагнуть до встановлення ділових стосунків з іншими інтеграційними угрупованнями. Так, у 1995 р. МЕРКОСУР підписав з Європейським Союзом Рамкову угоду про розширення співробітництва, згідно з якою передбачено створення зони вільної торгівлі між двома регіональними об'єднаннями.

Найкращими прикладами зон вільної торгівлі були:

1) Латиноамериканська асоціація вільної торгівлі (ЛАВТ), яка була створена в 1960 р. і проіснувала до 1980 р.;

2) Карибська асоціація вільної торгівлі (КАРАФТА), що була створена в 1965 р. і проіснувала до 1973 р.

Проте зазначені організації не реалізували поставлених цілей: ліквідації торговельних бар'єрів та зниження митних стягнень. Головною причиною їх краху стало те, що країни-учасниці торгували більше з США, ніж одна з одного.

Модель часткових економічних преференцій найкраще відображає Латиноамериканська асоціація інтеграції (ЛААІ), яка утворена в 1980 р. і об'єднує 11 країн (Аргентину, Болівію, Бразилію, Чилі, Колумбію, Еквадор, Мексику, Перу, Уругвай, Венесуелу, Парагвай). Проте до 1998 р. лише 10,7% торговельного обігу членів ЛААІ припадало на торгівлю всередині організації. Замість скасування прикордонних тарифів ЛААІ розробила більш гнучку систему регіональних пільгових митних зборів та інші форми економічного співробітництва, але не запропонувала графіка переходу до справжнього спільного ринку.

## **9.6. Основні економічні угруповання Африки**

Процес економічного розвитку країн Африки в цілому характеризується суперечливими тенденціями. Вузькість внутрішніх ринків, зростання соціальної напруженості, дефіцит власних кваліфікованих кадрів, низькі виробнича культура та дисципліна праці – всі ці проблеми, пов'язані з незадовільним станом споживання, стали негативно позначатися на загальній



динаміці капітальних вкладень, на їх структурі. Уповільнився приплив до ключових галузей капіталів, що суттєво знижувало темпи економічного зростання.

Через орієнтованість економік країн Африки на закордонні ринки важлива роль у забезпеченні їх економічного розвитку належить зовнішньоторговельним зв'язкам, тобто вирішенню питань спільного ринку та ефективному розвитку їх зовнішньоекономічної діяльності.

Найбільшою з африканських інтеграційних груп країн є **ЕКОВАС (Економічне співтовариство країн Західної Африки)**. До його складу входять 16 країн Африки: Бенін, Гамбія, Гана, Гвінея, Ліберія, Малі, Мавританія, Нігерія, Буркіна-Фасо, Кот-д'Івуар, Кабо-Верде, Гвінея-Бісау, Нігер, Сенегал, Сьєра-Леоне, Того.

Основні зусилля співтовариства спрямовані на ліквідацію внутрішніх тарифів та встановлення єдиного зовнішнього тарифу, що повинно перетворити ЕКОВАС у митний союз на зразок Європейського Союзу. Проте вирішення даного питання є доволі проблематичним, оскільки в регіоні існують й інші види міждержавного співробітництва, а також те, що країни-учасниці цієї організації не в повній мірі зацікавлені в успішній її діяльності.

До інших інтеграційних угруповань Африки належать:

– **Митний та економічний союз Центральної Африки (ЮДЕАК)**; об'єднує 6 країн: Габон, Камерун, Конго, Центральноафриканську Республіку, Чад, Екваторіальну Гвінею;

– **Спільний ринок Східної і Південної Африки (КОМЕСА)**; об'єднує 20 країн регіону;

– **Південноафриканське співтовариство розвитку (САДК)**; об'єднує 11 країн регіону.

Африканські країни настільки бідні, а їх економічна активність настільки низька, що бази для їх співробітництва поки що практично нема. Майже всі африканські країни сподіваються в першу чергу на сільське господарство та мінеральні ресурси як основні джерела доходу і прибутку від експорту. Тому відсутні серйозні підстави для зниження бар'єрів на шляху просування первинних ресурсів. Промисловість у переважній більшості країн перебуває на дуже низькому рівні розвитку, тому більше потребує захисту, ніж відкриття ринків для вільної конкуренції, що суттєво ускладнює процеси створення зон вільної торгівлі. Відповідно існуючі групи намагаються співробітничати й в інших сферах, зокрема у наданні транспортних послуг, розвитку інфраструктури, реалізації дрібних промислових проектів тощо.



### **Контрольні запитання**

1. Визначте природу міжнародної економічної інтеграції та її характерні ознаки.

2. Під впливом яких найсуттєвіших чинників відбувається сучасна міжнародна економічна інтеграція?
3. Проаналізуйте еволюцію західноєвропейської інтеграції.
4. Які передумови створення ЄС?
5. Які особливості внутрішнього ринку Європейського Союзу та механізму його регулювання?
6. Назвіть джерела поповнення бюджету Європейського Союзу та основні його видатки.
7. Які основні завдання Європейського Союзу?
8. Охарактеризуйте сутність та цілі інтеграційних угруповань Східної та Центральної Європи.
9. Назвіть основні етапи розвитку Співдружності Незалежних Держав (СНД).
10. Вкажіть передумови виникнення Північноамериканської зони вільної торгівлі.
11. Проаналізуйте специфічність інтеграційного процесу в межах Північноамериканської зони вільної торгівлі (НАФТА).
12. Які важливі питання взаємного співробітництва дає можливість вирішити Угода про Північноамериканську зону вільної торгівлі?
13. Назвіть особливості міжнародного поділу праці в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні.
14. Визначте цілі Асоціації Південно-Східної Азії (АСЕАН).
15. У чому полягають особливості Азіатсько-Тихоокеанського економічного співробітництва (АТЕС)?
16. Які основні моделі інтеграції існують у Латинській Америці?
17. Які інтеграційні угруповання Латинської Америки можна віднести до: 1) зони вільної торгівлі; 2) спільного ринку; 3) моделі часткових економічних преференцій.
18. Охарактеризуйте основні економічні угруповання Африки.

## **СЕМІНАРСЬКЕ ЗАНЯТТЯ**

### ***Тема 9. Сучасний стан і перспективи розвитку світових інтеграційних процесів***

#### **Ключові терміни**

**Міжнародна економічна інтеграція** є вищою формою інтернаціоналізації господарського життя, що передбачає зближення і взаємоприспосовування усіх структур національних господарств.

**Глобалізація** означає тісну взаємодію і переплетення економічних, політичних, соціальних, правових, інформаційних, культурних та інших

трансакцій на світовому терені; поширення безпосередніх і опосередкованих зв'язків між суб'єктами економічної діяльності всіх країн світу; формування єдиної (глобальної) для всього світового суспільства системи світогосподарських відносин.

**Регіоналізація** – це поглиблення міжнародних зв'язків на компактному просторі, що зветься регіоном.

**Регіональна інтеграція** – процес розширення економічного і виробничого співробітництва, об'єднання національних господарств двох і більше суверенних держав, який передбачає утворення єдиного економічного регіону.

**Регламенти** є вищим від національних законів і мають на території країн-членів ЄС силу закону.

**Директиви** містять загальні положення, які конкретизуються в спеціальних постановах країн-членів ЄС.

**Співдружність Незалежних Держав (СНД)** була заснована на Алмаатинській нараді 21 грудня 1991 р. представниками 11 незалежних країн (Азербайджану, Білорусі, Вірменії, Казахстану, Киргизстану, Молдови, Росії, Таджикистану, Туркменистану, Узбекистану, України).

Першим європейським інтеграційним угрупованням, яке об'єднало держави, що досі розвивалися, ґрунтуючись на різних економічних та політичних моделях, стало **Чорноморське економічне співробітництво (ЧЕС)**.

Одним з найбільших економічних угруповань світу є Північноамериканський ринок, який утворюють США, Канада та Мексика (**НАФТА**). На державному рівні американо-канадська Угода про вільну торгівлю була укладена в 1988 р., а в 1992 р. до неї приєдналась Мексика.

**Андська група** (Андський пакт або Картагенська угода) – утворена в 1969 р. До неї увійшли: Болівія, Перу, Еквадор, Венесуела. Андська група передбачає: єдині зовнішні тарифи; обмеження припливу іноземних інвестицій; інтеграційну політику в економічній та соціальній сферах.



### **Питання для опрацювання:**

- 9.1.** Основні етапи розвитку західноєвропейської інтеграції.
- 9.2.** Сутність та цілі інтеграційних об'єднань Східної і Центральної Європи.
- 9.3.** НАФТА і розвиток економічної інтеграції у Північній Америці.
- 9.4.** Особливості розвитку інтеграційних процесів в Азії.
- 9.5.** Специфіка латиноамериканських інтеграційних угруповань.
- 9.6.** Основні економічні угруповання Африки.



## Обов'язкові та додаткові завдання

### Завдання 1.

Визначте назву створення інтеграційних об'єднань за рівнем їх розвитку, роком створення та країнами-членами

Рівень	Назва	Рік створення	Країни-члени
Преференційна торговельна угода		1. 1994р.	ЄС, Беларусь, Казахстан, Росія, Україна
		2. 1991-1995 рр.	Болгарія, Чехія, Угорщина, Польща, Румунія, Словаччина, Естонія, Латвія, Литва, Словенія
Зона вільної торгівлі (ЗВТ)		1.	Австрія, Великобританія, Данія, Швейцарія, Фінляндія, Ісландія, Ліхтенштейн, Португалія, Норвегія, Швеція. В 1972р. з ЄАВТ вийшли Великобританія та Данія, в 1986р. – Португалія, в 1995р. – Австрія, Фінляндія, Швеція
		2. 1993р.	Естонія, Латвія, Литва
		3. 1990р.	Угорщина, Польща, Чехія, Словенія
		4. 1992р.	Угорщина, Польща, Чехія, Словаччина, Словенія
		5. 1994р.	Канада, Мексика, США
		6. 1983р.	Австралія, Нова Зеландія
		7. 1989р.	21 країна-учасниця Азії, Північної та Південної Америки: Австралія, Бруней, Малайзія, Сінгапур, Таїланд, Нова Зеландія, Індонезія, Гвінея, Філіппіни, Тайвань, Гонконг, Китай, Південна Корея, Японія, США, Канада, Чилі; з 1997р. – В'єтнам, Перу, РФ
Митний союз		1. 1961р.	Коста-Ріка, Сальвадор, Гватемала, Гондурас, Нікарагуа
		2. 1964р.	Єгипет, Ірак, Йорданія, Лівія, Мавританія, Сирія, Йемен
Спільний ринок		1. 1960р.	Аргентина, Болівія, Бразилія, Чилі, Колумбія, Еквадор, Мексика, Перу, Уругвай, Венесуела, Парагвай
		2. 1991р.	Аргентина, Бразилія, Уругвай, Парагвай
		3. 1973р.	Антигуа і Барбуда, Багамські острови, Барбадос, Беліз, Домініка, Гренада, Гайана, Ямайка, Монтсеррат, Сент-Кітс і Невіс, Сент-Лусія, Сент-Вінсент і Гренадіни, Тринідад і Тобаго; 13 держав
		4. 1969р.	Болівія, Колумбія, Еквадор, Перу, Венесуела
		5. 1981р.	Бахрейн, Кувейт, Оман, Катар, Саудівська Аравія, ОАЕ
		6. 1967р.	Індонезія, Філіппіни, Бруней, Сінгапур, Малайзія, Таїланд, 1995р. – В'єтнам

Економічний союз	1. 1957р., 1993р.	Австрія, Бельгія, Великобританія, Данія, Німеччина, Греція, Ірландія, Іспанія, Італія, Люксембург, Нідерланди, Португалія, Фінляндія, Франція, Швеція
	2. 1948р.	Бельгія, Нідерланди, Люксембург
	3. 1992р.	Вірменія, Азербайджан, Беларусь, Грузія, Казахстан, Киргизія, Молдова, Росія, Таджикистан, Туркменистан, Україна, Узбекистан
	4. 1989р.	Алжир, Лівія, Мавританія, Марокко, Туніс
	5. 1994р.	Бенін, Буркіна-Фасо, Кот-д'Івуар, Малі, Нігерія, Сенегал, Того
	6. 1973р.	Ангола, Ботсвана, Лесото, Малаві, Мозамбік, Намібія, Свазіленд, Танзанія, Замбія і Зімбабве, ПАР, Мавританія
	7. 1975р.	Бенін, Буркіна-Фасо, острови Зеленого Мису, Кот-д'Івуар, Гамбія, Гана, Гвінея, Гвінея-Бісау, Ліберія, Малі, Мавританія, Нігер, Нігерія, Сенегал, Сьєрра-Леоне, Того; 16 країн

### Завдання 2.

У таблиці наведено експорт товарів регіональними торговельними угрупованнями у 2009 р. Визначте частку кожного угруповання у світовому експорті та надайте пояснення такому стану.

Регіональне угруповання	Обсяг, млрд. дол. США	Частка у світовому експорті, %
ЄС (27)	4553	
НАФТА (3)	1602	
АСЕАН (10)	811	
МЕРКОСУР(4)	217	
СНД (11)	450	
ОЧЕС (11)	555	
<b>Світовий експорт</b>	<b>12419</b>	<b>100</b>



### **Тестові завдання.**

1. Сучасна міжнародна економічна інтеграція відбувається під впливом таких найсуттєвіших чинників:

- а) спеціалізація;
- б) урбанізація;
- в) регіоналізація;
- г) глобалізація.

2. Розташуйте етапи, які проходить міжнародна економічна інтеграція в порядку їх послідовності:

- а) економічний союз;
- б) митний союз;
- в) спільний ринок;
- г) повна інтеграція;
- д) зона вільної торгівлі.

3. *Європейський Союз утворився у:*

- а) 1947 році;
- б) 1957 році;
- в) 1967 році.

4. *Європейський Союз утворився на базі злиття органів трьох раніше самостійних регіональних організацій, створених шісткою провідних європейських країн:*

- а) ФРН, США, Франція, Італія, Нідерланди, Бельгія;
- б) ФРН, Франція, Італія, Нідерланди, Бельгія, Люксембург;
- в) ФРН, Канада, Італія, Франція, Бельгія, Люксембург.

5. *Як називається спільна грошова одиниця Європейського економічного і валютного союзу?*

- а) екю;
- б) євродолар;
- в) євро;

г) за назвою національних валют країн-членів ЄВС: євромарка, єврофранк, євроліра, єврогульден тощо.

6. *Законодавчі акти Європейського Союзу вищі за національні закони в таких сферах:*

- а) промислової політики;
- б) аграрної політики;
- в) соціального права;
- г) податкового права;
- д) торгового права.

7. *Співдружність Незалежних Держав (СНД) була заснована:*

- а) 21 грудня 1990 р.;
- б) 20 листопада 1991 р.;
- в) 21 грудня 1991 р.;
- г) 25 грудня 1992 р.

8. *До інтеграційних угруповань Східної Європи належать:*

- а) АСЕАН;
- б) НАФТА;
- в) КАРІКОМ;
- г) МЕРКОСУР;
- д) ЧЕС;
- е) ЦЕФТА.

9. *Північноамериканський ринок (НАФТА) утворюють:*

- а) США, Німеччина, Канада;
- б) Канада, Мексика, Німеччина;
- в) Франція, США, Канада;

г) США, Канада, Мексика.

10. Яке інтеграційне угруповання у системі світових господарських зв'язків об'єднало найбільш високорозвинуті країни сучасності з однією із країн, що розвиваються?

- а) Європейський Союз (ЄС);
- б) Асоціація країн Південно-Східної Азії (АСЕАН);
- в) Північноамериканська зона вільної торгівлі (НАФТА);
- г) Організація Азіатсько-Тихоокеанського економічного співробітництва (АТЕС).

11. Яке інтеграційне угруповання має континентальні масштаби:

- а) Європейський Союз;
- б) Співдружність Незалежних Держав;
- в) Азіатсько-Тихоокеанський регіон;
- г) Північноамериканська зона вільної торгівлі.

12. Серед наведених груп держав Азійсько-Тихоокеанського регіону, безумовними лідерами є:

- а) Канада;
- б) Австралія;
- в) Китай;
- г) В'єтнам;
- д) Японія;
- е) Нова Зеландія;
- є) США;
- ж) Гонконг.

13. Особливостями Азіатсько-Тихоокеанського економічного співробітництва (АТЕС) є:

- а) створене державами, які дуже відмінні за умовами та рівнями економічного розвитку;
- б) промислово розвинуті держави і країни, що розвиваються, діють тут як партнери;
- в) його учасниками є дві великі держави;
- г) його членами є країни, які вже входять до самостійного інтеграційного об'єднання;
- д) усі відповіді правильні;
- е) жодна з відповідей неправильна.

14. До інтеграційної моделі спільного ринку можна віднести такі угруповання Латинської Америки:

- а) КАРІКОМ;
- б) Андська група;
- в) ЛАВТ;
- г) КАРАФТА;
- д) ЛААІ.

15. До основних економічних угруповань Африки належать:

- а) ЕКОВАС;
- б) НАФТА;

- в) МЕРКОСУР;
- г) КОМЕСА;
- д) САДК.



## **Завдання для самостійної роботи**

### **1. Самостійно опрацювати наступні питання:**

- 1.1. Процес створення єдиного внутрішнього ринку Європейського Союзу та його функціонування на сучасному етапі.
- 1.2. Північноамериканська економічна інтеграція вільної торгівлі (НАФТА).
- 1.3. Особливості розвитку інтеграційних процесів в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні.

### **2. Підготувати реферат на тему:**

- 2.1. Інтеграція – вища форма міжнародної координації економічної політики.
- 2.2. Сучасна система торговельно-економічних відносин Європейського Союзу і країн-кандидатів.
- 2.3. Економічна інтеграція країн Співдружності Незалежних Держав (СНД).



## **Тема 10. Зовнішньоторговельна діяльність України за умов ринкової трансформації**

### **10.1. Чинникові передумови міжнародної торгівлі України**

Принциповими чинниками міжнародної торгівлі є нерівномірність розміщення ресурсів між країнами та регіонами, різна відносна насиченість цими ресурсами окремих держав і територій, об'єктивна потреба в комбінації елементів виробничого потенціалу та в поєднанні фінансових технологічних можливостей.

Враховуючи зазначене, та на основі теорії Хекшера–Оліна–Самуельсона виокремлюють поняття «відносна надлишковість чинника» та «відносна дефіцитність чинника».

**Відносна надлишковість чинника** – це висока забезпеченість національної економіки певним чинником виробництва порівняно з іншими чинниками з урахуванням відповідних пропорцій в інших країнах (наприклад, країна вважається такою, що має надлишок робочої сили, якщо співвідношення між її кількістю та іншими чинниками є вищим, ніж у решті країн світу або в інших країнах, з якими вона активно кооперує).

**Відносна дефіцитність чинника** – порівняно низька забезпеченість національної економіки певним чинником виробництва або його порівняльна нестача у співвідношенні з іншими чинниками з урахуванням відповідних чинникових пропорцій в інших країнах.

Тому, беручи до уваги характер міжнародної спеціалізації, яка зумовлює характер національної участі в торгівлі, можна зробити висновок, що країни експортують продукти інтенсивного використання надлишкових чинників, тобто в прихованому вигляді експортують надлишкові та імпортують дефіцитні чинники.

Щодо чинників первинного характеру (ресурсно-кліматичні умови розвитку економіки, її забезпеченість робочою силою, землею, тощо), які визначають торговельний профіль України, слід зазначити, що хоча наша держава і має значні поклади вугілля, залізної та марганцевої руд, сірки, ртуті, титану, мінеральних солей, інших видів корисних копалин, функціонування її національного відтворювального комплексу значною мірою залежить від енерго-сировинних поставок з інших країн. Але окремі види енерго-сировинних ресурсів традиційно визначають не тільки характер експортної спеціалізації країни, а й загальну структуру її економіки. Передусім це стосується ресурсів залізної руди (загальні запаси 27,5 млрд. т), а також марганцевих руд, кольорових металів. Україна має поклади титану та золота. Особливе значення для української економіки має наявність великих родовищ кам'яного вугілля (розвідано покладів корисних копалин загальним обсягом до 80 млрд. т). Серед природних покладів, які можна вважати первинними чинниками національної спеціалізації та профілю виробництва в

Україні, варто відзначити поклади калійної, харчової, магнеєвих солей, графіту, ртуті, фосфоритів, кристалів кварцу, аметисту, топазу. Особлива стаття – родючі ґрунти України. Близько 40 млн. га земель використовуються сільськогосподарськими підприємствами, більше 10 млн. га належить до державного запасу та лісгосподарських підприємств.

У географічних вимірах 70% території України припадає на Поліську, Придніпровську та Причорноморську низовини, 25% – на Подільську, Придніпровську, Волинську, Приазовську височини, 5% – на Кримські гори та Карпати. Для України типовим є помірно континентальний клімат (з певними особливостями в Кримських горах та Карпатах, а також на Південному березі Криму, де він має риси субтропічного). Літо переважно тепле і сухе, зима м'яка і волога. Безморозний період триває від 150–160 днів на півночі, до 250 днів – на півдні. 150–190 днів упродовж року середня добова температура перевищує +10°C.

У зв'язку з цим можна відзначити, що природні чинники забезпечують великий аграрний потенціал економіки України.

Розвиток дії первинних чинників відбувається за рахунок іноземних інвестицій (наприклад, ЗАТ «Чумак» було засноване як українсько-шведське СП), а також завдяки поліпшенню роботи вітчизняних виробників аграрної техніки – Херсонського комбайнового заводу, Одеського механічного заводу, Сімферопольського підприємства «Кримпродмаш» та інших.

Чинники вторинного порядку пов'язані з сучасними закономірностями інтернаціоналізації світових продуктових сил.

Прикладом цього в Україні є пов'язаний з покладами залізних руд і вугілля, а також з історичною спеціалізацією на важкій металургії розвиток важкого машинобудування.

Для України вторинними чинниками, які можна використати з метою оптимізації участі в системі міжнародної торгівлі, є наявні, значною мірою вже зорієнтовані на експорт, підгалузі машинобудування, хімічного, текстильного, харчового та інших видів виробництва. Тобто на сучасному етапі йдеться передусім про ефективніше використання вже створених матеріальних об'єктів виробничої інфраструктури, які потребують значних інвестицій у модернізацію, всебічний розвиток як сумісних, так і більш спеціалізованих промислових потужностей.

## **10.2. Сучасний стан та актуальні проблеми зовнішньої торгівлі України товарами**

У розвитку зовнішньоторговельної діяльності України можна умовно виокремити три стадії: стадія трансформаційної кризи (друга половина 1990-х рр.), стадія економічного відновлення (2000–2007 рр.), стадія членства у СОТ (з 2008 р. до цього часу).

Так, з 1996 р. в Україні було призупинено лібералізацію торгівлі та здійснено низку заходів протекціоністського характеру (підвищено ставки

імпортного мита; розширено перелік товарів, з яких стягується імпортне мито; введе но нетарифний протекціонізм, який передбачав кількісне обмеження, процедури сертифікації і стандартизації). Все це призвело до скорочення обсягів імпорту і експорту.

Протягом 2000–2004 рр. спостерігалася тенденція зростання як експорту, так і імпорту товарів. У 2000 р. експорт товарів збільшився на 25,9% порівняно з попереднім роком, імпорт – на 18,6%; вже у 2004 р. експортні поставки склали 32,7 млрд дол. США, що на 41,6% більше попереднього періоду, імпорт збільшився на 26,1%. Основні експортні можливості були традиційно зосереджені в індустриальних і сировинних галузях.

Починаючи з 2005 р., результати зовнішньої торгівлі України значно погіршувались. За підсумками 2005 р. позитивне сальдо зовнішньоторговельного балансу України скоротилося майже на 86% порівняно з попереднім роком. У наступні роки ситуація стала ще гіршою: у 2006 р. дефіцит зовнішньоторговельного балансу склав 5,19 млрд дол. США, у 2007 р. – 10,57, у 2008 р. він досяг 16,1 млрд дол. США

Наприкінці 2008 р. високий дефіцит поточного рахунку став одним із факторів високої вразливості економіки України до змін зовнішніх умов і кризи платіжного балансу.

Негативне сальдо зовнішньої торгівлі формували три сектори: енергетичні матеріали; транспортні засоби, зокрема автомобілі; машини та обладнання.

Упродовж 2000–2008 рр. зовнішня торгівля України характеризувалась постійним зростанням. До того ж темпи нарощення експорту та імпорту набагато перевищували зростання ВВП і основних галузей, які формують вітчизняний експортний потенціал та потреби в імпорті. У 2008 р. кризові явища спричинили зменшення обсягів експортно-імпортних операцій лише за останній квартал, а в цілому за рік вони зросли, незважаючи на наявну кризу промислового виробництва, яке скоротилось на 3,1%, та зменшення приросту ВВП до 2,3%. У 2009 р. за умов падіння виробництва і ВВП відбулося набагато глибше падіння товарного експорту та імпорту (рис. 10.1).

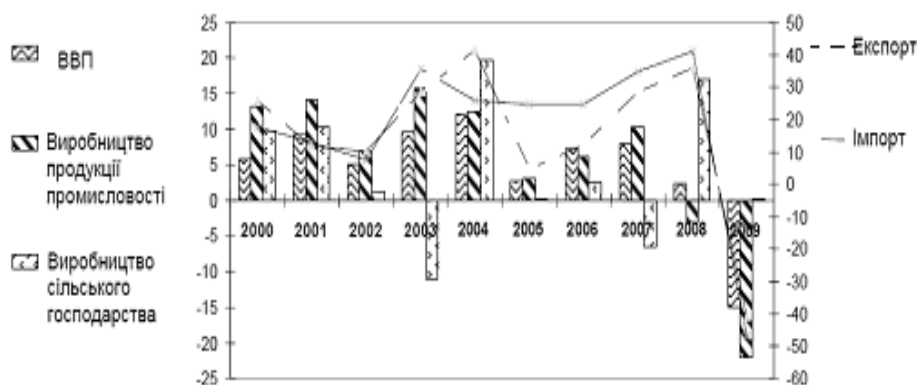


Рис. 10.1. Динаміка ВВП, виробництва продукції основних галузей економіки, експорту та імпорту товарів, % до попереднього року

Сучасний етап розвитку національної економіки в умовах членства у СОТ та виходу з фінансової кризи 2008–2010 рр. характеризується зміною тенденцій у географічній та видовій структурах зовнішньоторговельної діяльності.

Починаючи з 2008 р. динаміка експортно-імпортних операцій України різко уповільнилась, що зумовлено такими факторами, як різке погіршення стану світових товарних ринків (внаслідок світової фінансово-економічної кризи 2008–2010 рр.), зниженням попиту на міжнародних ринках на традиційні для України експортні товари, активізації протекціоністських заходів на світових ринках, низькою конкурентоспроможністю української продукції.

Кризове зменшення зовнішньоторговельного обороту в Україні досягло пікових значень у четвертому кварталі 2008 р., коли воно склало 33% порівняно з попереднім кварталом, тоді як загалом у світі аналогічний показник становив 20%. Така ситуація значною мірою була спричинена зниженням попиту на традиційні експортні товари України (металопродукцію, хімічну та сільськогосподарську продукцію). Водночас, внаслідок девальвації національної валюти та падіння купівельної спроможності населення, суттєвого скорочення також зазнав імпорт.

Світова криза відчутно позначилась на товарній структурі зовнішньої торгівлі України, довівши недосконалість національної низькодиференційованої моделі торговельних операцій. Товарна структура зовнішньої торгівлі змінювалась під впливом світових тенденцій, найбільш відчутні зміни були характерні для традиційних товарних статей як в структурі українського експорту, так і в імпорті товарів. Криза поглибила залежність України від зовнішніх коливань, про що свідчить зростання питомої ваги позитивного сальдо за традиційними для України експортними товарними статтями (продукція металургійної промисловості та АПК) та збільшення питомої ваги від'ємного сальдо мінеральних продуктів, хімічної промисловості, виробів з текстилю.

Прибутковою складовою зовнішньоекономічної діяльності є торгівля послугами, яка продемонструвала опір кризовим явищам в період 2008–2010 рр.

Географічна структура зовнішньої торгівлі України товарами демонструє незначні коливання протягом останніх років (рис. 10.2).

Коло провідних торговельних партнерів України майже незмінне: з країн СНД найбільшим торговельним партнером залишається Російська Федерація та Білорусь; з країн ЄС – Німеччина, Польща та Франція; з країн Америки – США; з країн Азії – Китай, Індія та Республіка Корея.

Варто також зазначити, що з-поміж усіх торговельних партнерів України важливим географічним напрямом торгівлі залишається азійський напрям, який в умовах світової кризи виявився для України доволі сприятливим, оскільки у 2009–2010 рр. було отримано активне торговельне сальдо на рівні 5,5 та 3,6 млрд дол. США.

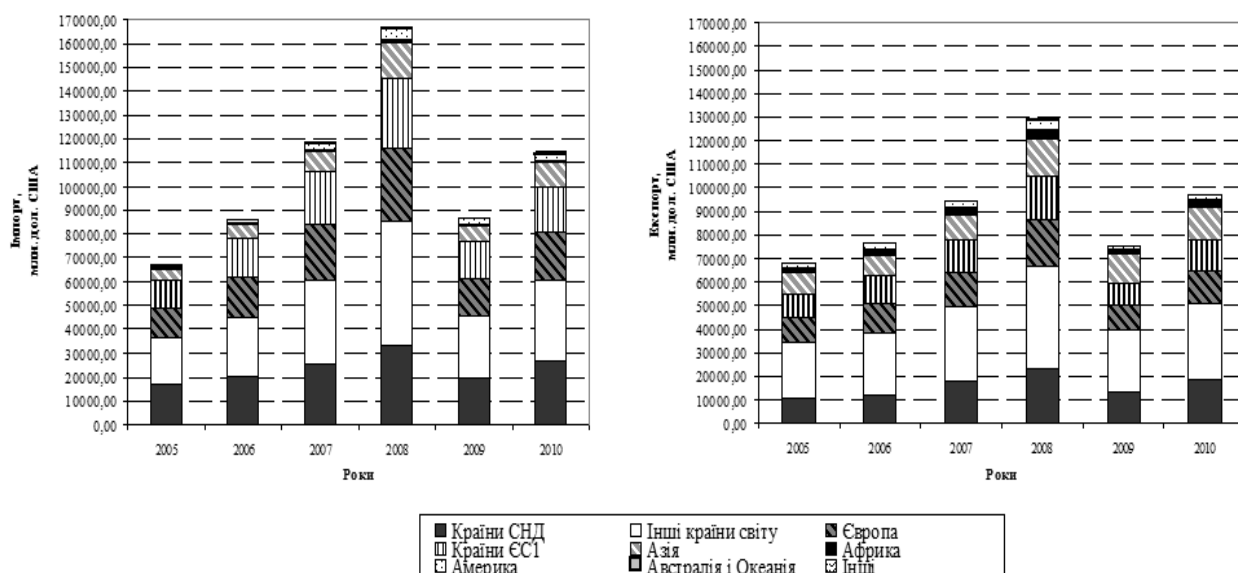


Рис. 10.2. Географічна структура зовнішньої торгівлі України товарами за 2005–2010 рр.

У 2011 р. сальдо торгівлі товарами було від’ємним – 13,8 млрд дол. США, що було сформовано за рахунок випереджаючих темпів приросту імпорту товарів над їх експортом, але характерною тенденцією протягом всього року є пожвавлення зовнішньоторговельної діяльності України:

- експорт товарів зріс на 33% до 69,4 млрд дол. США порівняно з попереднім роком (здебільшого за рахунок збільшення експортних цін);
- імпорт збільшився до 83,2 млрд дол. США, зрісши відповідно до попереднього року на 37%, при цьому значну роль відіграло збільшення фізичних обсягів імпорту товарів.

Аналіз результатів експортно-імпоротної діяльності України демонструє, що в період 2008–2011 рр. ключовим фактором розвитку зовнішньої торгівлі є ціновий. Поряд із цим на умови функціонування України на світових ринках впливає низка нецінових факторів, перш за все, – інструментів саме зовнішньоекономічної політики України.

Оцінка ефективності зовнішньоторговельної політики України, здійснена Всесвітнім економічним форумом, враховує важливі аспекти, що суттєво впливають на стан зовнішньої торгівлі України. З 2008 р. Всесвітній економічний форум публікує індекс залученості країн у світову торгівлю (Enabling Trade Index – ETI), який у 2010 р. розрахований для 125 країн світу та складається із чотирьох субіндексів і дев’яти індексів:

1. Ринковий доступ (МА):
  - 1.1) внутрішній і зовнішній доступ на ринок – 12 показників.
2. Митна адміністрація (ВА):
  - 2.1) ефективність митної адміністрації – 2 показники;
  - 2.2) ефективність процедур імпорту/експорту – 7 показників;
  - 2.3) прозорість митної адміністрації на кордоні – 2 показники.
3. Транспорт та інфраструктура зв’язку (ТСІ):

- 3.1) доступність і якість інфраструктури транспорту – 8 показників;  
 3.2) доступність і якість послуг транспорту – 7 показників;  
 3.3) доступність і використання інформаційних і телекомунікаційних послуг – 5 показників.

4. Ділове середовище (BC):

- 4.1) регуляторне середовище – 6 показників;  
 4.2) фізична безпека – 2 показники.

У табл. 1 наведено позиції України у глобальному рейтингу залученості до світової торгівлі в цілому та за основними його складовими.

Спираючись на дані рейтингу ЕТІ та застосовуючи макроекономічний підхід до класифікації чинників впливу на розвиток зовнішньої торгівлі, фахівці Національного інституту стратегічних досліджень (НІСД) у 2011 р. провели комплексний стратегічний аналіз зовнішньоторговельної діяльності України з використанням методу SWOT-аналізу (табл. 10.1).

Таблиця 10.1

**SWOT-аналіз умов розвитку зовнішньої торгівлі України у 2008–2011 рр.**

Сила (Strength)	Слабкість (Weaknesses)
<p>Активізація структурних реформ, створення передумов для реалізації експортного потенціалу традиційних та нових секторів економіки</p> <p>Високі адаптивні можливості національного виробництва до зростання зовнішнього попиту</p> <p>Вагомі конкурентні переваги у низці базових галузей виробництва, наявність певного резерву цінової конкурентоспроможності на ключових для України ринках</p> <p>Наявність розвинутого внутрішнього ринку, що слугує, з одного боку, фактором підтримки експортоорієнтованих виробництв, з іншого – є мотиватором запровадження нових (з перспективою виходу на зовнішні ринки) інвестиційних проектів</p> <p>Переважно стабільні умови функціонування фінансових ринків, що дає можливість коротко- та середньострокового планування зовнішньоекономічної діяльності</p> <p>Ухвалення податкового кодексу, що закладає підвалини стабілізації фіскальної політики</p> <p>Наявність певного потенціалу екстенсивного розширення експортної пропозиції</p> <p>Наявність високотехнологічних підприємств, що могли б зміцнити зовнішньоекономічні позиції України (космічна галузь, приладо-, машинобудування тощо)</p> <p>Наближення до завершення перехідного періоду (у рамках приєднання до СОТ) щодо лібералізації тарифного регулювання</p>	<p>Відсутність чітко визначеної торговельної політики та експортної стратегії</p> <p>Відсутність стимулів до якісного оновлення експортного потенціалу України за наявної економічної моделі в умовах посилення експортної конкурентоспроможності країн-конкурентів</p> <p>Недосконалість фіскальних процедур, зокрема, нерегульованість процедур автоматичного відшкодування ПДВ (доброчесним експортерам)</p> <p>Логістичні обмеження (брак логістичних складів, належної інфраструктури тощо); застаріла транспортна інфраструктура</p> <p>Високі витрати бізнесу на зовнішньоекономічну діяльність, пов'язані з нетарифними заходами регулювання торгівлі, зокрема витрати на підтвердження походження товару, отримання дозволів, ліцензування тощо</p> <p>Надмірна зарегульованість, монополізація експортно-імпоротної діяльності крупними компаніями підприємницької діяльності</p> <p>Обмежені можливості державного регулювання експортно-імпоротної діяльності через інструментарій валютно-курсової політики</p> <p>Недостатній рівень інвестування в модернізацію експортоорієнтованих виробництв та гостра нестача новітніх технологій</p> <p>Низька диверсифікованість експортної пропозиції України, домінування сировинної продукції та продукції з низьким рівнем доданої вартості у виробництві та експорті</p>

Основну увагу в даному аналізі було надано таким чинникам зовнішнього на внутрішнього середовища національної економіки як:

- особливості розвитку світової економіки в цілому та країн-партнерів;

– результати функціонування вітчизняної економіки, включаючи особливості валютно-курсової динаміки, оподаткування експортно-імпортних операцій, а також митно-тарифне та нетарифне регулювання зовнішньої торгівлі.

Вплив зовнішніх факторів на розвиток зовнішньоторговельної діяльності в Україні має вирішальний характер, оскільки визначає потреби у нарощенні обсягів виробництва та можливості їх забезпечення з точки зору інвестиційної підтримки.

Внутрішні фактори розвитку зовнішньої торгівлі України протягом 2008– 2011 рр. значною мірою визначалися адаптацією до світових економічних та політичних змін та визначали умови розвитку окремих сфер економіки України. По-перше, торговельна політика України була спрямована на приведення у відповідність до зобов'язань перед СОТ системи інструментів митно-тарифного регулювання, зокрема, скорочення ставок ввізних мит. В умовах зростання реальних доходів населення та відновлення споживчого платоспроможного попиту протягом 2010 р. відповідною мірою це відобразилось на зростанні обсягів імпорту товарів та збільшенні доходів державного бюджету. По-друге, уряд України, реагуючи на зміни у світовій економіці, здійснював окремі заходи щодо підтримки національного виробника. Як зауважують фахівці НІСД, негативний вплив на розвиток зовнішньої торгівлі в Україні мали такі чинники в державній політиці, як відсутність чіткої стратегії структурних змін економіки, слабкий механізм фінансової державної підтримки розвитку експорту, низький рівень інвестування в інноваційну модернізацію експортоорієнтованих виробництв, високий рівень витрат, пов'язаних з зовнішнім державним боргом, не вигідні умови кредитування експорту, слабкість протидії спекулюванню з відшкодуванням ПДВ та з експортними операціями через офшорні компанії тощо.

Для України важливим є не лише розширення діяльності на зовнішніх ринках, а й оптимізація структури експорту, поліпшення якості, підвищення економічної та технологічної ефективності експортного виробництва.

Основними інструментами підтримки експорту з території України на сучасному етапі є:

- 1) стимулювання виробництва експортної продукції, зокрема продукції високого ступеня обробки, а також наукомісткої високотехнологічної продукції;
- 2) сприяння модернізації та технічному переозброєнню експортоорієнтованих виробничих потужностей;
- 3) оптимізація національного правового та нормативно-інституційного режиму здійснення експортних операцій;
- 4) удосконалення механізму фінансування та кредитування виробництв, які здійснюють експорт;
- 5) налагодження ефективної системи страхування експортних операцій;

б) забезпечення достатньої правової підтримки національного виробника, зокрема при проведенні судово-арбітражних розглядів, антидемпінгових процесів;

7) забезпечення отримання сертифікатів на продукцію вітчизняного виробництва, відповідності метрологічного та стандартизаційного оформлення вітчизняної продукції вимогам ринків Заходу;

8) стимулювання інвестиційної діяльності як національних, так і іноземних фізичних та юридичних осіб в експортоорієнтованому секторі економіки за допомогою податкових, фінансових та організаційних механізмів;

9) вироблення системи національних пріоритетів у міжнародній торгівлі.

Основними видами українського товарного імпорту традиційно є паливно-енергетичні ресурси, продукти нафтопереробки, сировина та продукція хімічної і нафтохімічної промисловості, вироби чорної та кольорової металургії, товари легкої і місцевої промисловості, машинобудування, електроніка, товари харчової промисловості.

Україна в значних обсягах імпортує паливно-енергетичні ресурси, що передусім пов'язано з неефективністю енергоспоживання в країні. Крім того, на номенклатурі вітчизняного імпорту позначається відставання з низки важливих напрямків НТП та промислового розвитку.

Характерним для українського імпорту є залежність держави від великих поставок енергоносіїв з-за кордону, що автоматично перетворює країни-постачальники нафти та газу на провідні джерела імпорتنих товарних потоків. І якщо протягом 90-х років ХХ ст. відбулася помітна диверсифікація експорту, то на початку нового століття безумовним лідером поміж інших країн-постачальників продукції до України залишається Росія, що, звичайно, пояснюється великими енергетичними поставками.

Проблема оптимізації імпорту не зводиться до завдання скорочення його абсолютних показників. Особливу небезпеку може становити надмірний ентузіазм розвивати антиімпортне виробництво. Адже за самою своєю сутністю такий підхід істотно обмежує ринковий розвиток національного виробництва. І передусім це – обмеження збуту.

На відміну від регулювання експорту політика оптимізації імпорту більшою мірою використовує інструменти тарифного (митний тариф) і нетарифного (квоти, ліцензії) обмеження. Використовуються і засоби підтримки (прямої чи непрямой), які можуть мати на меті загальне поліпшення економічного клімату в країні як чинник ефективнішого використання імпорту, а також підтримку національних виробництв у їх конкурентній боротьбі з іноземними конкурентами як на національному, так і на закордонних ринках.

Особливо ефективним засобом протидії імпорту, який використовується в умовах глобалізації та лібералізації торгівлі, але формально не суперечить їм, є запровадження механізму антидемпінгових розслідувань. Українська практика свідчить про те, що цей формально коректний інструмент боротьби



з недобросовісною конкуренцією, яка здійснюється за допомогою незаконного маніпулювання цінами, може перетворитись на засіб протидії конкурентам взагалі. Наприклад, приводом для звинувачень у демпінгу може бути більш ефективне виробництво або нижча заробітна плата: і перше, і друге забезпечує нижчі ціни, але не має нічого спільного з недобросовісною конкуренцією.

Враховуючи вищенаведене, можна визначити основні напрямки оптимізації імпорту в Україні:

1) проведення радикальної раціоналізації енерго- та матеріалоспоживання, поширення заощадливих технологій у виробництві та в побуті;

2) перехід на використання альтернативних імпортом енергоносіїв – сонячної, вітрової енергії, супутнього газу, метану вугільних шарів, етилового спирту (його джерелом можуть бути побічна продукція та відходи сільського господарства й агропереробки, зокрема цукрових буряків після технологічного процесу виготовлення цукру);

3) збільшення розвідок та власного видобутку нафти й газу, більш повний видобуток паливних родовищ;

4) поширення виробництва на території України тих товарів іноземних марок, які характеризуються найкращими споживчими властивостями та користуються високим попитом;

5) обмеження ввезення на територію України тієї продукції, яка перешкоджає становленню нових галузей обробної промисловості та тих сфер виробництва, які лише переходять на ринкові умови діяльності;

6) запровадження ефективних механізмів антидемпінгових розслідувань та процедур стосовно тих іноземних фірм, які можуть бути звинуваченими в недобросовісній конкуренції;

7) розвиток альтернативних імпортом поставкам виробництв (з урахуванням того, що магістральним напрямком формування відкритої економіки України має стати модель національної спеціалізації, а не економіки, яка будується за принципом “все–сам”);

8) стимулювання інвестицій у розвиток тих галузей економіки, які відстають у міжнародній конкурентній боротьбі, зокрема і на національному ринку через об’єктивний дефіцит у них фінансових ресурсів.

### **10.3. Особливості становлення ринку послуг в економіці України**

Дослідження факторів розвитку сфери послуг дозволяє зрозуміти її роль в сучасних умовах. Отже, роль сфери послуг проявляється в тому, що вона:

- є важливим сектором національного і світового господарства;
- відіграє важливу роль у розвитку людського капіталу;
- впливає на функціонування і розвиток матеріального виробництва;
- сприяє збільшенню вільного часу;

- створює можливості для повнішого задоволення і розвитку потреб людей і суспільства;
- є найважливішим елементом формування сучасної якості життя;
- забезпечує якість економічного зростання і підвищення конкурентоспроможності країни.

Особливістю розвитку сфери обслуговування у період формування ринкової економіки є збільшення питомої ваги послуг, які надають населенню за плату, а також розвиток комерційного сектора. До платних послуг належать побутові, житлово-комунальні, пасажирського транспорту, зв'язку, культури, деякі послуги установ освіти, охорони здоров'я, фізичної культури і спорту, правові, фінансових установ, санаторно-курортні, туристсько-екскурсійні, послуги дитячих дошкільних закладів та ін. Упродовж останніх років послуги були основним сектором, що забезпечують збільшення доданої вартості в економіці, і надалі їхня ключова роль у підтримці економічного зростання в Україні збережеться. Сектор послуг забезпечив понад половину загальних темпів зростання ВВП України в 2010 р., або близько 2,9 % із загальним зростанням у 4,2 %.

Слід зауважити, що сфера обслуговування має низку особливостей, які обмежують ринкове саморегулювання у виробництві товарів. По-перше, у її складі є ринки, попит на яких настільки великий і ціна рівноваги визначена так високо, що стає недоступною для більшості членів суспільства (наприклад, ринок житла в Україні). По-друге, ціновий механізм регулювання для деяких видів послуг не спрацьовує. Специфіка механізму функціонування ринку послуг і розвитку сфери обслуговування в Україні у перехідний період зумовлює особливості їхнього державного регулювання, яке передбачає регулювання підприємницької діяльності суб'єктів ринку, що надають платні послуги населенню, і державну підтримку розвитку некомерційного сектора сфери обслуговування.

Рівень розвитку сфери послуг визначає добробут населення, тому в багатьох країнах їй приділяється постійна увага, особливо з боку уряду.

Крім цього, деякі галузі соціального комплексу відносяться до найприбутковіших у господарстві, попри довгостроковий період окупності. Це туризм, санаторно-курортне господарство, освіта.

Зазначимо, що загальне послаблення підприємницької активності внаслідок погіршення умов господарювання негативно відобразиться на сегменті ринку, що є найбільш динамічним та приносить суттєву частку прибутків у країнах, де він найбільш розвинений, — на ділових послугах.

Попит на послуги з боку підприємств значною мірою залежить від динаміки діяльності малого бізнесу. Необхідними умовами, що закладають базу для нормального функціонування та розвитку ринку нефінансових послуг, мають стати відповідне нормативно-правове забезпечення розвитку ринку послуг та забезпечення методологічної бази для проведення співставлення показників розвитку сфери послуг. Оскільки приєднання до системи СОТ та участь України у Генеральній угоді з торгівлі послугами вимагають відповідності та однозначності трактувань положень Угоди у

національному законодавстві, то постає необхідність у імплементації в національне законодавство відповідних термінів і норм міжнародного економічного права, що встановлюватимуть порядок і правила дій контрагентів на ринку послуг, їх відповідальність за свої дії, а також визначатимуть функції відповідних контролюючих органів. Розвиток сфери послуг в Україні значною мірою визначив процес трансформації моделі економіки початку 90-х років ХХ ст. По-перше, це викликало появу багатьох на той час нових видів послуг (фінансово-кредитних, консалтингових, аудиторських, брокерських та інших). По-друге, через скорочення державного фінансування багато послуг, які раніше надавалися безкоштовно, стали платними (освіта, охорона здоров'я, послуги телебачення тощо). Ще одним важливим саме для нашої країни фактором розвитку сфери послуг став незначний стартовий капітал. Ринок послуг саме з цієї причини є привабливим для підприємців. З одного боку, багато видів послуг не потребують значного стартового капіталу, що дозволяє сподіватися на швидку віддачу вкладень. З іншого боку, розвиток сфери послуг створює сприятливі умови для використання праці висококваліфікованих працівників.

Недостатній рівень розвитку сфери послуг часто визначають як суттєвий аспект «невідповідності» галузевої структури вітчизняної економіки умовам інтеграції в європейський простір. Однак наслідування «стандартів» та проектування структурних пропорцій європейських країн на економіку України є неприпустимим. Активізація процесів на ринку послуг не є самоціллю чи критерієм відбору на шляху до інтеграції в світові структури. Скоріше — ефективний сектор послуг є показником рівня розвитку інноваційних процесів у економіці, та зокрема промислового виробництва, результатом чого є побудова соціального середовища для населення та виробничої інфраструктури для підприємств. Досвід нових країн-членів Європейського союзу показує, що неодмінною передумовою розвитку сфери послуг є ефективне промислове виробництво. Яскравим прикладом може бути Словаччина, де сектор послуг забезпечує 64,4 % ВВП, у той час, як основою економічного росту в країні вважається автомобілебудування.

Важливою складовою проблеми створення умов для розвитку ринку послуг є вдосконалення дії механізму місцевого самоврядування, тобто залучення громади до активної участі у визначенні пріоритетних напрямів зростання ринку послуг, посилення впливу населення на рішення регіональних органів влади, застосування механізму партнерства для стимулювання розвитку перспективних видів діяльності в сфері послуг.

У цілому сьогодні в Україні сформувався ряд факторних умов, сприятливих для підвищення конкурентоспроможності на міжнародних ринках послуг. У першу чергу, необхідно звернути увагу на ті фактори, які забезпечують конкурентоспроможність пріоритетних галузей з погляду стратегічних інтересів України на ринках (табл. 10.2).

**Факторні умови для забезпечення конкурентоспроможності України в окремих сферах міжнародного ринку послуг**

<i>Фактор конкурентоспроможності</i>	<i>Сфера послуг, розвитку якої сприяє фактор</i>
Географічне розташування	Транспортні послуги
Природні умови	Туристичні, транспортні послуги
Часовий пояс	Ділові послуги
Інфраструктура	Транспортні, ділові, телекомунікаційні, туристичні послуги
Робоча сила	Усі види послуг
Культурні відмінності	Туристичні послуги

Аналіз зовнішньої торгівлі України послугами (Додатки Г) за 2010 р. показав, що за цей період обсяг експорту послуг становив 11 636,6 млн дол. США і збільшився порівняно з 2009 р. на 21,2%, обсяг імпорту становив 5440,3 млн дол. США і зріс на 5,2%.

Позитивне сальдо зовнішньої торгівлі послугами становило 6196,3 млн дол. США (за 2009 р. – 4424,8 млн дол. США).

Найбільшу питому вагу в загальному обсязі українського експорту становили транспортні (67,1%), різні ділові, професійні та технічні (12,7%) послуги.

Порівняно з 2009 р. експорт послуг збільшився на 2038,3 млн дол. США, у тому числі за рахунок збільшення обсягів послуг трубопровідного транспорту – на 1253,7 млн дол. США (на 59,6%), різних ділових, професійних та технічних послуг – на 247,6 млн дол. США (на 20,2%), залізничного транспорту – на 216,2 млн дол. США (17,4%), фінансових послуг – 103,6 млн дол. США (на 27,9%), послуг з подорожей – на 81,4 млн дол. США (на 27,2%), повітряного транспорту – на 66,7 млн дол. США (на 6%), комп'ютерних послуг – на 56,2 млн дол. США (на 20,2%), інших ділових послуг – на 27,7 млн дол. США (на 27,8%), роялті та ліцензійних послуг – на 26,9 млн дол. США (у 2,8 раза), послуг зв'язку – на 23,8 млн дол. США (на 7,4%) та будівельних послуг – на 15 млн дол. США (на 12,1%).

Водночас зменшилися обсяги послуг морського транспорту – на 41,2 млн дол. США (на 3,2%), страхових – на 20,7 млн дол. США (на 25,5%), державних послуг – на 12,7 млн дол. США (у 6,7 раза).

Експорт послуг до країн СНД становив 48% від загального обсягу експорту, до країн Європейського Союзу – 26,8%. Основною країною-партнером залишається Російська Федерація, на яку припадає 5146,1 млн дол. США (44,2% від загального обсягу експорту послуг).

Обсяг послуг, наданих країнам СНД, збільшився порівняно з минулим роком на 1757,1 млн дол. США (на 45,9%), за рахунок збільшення експорту послуг до Російської Федерації – на 1678 млн дол. США (на 48,4%), Білорусі

– на 46,1 млн дол. США (на 54%) та Туркменістану – на 43,2 млн дол. США (на 63,4%) [4]. При цьому зменшилися обсяги експорту послуг до Казахстану – на 13,9 млн дол. США (на 14,5%) та Азербайджану – на 2,9 млн дол. США (на 10,3%).

Обсяг послуг, наданих іншим країнам світу, збільшився порівняно з 2009 р. На 281,2 млн дол. США (на 4,9%), у т.ч. Угорщині – на 155,6 млн дол. США (у 3,3 раза), Швейцарії – на 125,6 млн дол. США (на 41,4%), США – на 121 млн дол. США (на 26,4%), Панамі – на 49,9 млн дол. США (на 42,2%), Франції – на 34,8 млн дол. США (на 39,4%), Белізу – на 20,1 млн дол. США (на 61,3%).

Найсуттєвіщі зменшення спостерігалися в експорті до Кіпру – на 46,6 млн дол. США (на 10,1%), Віргінських Островів (Британських) – на 46,1 млн дол. США (на 18,6%), Німеччини – на 40,3 млн дол. США (на 10,7%), Канади – на 32,9 млн дол. США (на 24,5%), Люксембургу – на 27,3 млн дол. США (у 6,9 раза), Індії – на 23,8 млн дол. США (на 43,3%), Туреччини – на 23,1 млн дол. США (на 13%).

Найбільшу питому вагу в загальному обсязі українського імпорту послуг становили транспортні (21,1%), фінансові (19,9%), різні ділові, професійні та технічні послуги (15,7%), державні послуги, які не віднесені до інших категорій (11,3%). Імпорт послуг до України збільшився порівняно з 2009 р. на 266,8 млн дол. США за рахунок зростання обсягів отриманих державних послуг – на 154,1 млн дол. США (на 33,6%), роялті та ліцензійних послуг – на 152,5 млн дол. США (на 58,8%), повітряного транспорту – на 92,1 млн дол. США (на 27,2%), інших ділових послуг – на 73,1 млн дол. США (на 45,8%), послуг з подорожей – на 62,1 млн дол. США (на 21,9%), послуг приватним особам та послуг у галузі культури та відпочинку – на 50,9 млн дол. США (на 35,5%), залізничного транспорту – на 34,5 млн дол. США (на 8,1%). При цьому значне зменшення спостерігалось у фінансових – на 234,7 млн дол. США (на 17,8%), будівельних – на 53,7 млн дол. США (на 33,8%), різних ділових, професійних та технічних – на 40 млн дол. США (на 4,5%), страхових послугах – на 34,9 млн дол. США (на 25,2%) та послугах зв'язку – на 30,4 млн дол. США (на 19,5%).

Імпорт послуг з країн СНД становив 17,2% від загального обсягу імпорту, з країн Європейського Союзу – 54%.

Обсяг послуг, одержаних з країн СНД, збільшився порівняно з 2009 р. На 148,1 млн дол. США (на 18,8%), у тому числі з Російської Федерації – на 130,2 млн дол. США (на 19,8%) та Білорусі – на 19,4 млн дол. США (на 44,4%). Водночас зменшилися обсяги послуг, отриманих з Казахстану, – на 8,6 млн дол. США (на 28,1%).

Імпорт послуг з інших країн світу збільшився на 118,7 млн дол. США (на 2,7%). Збільшилися обсяги послуг, одержаних з Кіпру, – на 145,1 млн дол. США (на 21,7%), США – на 72,4 млн дол. США (на 24,2%), Віргінських Островів (Британських) – на 64,7 млн дол. США (у 3,4 раза), Туреччини – на 44 млн дол. США (на 24,7%), Португалії – на 43,2 млн дол. США (у 5,1 раза), Швеції – на 30,1 млн дол. США (на 23,4%). При цьому зменшилися обсяги

послуг з Австрії – на 88,2 млн дол. США (на 38,6%), Франції – на 78,7 млн дол. США (на 26%), Сполученого Королівства – на 67,6 млн дол. США (на 10,3%), Німеччини – на 51,3 млн дол. США (на 14,2%), Македонії – на 44 млн дол. США (у 8,2 раза), Чеської Республіки – на 28,9 млн дол. США (на 43%). Економіка України, як і інших країн, що розвиваються, ще не володіє тим рівнем конкурентоспроможності та імунітету проти негативних зовнішніх впливів, які характерні для більш розвинутих країн. Тому для України необхідно посилити роль держави в адаптації ринку послуг відповідно до вимог міжнародної торговельної політики, поєднанні національних пріоритетів, розумного протекціонізму та взаємності.

Необхідно відзначити, що основними проблемами в Україні щодо розвитку зовнішньої торгівлі послугами є:

- недосконалість зовнішньоекономічної та зовнішньоторговельної політики; зовнішня політика будь-якої держави повинна, насамперед, розглядатися як складова комплексу заходів, спрямованих на відновлення й розвиток реального сектору економіки;

- наявність високого рівня тіньової економіки; нині у тіньовому секторі України виробляється, за різними оцінками, приблизно 40–50% ВВП. Для порівняння, у розвинутих державах рівень тіньової економіки становить від 5,8% в Австрії, 8,5% у Японії, 13,9% у США до 20,4% в Італії. У постсоціалістичних країнах, таких як Росія – 20–40%, Литва, Латвія, Казахстан – 40%, Естонія, Киргизстан – 10–37%. Наявність у нашій державі досить високого показника пояснюється деформацією галузевої структури економіки і, насамперед, її експортоорієнтованих галузей. Значна роль у формуванні тіньової економіки в Україні відводиться також і сектору послуг. Це, насамперед, стосується транспортних, будівельних, фінансових, розподільчих і інформаційно-комунікаційних послуг. І, нарешті, перехід легальної економіки в тінь пов'язаний з наявністю високого рівня корупції й бюрократизму; надмірною регламентацією економічної діяльності; недосконалістю податкової системи;

- відсутність сприятливого інвестиційного й інноваційного клімату. Сьогодні необхідною умовою реалізації завдань економічного та соціального розвитку є істотне збільшення обсягів прямих іноземних інвестицій. Їхнє залучення є важливим чинником модернізації основних виробничих фондів, підвищення рівня технологічного й інноваційного потенціалу країни, її конкурентоспроможності й, нарешті, повномасштабної інтеграції у світове господарство.

Домінуючі позиції в імпорті послуг України у 2010 р. займають транспортні послуги – 29,2% (переважно допоміжні транспортні послуги та залізничні перевезення); послуги, що пов'язані з державним управлінням, – 28,86%; група «послуги в операціях з нерухомістю, здаванням під найм та послуги юридичним особам» – 16,7%; фінансові і страхові послуги – 10,7%.

Динаміка зростання питомої ваги (2000 р. – 13,5%, 2005р. – 15,9%, 2010р. – 21,8%) та абсолютних обсягів імпорту послуг, що пов'язані з діяльністю у сфері інформатизації в групі «послуги в операціях з нерухомістю, здаванням

під найм та послуги юридичним особам», вказує на позитивні тенденції, які сприяють оновленню та ефективному розвитку економічної системи України.

З огляду на проведений аналіз, можна зробити висновок, що Україні потрібно докладати серйозні зусилля для прискореного розвитку й експорту фінансових, банківських, страхових, науково-дослідницьких та інших видів послуг. Ці позиції необхідно враховувати при пошуків структурних перетворень у нашій країні, які зараз вже почали відбуватися. Генеральна стратегія модернізації української економіки повинна полягати в тому, щоби здійснити суттєві зрушення в бік третинного сектора. Лише за цієї умови можна більш органічно включатись у міжнародні ринки. Потребує, зокрема, обґрунтування профіль майбутньої спеціалізації в ЄС та системі міжнародного поділу праці. Ці проблеми повинні бути відображені в перспективних соціально-економічних програмах країни. Комплекс взаємопов'язаних питань в економічній, нормативно-правовій та інституціональній сферах України має бути вирішений у зв'язку з наступним набуттям членства нашої держави у зоні вільної торгівлі з країнами ЄС.

#### **10.4. Наслідки для сектора послуг від вступу України в СОТ та наступним приєднання до зони вільної торгівлі з країнами ЄС**

Забезпечення безперешкодного доступу до нього іноземних учасників дозволить підвищити конкурентоспроможність у багатьох технологічно пов'язаних видах діяльності і, таким чином, поліпшити функціонування економіки України загалом та привабливістю до зовнішніх інвестицій зокрема.

Які соціальні наслідки можуть бути внаслідок лібералізації ринку послуг? До них, насамперед, треба віднести втрати, пов'язані з необхідністю перепідготовки і можливим регіональним галузевим переміщенням трудових ресурсів. Одночасно світовий досвід переконує, що прямі соціальні наслідки реформування багатьох секторів послуг мають меншу негативну складову, ніж у традиційних галузях промисловості чи сільському господарстві.

У *секторі банківських послуг* можна прогнозувати такі позитивні наслідки допуску філій іноземних банків на ринок послуг України:

- підвищення рівня обслуговування в банківській системі, скорочення термінів операцій, розширення спектра послуг і вдосконалення технологій їх надання;
- збільшення обсягів кредитування, які можуть бути надані такими установами (власний капітал материнських банків є значно більшим, ніж філій);
- стимулювання розвитку українських банків шляхом посилення конкуренції, зміцнення української банківської системи за рахунок реструктуризації та концентрації капіталу (зменшення кількості банків

відбуватиметься переважно за рахунок дрібних неконкурентоспроможних банків).

Основним негативним наслідком допуску філій іноземних банків на український ринок банківських послуг є ускладнення нагляду за фінансовими операціями таких установ. Проте міжнародна практика пропонує достатньо заходів, за допомогою яких можна створити ефективну систему банківського нагляду, доступ до філій органів банківського нагляду країни місцезнаходження материнського банку, участь у національній системі страхування банківських депозитів тощо).

Питання доступу на *страховий ринок* України іноземних страхових компаній врегульоване чинним законодавством. Подальше забезпечення ефективного доступу на страховий ринок стосується лібералізації діяльності філій страхових компаній-нерезидентів на території нашої країни. Зняття обмежень стосовно доступу іноземних страховиків на ринок України сприятиме залученню додаткового капіталу та новітніх технологій надання страхових послуг, дозволить підвищити конкуренцію на її страховому ринку.

Водночас слід враховувати, що зарубіжні страховики, які прийдуть на український ринок, є фінансово потужними компаніями.

Конкурувати з ними українським страховим компаніям дуже важко, оскільки вони не мають достатніх фінансових ресурсів та рівня надання страхових послуг і гарантованих виплат страхових відшкодувань у разі настання страхових випадків. Існує ймовірність поглинання невеликих вітчизняних страхових компаній зарубіжними, що загалом сприятиме підвищенню фінансової стабільності страхового ринку.

**Транспортні послуги.** Вступ у СОТ та наступне приєднання до зони вільної торгівлі з країнами ЄС матиме переважно позитивні наслідки для трубопровідного транспорту в зв'язку з забезпеченням свободи транзиту згідно з угодами цієї організації. Морський, автомобільний та авіаційний транспорт вже сьогодні діють в умовах жорсткої конкуренції на ринку міжнародних перевезень. Що стосується внутрішніх перевезень, то в цій сфері необхідно вжити заходів стосовно підвищення якості перевезень всіма видами транспорту (автомобільним, залізничним і водним), збереження вантажів, дотримання строків доставки та ін. В іншому разі національні перевізники втратять можливість здійснення вигідних транзитних операцій і поступатимуться іноземним конкурентам. Загалом вступ до СОТ та наступним приєднання до зони вільної торгівлі з країнами ЄС позитивно вплине на ринки транспортних послуг і стимулюватиме транзитні транспортні потоки через територію країни.

Ринок *послуг зв'язку* України є одним з найпривабливіших для іноземних інвесторів. Членство в СОТ для галузі зв'язку і телекомунікацій забезпечить такі переваги:

- сприятиме збільшенню надходжень іноземних інвестицій до галузі та прискоренню технологічного оновлення;
- забезпечить прийняття правил торгівлі у сфері надання послуг зв'язку, які діють у більшості країн світу;



- надасть широкі можливості щодо справедливого врегулювання суперечок у сфері зв'язку;
- сприятиме обміну досвідом щодо впровадження новітніх технологій і підвищенню кваліфікації українських фахівців;
- стимулюватиме надання споживачам більш широкого спектра послуг за помірними цінами та забезпечить їхню високу якість.

Аналіз свідчить, що найскладнішими для галузі будуть перші 1-2 роки після приєднання до зони вільної торгівлі з країнами ЄС. Цей період необхідний для адаптації вітчизняних постачальників послуг до нового конкурентного середовища й утримання здобутих позицій на ринку телекомунікаційних послуг.

Наша країна має значний потенціал для розвитку *міжнародних туристичних послуг*, враховуючи природні умови, велику кількість історичних і культурних пам'яток. Водночас для використання наявного потенціалу вітчизняних ресурсів недостатньо, і приплив іноземного капіталу внаслідок вступу України в СОТ та наступним приєднання до зони вільної торгівлі з країнами ЄС, сприятиме розвитку цієї капіталомісткої сфери та підвищенню стандартів обслуговування.

Наступне приєднання до зони вільної торгівлі з країнами ЄС матиме безперечні позитивні наслідки для поглиблення процесу запровадження ринкових механізмів господарювання у **секторі торговельних послуг**, підвищення якісного рівня обслуговування споживачів, збільшення роздрібного товарообігу:

- лібералізація доступу до ринку роздрібною торгівлі створить умови для зменшення адміністративних бар'єрів щодо входження на цей ринок усіх його учасників, у т. ч. вітчизняних суб'єктів підприємництва, а це забезпечить додаткові робочі місця, зростання фахового рівня працівників і розвиток конкуренції;

- збільшення прямих іноземних інвестицій дозволить розширити роздрібну мережу і найголовніше - отримати передові технології, ефективні методи організації управління, продажу товарів та обслуговування споживачів;

- ширший доступ до сучасного обладнання і технологій дозволить урізноманітнити побутові послуги, поліпшити їхню якість, збільшити зайнятість населення у цій сфері економіки й обсяги наданих послуг.

У постіндустріальному суспільстві основою успіху в бізнесі є торгівля, яка є комунікаційним соціальним процесом, сполучаючи між собою продавця і покупця. Американський фахівець з менеджменту і маркетингу Г.Кессон відзначає, що директори фірм мають бути торговомислячими, оскільки бізнес - це боротьба за торгівлю. Проте і ті, хто це розуміє, допускають ряд помилок, що призводять до банкрутства. Найбільші недоліки, що часто зустрічаються, зводяться до порушень соціально-етичних вимог і норм:

- підприємці продають товар не в достатній кількості, не в час і не на тій території;

- не просувають товар, ігноруючи маркетингові комунікації;
- погано мотивують торговельний персонал;
- недостатньо враховують комерційні ризики, у тому числі небезпеки з боку конкурентів, персоналу, партнерів по бізнесу, контрагентів, споживачів, органів контролю і нагляду, рекету;
- нехтують правилами «ув'язнення» контрактів.

**Ринок знань.** Переорієнтація багатьох країн світу на використання моделей інноваційного економічного зростання актуалізує необхідність формування адекватної системи знань як базису для економіки, що ґрунтується на їх продукуванні й використанні. При цьому знання набувають ознак специфічного товару, що: (1) має власну вартість і ринкову цінність як для виробника знань (людини), так і для фірм, що використовують знання в процесі своєї діяльності; (2) впливає на формування інтелектуального потенціалу країни та конкурентних переваг її економіки; (3) визначає гео економічні інтереси та пріоритети міжнародного співробітництва. Так, за даними ЮНЕСКО в 2010 р. обсяги міжнародного ринку освітніх послуг можуть перевищити 100 млрд. дол. США, міжнародного ринку НДДКР – 310 млрд. дол., міжнародного ринку інновацій – 50 млрд. дол. Загалом обсяги міжнародного ринку знань і науково-технологічних розробок та інновацій становлять близько 460 млрд. дол. із чітко визначеною позитивною динамікою на перспективу (за прогностичними оцінками з урахуванням сучасних тенденцій через чотири роки його обсяги зростуть удвічі й у 2014 р. досягнуть 1 трлн. дол.).

На даний момент більшість дослідників вважають, що формування цих ринків відбувається згідно з моделлю «центр-периферія», в якій чітко позиціонуються країни ядра та країни периферії. Так, позиції лідера на міжнародному ринку освітніх послуг займають США (зі щорічним доходом близько 17 млрд. дол.). Ядро міжнародного ринку НДДКР формують КНР (38,8%), США (25,7%), Індія (18,3%), Японія (9,2%), Великобританія (8,0%). Україна належить до країн периферії міжнародного ринку знань. При цьому виникає протиріччя між сформованим доволі високим освітнім і науковим потенціалом країни та нерозвинутістю інституційних та економічних механізмів функціонування ринку знань. Проблему поглиблює процес формування загальноєвропейського ринку знань, основою якого є інтеграція національних освітніх систем і утворення міжнародних мереж, що підвищують мобільність міжкраїнних потоків молоді та студентів. Тому входження України у європейський та світовий ринки значною мірою залежить від здатності продукувати та використовувати знання для забезпечення внутрішнього і зовнішнього ринків достатньою кількістю конкурентоспроможних продуктів і товарів.

Обсяг українського ринку **платних медичних послуг** (без врахування тіньового сектора, стоматології і приватно-практикуючих лікарів) в 2010 році склав 28,8 млн грн.; тоді як цей же показник в 2006 році дорівнював 9,6 млн грн., темп росту – 300 % або в три рази.

Ринок комерційної медицини в основному розділений на чотири сектори:

- стоматологія,
- гінекологія і урологія,
- діагностика та косметологія;
- невеликий відсоток займають клініки, які роблять широкий спектр послуг – від діагностики до хірургічних операцій (таких клінік в Україні одиниці).

За прогнозами експертів, український ринок платних медичних послуг найближчими роками зростатиме на 12% в рік, а в Києві приріст користування платними медичними послугами складе 30%. Ці дані підтверджуються тим, що 20% киян є представниками середнього класу, на їх долю припадає 25% від загального доходу усіх жителів столиці. За наявними даними, при виборі приватної клініки найчастіше споживачі враховують поради друзів і знайомих (45,4%).

Розвиток ринку платних медичних послуг гальмується державними установами охорони здоров'я, які пропонують клієнтам платні послуги по демпінгових цінах. Ще однією дуже гострою проблемою розвитку галузі платних медичних послуг є високий рівень первинних інвестицій у відкриття клініки платної медицини. Гравці ринку платних медичних послуг часто стикаються з проблемами знаходження, залучення і утримання професіональних лікарів.

Загальними тенденціями ринку приватної медицини є укрупнення формату і розширення профілю приватних клінік, а також формування мереж медичних установ. Замість поодиноких медичних кабінетів в багатьох українських містах найближчим часом можуть з'явитися п'ять-шість великих багатопрофільних медичних центрів. При цьому головним завданням великих гравців стає формування бренду клініки. Однією з останніх тенденцій галузі є розвиток державно-приватного партнерства, наприклад, дитяча клініка «Охматдит»(м.Київ).

**Консалтинг.** Найбільші зарубіжні консалтингові компанії вже працюють на українському ринку. Вступ у СОТ та наступним приєднання до зони вільної торгівлі з країнами ЄС автоматично не приведе до збільшення їхньої присутності, якщо в країні не поліпшиться інвестиційний та бізнес-клімат, оскільки вони орієнтуються передусім на обслуговування іноземних компаній, які працюють в Україні. Проте у довготерміновій перспективі потрібно очікувати посилення конкуренції на цьому ринку, що сприятиме об'єднанню вітчизняних консалтингових фірм.

Очевидно, що коли Україна розвиватиме ринок послуг, спираючись лише на національні ресурси або обмежуючись послугами іноземних постачальників, то конкурентоспроможність сектора послуг у країні неминуче відставатиме від міжнародного рівня.

В зв'язку з цим головним завданням є нарощування вітчизняного потенціалу сфери послуг на основі широкої кооперації із зарубіжними партнерами та збільшенням обсягу інвестицій в сферу послуг України.

## **10.5. Інтеграційний режим України з країнами Співдружності Незалежних Держав (СНД)**

України залежить від зовнішньоторговельного співробітництва з Росією:

1. Базовим ринком збуту українських товарів є Російська Федерація, де Україна прагне встановити стратегічне рівноправне взаємовигідне партнерство;

2. Основними товарами в зовнішньоторговельному обігу між Україною та Росією є: український експорт – продукція чорної металургії; продукція машинобудівного комплексу – літаки, ракети, які не мають конкурентів на ринку СНД; м'ясо-молочна продукція, якість якої підтверджена високим попитом на ринку СНД і близького зарубіжжя; транзитні послуги; російський експорт – мінеральні ресурси (нафта, газ) при відсутності альтернативних постачальників палива;

3. Російський ринок має дуже великі обсяги і потенціал розвитку: сукупний попит на іноземні труби складає 1-1,5 млн. т на рік, попит на м'ясо – 3-4,5 млн. т на рік, обсяг транзитних послуг з транспортування російського газу складає 120 млрд. м<sup>3</sup> газу на рік. Крім того, ракетно-космічна галузь України має тісні коопераційні зв'язки з російськими виробниками і науково-дослідними центрами. Водночас головною проблемою у взаємовідносинах між Україною і Росією є політичні неузгодженості між владними структурами держав, вплив політичних факторів на становлення суто ринкових взаємовідносин між країнами;

4. Основними конкурентними перевагами на ринку ЄЕП Україна володіє з усіх зазначених вище груп товарів завдяки низькій собівартості продукції, потужному виробничому комплексу, науково-технічному потенціалу та екологічній чистоті. Крім того, Україна має ефективне географічне положення, сприятливі умови, розвинуту транспортну мережу, яка сполучається зі всіма країнами СНД. До основних недоліків економічного розвитку України необхідно віднести недостатньо діючу нормативно-правову базу, досить сильне втручання влади у бізнес, високу частку тіньової економіки, бюрократизм, самопливний характер ринкових реформ, недостатній обсяг інвестицій;

5. Україна обрала багатовекторну стратегію розвитку: з одного боку, євроінтеграція, з іншого – поглиблення зовнішньоекономічних відносин з Росією в рамках інтеграційного об'єднання.

За 2010 р. експорт послуг з України склав 3 826,6 млн. дол. США, а імпорт – 787,2 млн. дол. США. Сальдо зовнішньої торгівлі послугами України з країнами СНД у цей період було позитивним та склало 3039,4 млн. дол. США.

Хоча в структурі зовнішньої торгівлі України важливу роль відіграють торгові відносини з країнами СНД, неможливо сказати теж саме про ситуацію на ринку капіталу. Так, наприклад, інвестори з країн СНД у 2010 р. інвестували в Україну всього 2939 млн. дол. США, або 7,3 % усіх іноземних інвестицій (переважно інвестиції надходили з Російської Федерації – 2674,6

млн. дол. США), у той час, згідно даних Держкомстату, загальний обсяг прямих іноземних інвестицій в Україну у 2010 року склав 40026,8 млн. дол. США. З країн СНД інвестиції надходили переважно до таких галузей економіки України як харчова промисловість, машинобудування, фінансова сфера, будівництво (рис. 10.5).

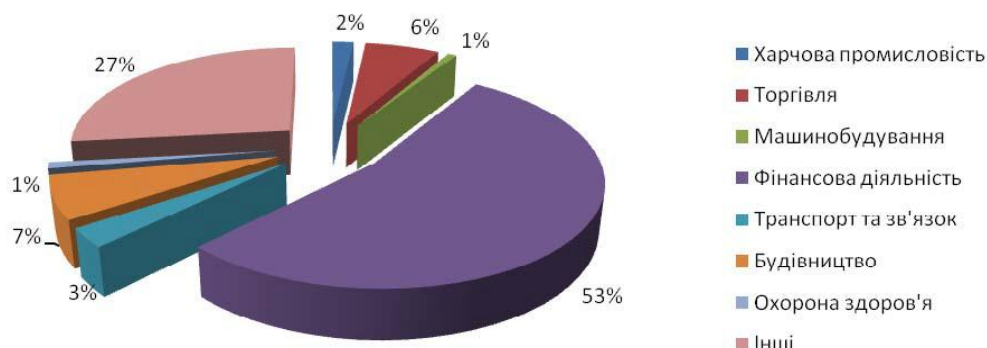


Рис. 10.5. Галузева структура інвестицій в економіку України з країн СНД у 2010 р.

У свою чергу, прямі іноземні інвестиції з України в економіку країн СНД в 2010 році були вкладені на суму 220,1 млн. дол. США (3,5 % від загального обсягу інвестицій з України). При цьому у географічній структурі капіталовкладень інвестиції до Росії склали переважну більшість 165500,6 тис. дол. США. Обсяги інвестицій до інших країн СНД незначні (рис. 10.6).

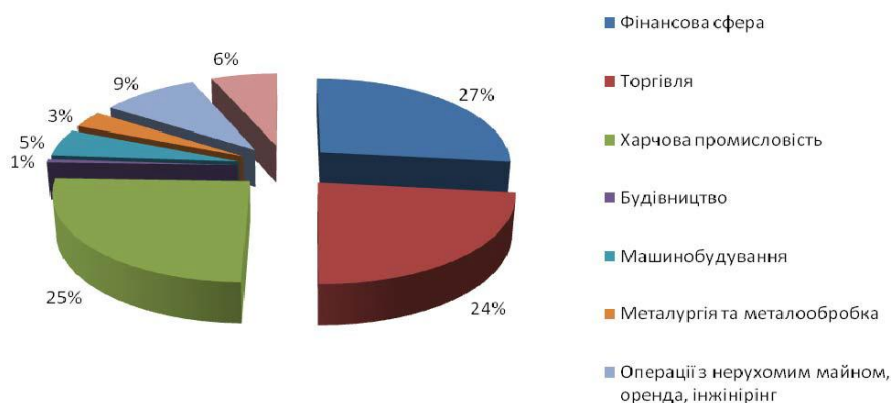


Рис. 10.6. Галузева структура інвестицій з України до країн СНД у 2010 р.

Тому, кажучи про місце України у СНД як у економічному інтеграційному об'єднанні слід зазначити, що Україна відіграє пасивну роль у цьому об'єднанні, та у числі країн СНД важливішим партнером є Російська Федерація, що пояснюється традиційною взаємозалежністю цих країн та тим, що Російська Федерація відіграє головну роль у цій організації.

На даний момент існує цілий ряд політичних, економічних та соціальних факторів, які заважають подальшому зближенню країн СНД. До економічних факторів належать наступні: відмінності у характері економічних реформ,

різна швидкість просування до ринку, різна ступінь забезпечення ресурсами. Негативно впливають на розвиток економічної інтеграції в рамках СНД фактори, як відсутність взаємної довіри, наявність тіньової економіки, розбіжності економічних інтересів. Також необхідно урахувати, що у довгостроковій перспективі Росія та Україна реалізують західний європейський вектор інтеграції, і в цьому Росія не тільки має збіжні з Україною цілі, але й може перешкоджати Україні у досягненні власних.

Використовуючи потенційні можливості інтеграційного об'єднання за участі Росії та інших країн СНД, Україна зможе подолати системну кризу економіки, збільшити обсяги зовнішньоторговельної діяльності, налагодити виробництво конкурентоспроможної продукції, покращити інвестиційний клімат, привести нормативно-правову базу до світових стандартів.

Необхідно визначити стратегічні цілі України, що передбачає створення «дерева цілей» геополітичної стратегії України. Цілі мають реалістичний, конкретний характер, визначають кількісний і якісний результат їх досягнення, окреслені строком їх реалізації. Реалізація запропонованих завдань зовнішньоекономічної політики України у світовому економічному просторі можлива через використання проектно-цільового планування подолання проблемних явищ і подальшого ефективного розвитку України.

Проектно-цільове планування зовнішньоекономічної політики держави дозволяє забезпечити комплексність, практичний підхід, врахування інтересів підприємств, регіонів, держави. В умовах посилення глобалізаційних процесів у світі, розвитку інтеграції України необхідна комплексна реалізація національної стратегії, яка повинна включати запропоновані програми-проекти – певний набір довгострокових цілей економічної політики держави .

Запропоновані програми макроекономічної політики України сприятимуть також вирішенню багатьох проблем. Так, зменшення політичного впливу на зовнішньоекономічну діяльність економічних суб'єктів держави призведе до створення ринкових, економічно доцільних міждержавних проектів, збільшення товарообігу між країнами та сприятиме взаємному проникненню капіталів на ринки країн-учасниць світового економічного простору. Вдосконалення нормативно-правової бази прискорить прийняття важливих міждержавних документів щодо питань організації пріоритетного співробітництва між Україною та іншими країнами світу, зокрема з Росією та ЄС.

Успішне досягнення стратегічних цільових проектів потребує активної економічної позиції держави, насамперед у сфері захисту її національних інтересів і економічної безпеки країни. Ефективність зовнішньоекономічної стратегії розвитку забезпечується можливістю об'єднати національну спільноту заради досягнення визначених пріоритетів. Українські торговельні зв'язки з Росією та країнами ЄС є важливим інструментом стабілізації та розвитку економічної ситуації в Україні. Внутрішній ринок держави не є самодостатнім, а структура національного виробництва, соціально-економічні та географічні фактори диктують необхідність підтримки та

інтенсифікації товарообміну між Україною і Росією. Але в умовах значних розбіжностей економічних інтересів та спрямованості господарських реформ необхідно розвивати взаємовигідні торговельні відносини, які виключають політичну кон'юнктуру.

Таким чином, з метою сприяння реалізації єдиної зовнішньоекономічної політики держави та проведенню цілеспрямованої діяльності щодо генерації інтеграційного процесу в умовах глобалізації необхідні напрями удосконалення методів державної підтримки зовнішньоторговельної діяльності з урахуванням інтересів всіх суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності України. Крім того, впровадження зазначених проектів дозволить Україні вдосконалити форми міжнародної економічної діяльності та підвищити ефективність у співпраці з країнами СНД. Використовуючи потенційні можливості інтеграційного об'єднання за участі Росії та інших країн СНД, Україна зможе подолати системну кризу економіки, збільшити обсяги зовнішньоторговельної діяльності, налагодити виробництво конкурентоспроможної продукції, покращити інвестиційний клімат, привести нормативно-правову базу до світових стандартів.



### **Контрольні запитання**

1. Назвіть основні чинникові передумови участі України в міжнародній торгівлі.
2. Охарактеризуйте специфіку експортного потенціалу України.
3. Назвіть основні інструменти підтримки експорту України на сучасному етапі.
4. Визначте основні структурні компоненти вітчизняного імпорту.
5. Які основні напрямки оптимізації імпорту в Україні?
6. Визначте особливості становлення ринку послуг в економіці України. Які основні перспективи його розвитку?
7. Коли розпочався процес приєднання України до системи ГАТТ/СОТ?
8. Коли розпочався процес двосторонніх переговорів з країнами-членами СОТ?
9. Які потенційні переваги надає Україні членство в СОТ?
10. Назвіть небезпеки та труднощі для економіки України, які можуть виникнути через вступ до СОТ.
11. Охарактеризуйте напрямки експортно-імпоротної торгівлі товарами і послугами України з окремими партнерами по СНД.
12. Проаналізуйте розвиток торговельно-економічних зв'язків України з країнами Європи на сучасному етапі.

# СЕМІНАРСЬКЕ ЗАНЯТТЯ

## Тема 10. Зовнішньоторговельна діяльність України за умов ринкової трансформації

### Ключові терміни

**Відносна надлишковість чинника** – це висока забезпеченість національної економіки певним чинником виробництва порівняно з іншими чинниками з урахуванням відповідних пропорцій в інших країнах (наприклад, країна вважається такою, що має надлишок робочої сили, якщо співвідношення між її кількістю та іншими чинниками є вищим, ніж у решті країн світу або в інших країнах, з якими вона активно кооперує).

**Відносна дефіцитність чинника** – порівняно низька забезпеченість національної економіки певним чинником виробництва або його порівняльна нестача у співвідношенні з іншими чинниками з урахуванням відповідних чинникових пропорцій в інших країнах.



### Питання для опрацювання:

- 10.1. Чинникові передумови міжнародної торгівлі України
- 10.2. Сучасний стан та актуальні проблеми зовнішньої торгівлі України товарами
- 10.3. Особливості становлення ринку послуг в економіці України
- 10.4. Процес приєднання України до Світової організації торгівлі (СОТ)
- 10.5. Інтеграційний режим України з країнами Співдружності Незалежних Держав (СНД)
- 10.6. Торговельно-економічні зв'язки України з країнами Європи



### Обов'язкові та додаткові завдання

#### Завдання 1.

9 травня 2012 року стало переможною датою для Євпаторії з її унікальним місцевим туристичним маршрутом «Малий Іерусалим», який було визнано кращим у конкурсі «Європейська нагорода за видатні досягнення у відродженні приморських міст». Цей конкурс проводився за ініціативою Асоціації місцевого самоврядування Великої Британії та Конгресу місцевих і регіональних влад Ради Європи, та впроваджувався Центром експертизи з питань реформи місцевого самоврядування Ради Європи.

Яке значення для України має зазначене у тезах визнання?



### Завдання 2.

Швейцарська агенція розвитку та співробітництва (ШАРС) і Державний секретаріат Швейцарії з економічних питань (ДСШЕП), спільно з партнерами в Україні, розробили Стратегію швейцарського співробітництва на 2011-2014 роки. У новій стратегії підтверджується прагнення Швейцарії підтримувати перехідні процеси в Україні для підвищення рівня життя українських громадян, забезпечення ефективних публічних послуг та сталого економічного зростання.

Оцініть актуальність та важливість співробітництва України та Швейцарії.

### Завдання 3.

Проаналізуйте наступні події:

1. Румунська фірма Argo-Rom Plastics S.A., яка виготовляє пластикову упаковку для фармацевтичної, косметичної та агрохімічної галузі, зацікавлена у налагодженні контактів з українськими компаніями, які працюють у цих галузях для реалізації своєї продукції

2. Румунська фірма SC Ged Oil Trading SRL зацікавлена у співробітництві з українськими виробниками соняшникової олії з метою імпорту в Румунію рафінованої соняшникової олії.

3. Американська компанія «Ghaznavi Investments Inc.» (штат Пенсільванія) готова на довгостроковій основі закуповувати широкий асортимент м'ясної продукції вітчизняного виробництва (головним чином курятину та яловичину). Компанія «Ghaznavi Investments Inc.» є членом Американської асоціації м'ясопереробних підприємств та має дочірні підприємства в США, Гонконзі, Уругваї та ОАЕ.

4. Американська компанія зацікавлена у терміновому придбанні щонайменше 200 нових або уживаних залізничних цистерн з підігрівом для перевезення рідких нафтопродуктів і палива (паливний мазут, дизпаливо, тощо) на ринку США і Канади. Цистерни також можуть бути надані на умовах довгострокового лізингу (від 3 до 10 років).

5. Бельгійська компанія зацікавлена в постачанні пиломатеріалів з дубу та буку з України.



### **Тестові завдання.**

1. До чинників первинного характеру, які визначають торговельний профіль України, належать:

- а) родючі ґрунти;
- б) розвиток важкого машинобудування;
- в) поклади харчової солі;
- г) природно-кліматичні умови;
- д) розвиток харчової промисловості.

2. *Оснoву українського товарного експорту становить продукція:*
- а) машинобудування;
  - б) агропромислового комплексу;
  - в) паливно-енергетичного комплексу.
3. *Основними видами українського товарного імпорту є:*
- а) продукція хімічної промисловості;
  - б) товари легкої промисловості;
  - в) паливно-енергетичні ресурси;
  - г) продукція металургійної промисловості;
  - д) продукція агропромислового комплексу.
4. *Розташуйте наведені консалтингові послуги, що мають місце у світовій практиці, за значущістю для українських споживачів:*
- а) аудиторська діяльність;
  - б) консультації щодо застосування інформаційних технологій;
  - в) бізнес-планування;
  - г) інвестиційне проектування;
  - д) консультації щодо зменшення податкового тягаря;
  - е) перед- та післяприватизаційна підтримка;
  - є) оцінна діяльність.
5. *Вкажіть перспективні напрямки розвитку міжнародних послуг зв'язку в Україні:*
- а) Інтернет-телефонія (ІР-телефонія);
  - б) міжнародні телефонні переговори;
  - в) розвиток мобільного зв'язку;
  - г) розвиток пейджингового зв'язку;
  - д) прокладка аналогових АТС;
  - е) впровадження цифрових АТС.
6. *Процес приєднання України до системи ГАТТ/СОТ розпочався:*
- а) 30 листопада 1992 року;
  - б) 30 листопада 1993 року;
  - в) 30 грудня 1993 року;
  - г) 30 грудня 1994 року.
7. *Процес двосторонніх переговорів України з країнами-членами СОТ розпочався у:*
- а) 1994 році;
  - б) 1995 році;
  - в) 1996 році;
  - г) 1997 році;
  - д) 1998 році.
8. *Серед потенційних переваг, які надає Україні членство в СОТ, можна виокремити:*
- а) забезпечення передбачуваності з основними торговельними партнерами;
  - б) зменшення надходжень до Державного бюджету;
  - в) обмеження та вжиття санкцій проти несумлінних конкурентів;

- г) оптимізація структури експорту;
- д) поліпшення цінкових параметрів конкурентоспроможності товарів;
- е) додаткові гарантії проти необґрунтованих антидемпінгових процедур.

9. *Основними предметами експорту з України до країн СНД є:*

- а) продовольство;
- б) продукція металургійної промисловості;
- в) нафтопродукти;
- г) продукція машинобудування;
- д) продукція легкої промисловості;
- е) продукція хімічної промисловості.

10. *Основними імпортерами та експортерами України серед країн Європи є:*

- а) Німеччина;
- б) Італія;
- в) Польща;
- г) США;
- д) Канада.



## **Завдання для самостійної роботи**

### **1. Самостійно опрацювати наступні питання.**

- 1.1. Особливості становлення ринку послуг в економіці України.
- 1.2. Торговельно-економічні відносини України з країнами СНД.
- 1.3. Основні завдання та умови європейської інтеграції України.

### **2. Підготувати реферат на тему:**

- 2.1. Україна у світовій торгівлі сировиною.
- 2.2. Європейський вектор відкритої економічної моделі України.
- 2.3. Сучасний стан вступу України до Світової організації торгівлі.

# УЧБОВО-МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ ДО ДИСЦИПЛІНИ

## ОСНОВНА ТА ДОДАТКОВА ЛІТЕРАТУРА

*Основні підручники та навчальні посібники.*

1. Андросова Т.В., Козуб В.О., Кот О.В. Світовий ринок товарів та послуг: Навч.-метод. Посібник. – Харків: ХДУХТ, 2006. – 150с.
2. Світовий ринок товарів та послуг: у 2 ч. Ч.1 : підручник / Анатолій Антонович Мазаракі, Євгенія Миколаївна Воронова, Володимир Васильович Юхименко, Ірина Володимирівна Чаус . – Харків : Ранок, 2008 . – 239 с.
3. Світовий ринок товарів та послуг. Частина 2 : підручник / А.А. Мазаракі, Є.М. Воронова, В.В. Юхименко та ін. ; за заг. ред. А.А. Мазаракі. – Х. : Ранок, 2008. – 240 с.
4. Тютюнникова С.В., Мельнік Л.О., Козуб В.О., Носач Л.Л. Міжнародна економіка: конспект лекцій. – Х.: ХДУХТ, 2010. – 396 с.
5. Міжнародна економіка. У 2-х частинах. Ч. I. Світова система господарювання : навч. посібник / Т.В. Андросова [та ін.]. – Харків : «Видавництво «Форт», 2013. – 287 с.
6. Козак Ю.Г. Міжнародна торгівля. Підручник. / За ред. Козака Ю.Г., Логвінової Н.С., Барановської М.І. - 4-те вид. перероб. та доп. - К.: Центр учбової літератури, 2011. - 512 с.

### *Додаткова література*

7. Платіжний баланс і зовнішній борг України (щоквартальне аналітично-статистичне видання Національного банку України) / [під ред. М.І. Бойчук]. – К., 2013. – 105 с.
8. Вірван Л. А. Проблеми і перспективи України у міжнародній торгівлі //Фінанси України. – К., 2013. – № 5. – С.78–88.
9. Козак Ю.Г. Міжнародна торгівля. Підручник. / За ред. Козака Ю.Г., Логвінової Н.С., Барановської М.І. - 4-те вид. перероб. та доп. - К.: Центр учбової літератури, 2011. - 512 с.
10. Бураковський І. Теорія міжнародної торгівлі. – К.: Основи, 2000.
11. Глобальна торгова система: розвиток інститутів, правил, інструментів СОТ: Монографія / Кер. авт. кол. і наук. ред. Т. М. Циганкова. – К.: КНЕУ, 2003.
12. Андросова Т.В., Носач Л.Л., Козуб В.А., Дядин А.С. Международные организации: Уч.-метод. пособ. – Харьков: Издательство «Форт», 2013. – 270с.
13. Бурменко Т. Д. Сфера услуг: экономика : учебное пособие / Т. Д. Бурменко, Н. Н. Даниленко, Т. А. Туренко. – М. : КНОРУС, 2008. – 328 с.

### ЗАКОНОДАВЧІ І НОРМАТИВНО-ПРАВОВІ АКТИ

1. Закон України «Про єдиний митний тариф» від 05.02.1992 № 2097-ХІІ.
2. Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» // Відомості

- Верховної Ради України. — 1991. — № 29.
3. Закон України «Про іноземні інвестиції» // Відомості Верховної Ради України. — 1992. - № 36.
  4. Закон України «Про митну справу в Україні» від 25.06.1991 № 1262-ХІІ.
  5. Закон України «Про промислово-фінансові групи в Україні» // Відомості Верховної Ради України. — 1996. — № 23. — С. 301–306.
  6. Закон України «Про регулювання товарообмінних операцій в галузі зовнішньоекономічної діяльності» від 23.01.1995 № 351-ХІV.
  7. Закон України «Про режим іноземного інвестування» // Відомості Верховної Ради України. — 1996. — № 19.
  8. Указ Президента України «Про заходи по вдосконаленню кон'юнктурно-цінової політики у сфері зовнішньоекономічної діяльності» від 10.02.1996 № 124-96.

### ЕЛЕКТРОННІ РЕСУРСИ

1. Офіційний сайт Державного комітету статистики України. — Режим доступу: [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua)
2. Офіційний сайт Державної митної служби України. — Режим доступу: [www.customs.gov.ua](http://www.customs.gov.ua)
3. UNCTAD Handbook of Statistics [Електронний ресурс] / United Nations UNCTAD. — Режим доступу до звіту: <http://stats.unctad.org/Handbook/TableViewer/tableView.aspx?ReportId=1930>
4. International Trade Statistics 2009 [Електронний ресурс] / World Trade Organization. — Switzerland. — 2009. — 249 р. — Режим доступу до звіту: [http://www.wto.org/english/res\\_e/statis\\_e/its2009\\_e/its2009\\_e.pdf](http://www.wto.org/english/res_e/statis_e/its2009_e/its2009_e.pdf)
5. The Global Enabling Trade Report 2010 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://gcr.weforum.org/getr2010>
6. Щодо перспектив розвитку зовнішньоекономічного співробітництва України з країнами Азії [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://old.niss.gov.ua/Monitor/November/14.htm>

## Додаток А

### Основні країни експортери та імпортери товарів та послуг

Країни-експортери	Обсяг, млрд дол. 2010р.	Обсяг, млрд дол. 2011р.	Частка, %	Країни-імпортери	Обсяг, млрд дол. 2010р.	Обсяг, млрд дол. 2011р.	Частка, %
Китай	1581	1904	9,7	США	1935	2236	12,7
США	1289	1497	8,4	Китай	1327	1743	7,8
Німеччина	1303	1408	9,3	Німеччина	1099	1198	7,9
				Японія	639,1	808,4	4,1
Японія	730,1	788,0	4,4	Франція	588,4	688,5	4,4
Франція	517,2	587,1	3,8				
Нідерланди	480,7	551,8	3,4	Велика Британія	563,3	639,5	4,0
Корея Південна	464,3	556,5	3,0	Нідерланди	429,1	493,1	3,0
Італія	448,4	523,9	3,3	Італія	475,7	556,4	3,3
Російська Федерація	400,1	520,9	2,4	Іспанія	315,3	363,1	2,4
Велика Британія	410,9	479,7	2,9	Гонконг	437,0	482,6	2,8
Канада	393,0	462,4	2,6	Канада	401,7	461,0	2,7
Гонконг	394,0	427,9	2,6	Південна Корея	422,4	524,4	2,6
Сінгапур	358,5	414,8	2,2	Індія	357,5	461,4	2,2
Мексика	298,5	349,7	1,9	Сінгапур	311,7	366,3	2,0
Бельгія	279,7	344,9	2,1	Бельгія	284,4	355,1	2,1
Саудівська Аравія	251,1	359,9	1,5	Тайвань	247,3	279,4	1,4
Швейцарія	258,5	312,5	1,7	Швейцарія	246,2	294,1	1,6
Іспанія	253,0	303,6	1,8	Мексика	301,5	350,8	1,9
Тайвань	273,8	307,1	1,6	Російська Федерація	248,7	322,5	1,6
Індія	225,3	299,4	1,3	Об'єднані Арабські Емірати	161,4	185,6	1,2
Австралія	212,9	272,1	1,3	Польща	177,5	208,0	1,2
Бразилія	201,9	256,0	1,2	Бразилія	181,8	219,6	1,0
Об'єднані Арабські Емірати	212,3	252,6	1,4	Австралія	194,7	243,4	1,3
Малайзія	199,0	225,6	1,3	Австрія	152,0	183,3	1,1
Таїланд	193,6	221,6	1,2	Туреччина	177,3	232,9	1,1
Польща	165,7	193,9	1,1	Швеція	149,5	179,6	1,0
<b>Світ</b>	<b>15180</b>	<b>17970</b>	<b>100,0</b>	<b>Світ</b>	<b>14960</b>	<b>17820</b>	<b>100,0</b>

**Додаток А1**  
**Експорт товарів та послуг за регіонами та угрупованнями світу**

	2000	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Центральна Америка	208,369	311,183	340,452	365,847	298,167	374,291	438,014
Південна Америка	193,399	432,355	502,383	611,614	478,571	599,967	760,954
Східна Азія	911,332	2,114,928	2,536,211	2,881,193	2,432,749	3,151,402	3,697,074
Південна Азія	115,973	321,600	395,658	473,817	409,088	528,800	683,576
Південно-Східна Азія	511,773	908,150	1,042,270	1,190,968	1,001,500	1,277,113	1,501,478
Західна Азія	245,588	713,975	832,922	1,098,495	807,901	971,418	1,270,647
Океанія	6,081	9,601	10,638	12,364	13,085	12,103	14,311
Європа	3,226,524	6,146,265	7,212,159	8,016,795	6,402,963	7,083,594	8,248,489
Африка	183,068	445,259	531,207	663,219	481,107	595,729	674,119
G8 (Велика вісіска)	3,760,203	6,128,088	6,971,539	7,717,955	6,092,632	7,032,863	8,099,566
G20 (Велика двадцятка)	4,909,150	8,950,113	10,354,376	11,736,745	9,362,997	11,265,596	13,272,624
G77 (Група 77 країн, що розвиваються)	1,997,609	4,534,726	5,365,392	6,364,174	5,159,187	6,563,998	7,935,846
АТЕК (Азіатсько-тихоок. економ. співробітн.)	3,777,759	6,541,091	7,525,198	8,531,556	6,952,845	8,742,215	10,167,903
АСЕАН (Асоціація держав Пд.-Сх. Азії)	511,773	908,107	1,042,200	1,190,910	1,001,444	1,277,048	1,501,367
ЄС (Європейський Союз)	3,019,247	5,761,765	6,760,434	7,472,479	5,952,910	6,560,619	7,610,012
ЛАД (Ліга арабських держав)	298,486	772,483	902,404	1,165,925	852,271	1,041,703	1,307,088
МЕРКОСУР (Південний спільний ринок)	102,444	222,825	264,494	328,887	263,315	335,617	417,987
НАФТА (Північно-америк. зона вільної торг.)	1,585,688	2,191,431	2,447,487	2,688,860	2,211,691	2,620,342	3,005,491
ОІК (Організація ісламського співроб.)	644,346	1,485,221	1,750,706	2,207,468	1,667,106	2,040,935	2,535,725
ОАД (Організація Американських держав)	1,835,020	2,718,004	3,053,164	3,415,612	2,787,058	3,331,581	3,899,417

## Додаток А2

### Імпорт товарів та послуг за регіонами та угрупованнями світу

	2000	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Центральна Америка	225,882	337,578	374,483	412,346	321,285	402,378	472,929
Південна Америка	188,539	324,962	419,015	549,440	429,185	563,254	706,011
Східна Азія	850,222	1,842,748	2,148,635	2,485,770	2,125,236	2,872,287	3,421,022
Південна Азія	124,164	362,006	435,736	572,549	499,433	639,950	783,116
Південно-Східна Азія	464,879	806,662	917,265	1,102,499	881,032	1,138,596	1,358,217
Західна Азія	219,903	525,595	670,916	842,159	712,146	810,510	984,645
Океанія	7,388	14,163	16,607	18,758	15,646	19,161	21,439
Європа	3,174,710	5,993,686	7,013,696	7,863,092	6,151,617	6,826,953	7,939,451
Африка	164,663	380,495	480,832	610,093	524,708	606,062	685,991
G8 (Велика вісімка)	3,966,311	6,612,018	7,342,315	8,159,287	6,320,838	7,345,609	8,556,764
G20 (Велика двадцятка)	5,071,264	9,111,719	10,341,462	11,801,988	9,351,546	11,375,646	13,471,046
G77 (Група 77 країн, що розвиваються)	1,836,466	3,848,267	4,609,963	5,605,748	4,760,160	6,036,934	7,256,751
АТЕК (Азіатсько-тихоок. економ. співробітн.)	3,886,277	6,693,677	7,494,640	8,578,097	6,819,674	8,647,152	10,211,106
АСЕАН (Асоціація держав Пд.-Сх. Азії)	464,879	806,330	916,764	1,101,698	880,099	1,137,661	1,357,227
ЄС (Європейський Союз)	3,012,190	5,697,513	6,663,550	7,456,941	5,796,099	6,414,775	7,427,818
ЛАД (Ліга арабських держав)	223,945	516,567	670,635	862,799	763,931	834,165	956,612
МЕРКОСУР (Південний спільний ринок)	113,031	172,860	224,615	308,052	239,500	332,888	415,082
НАФТА (Північно-америк. зона вільної торг.)	1,931,306	2,923,423	3,131,504	3,385,592	2,626,550	3,160,729	3,608,604
ОІК (Організація ісламського співроб.)	530,320	1,163,077	1,443,276	1,792,208	1,509,354	1,772,152	2,089,240
ОАД (Організація Американських держав)	2,185,792	3,356,848	3,674,255	4,080,323	3,168,353	3,855,269	4,472,179



**Додаток Б**  
**Склад Вісесвітньої торгової організації (СОТ)**

	<b>Країни</b>	<b>Дата вступу до СОТ</b>	<b>Дата приєднання до ГАТТ</b>
1.	Австралія	1.01.1995	1.01.1948
2.	Австрія	1.01.1995	19.10.1951
3.	Албанія	8.09.2000	
4.	Ангола	1.12.1996	8.04.1994
5.	Антигуа і Барбуда	1.01.1995	30.03.1987
6.	Аргентина	1.01.1995	11.10.1967
7.	Бангладеш	1.01.1995	16.12.1972
8.	Барбадос	1.01.1995	15.02.1967
9.	Бахрейн	1.01.1995	13.12.1993
10.	Беліз	1.01.1995	7.10.1983
11.	Бельгія	1.01.1995	1.01.1948
12.	Бенін	22.02.1996	12.09.1963
13.	Болгарія	1.12.1996	
14.	Болівія	14.09.1995	8.09.1990
15.	Ботсвана	31.05.1995	28.08.1987
16.	Бразилія	1.01.1995	30.07.1948
17.	Бруней–Даруссалам	1.01.1995	9.12.1993
18.	Буркіна-Фасо	3.06.1995	3.05.1963
19.	Бурунді	23.07.1995	13.03.1965
20.	Вануату	24.08.2012	
21.	Велика Британія	1.01.1995	1.01.1948
22.	Венесуела	1.01.1995	31.08.1990
23.	В'єтнам	11.01.2007	
24.	Вірменія	05.02.2003	
25.	ґабон	1.01.1995	3.05.1963
26.	Гаїті	30.01.1996	1.01.1950
27.	ґаяна	1.01.1995	5.07.1966
28.	ґамбія	23.10.1996	22.02.1965
29.	ґана	1.01.1995	17.10.1957
30.	ґватемала	21.07.1995	10.10.1991
31.	ґвінея	25.10.1995	8.12.1994
32.	ґвінея Бісау	31.05.1995	17.03.1994
33.	ґондурас	1.01.1995	10.04.1994
34.	ґонконг	1.01.1995	23.04.1986
35.	ґренада	22.02.1996	9.02.1994
36.	ґреція	1.01.1995	1.10.1950
37.	ґрузія	14.06.2000	
38.	Данія	1.01.1995	28.05.1950
39.	Демократична Республіка Конго	1.01.1997	
40.	Джибуті	31.05.1995	16.12.1994

	<b>Країни</b>	<b>Дата вступу до СОТ</b>	<b>Дата приєднання до ГАТТ</b>
41.	Домініка	1.01.1995	20.04.1993
42.	Домініканська Республіка	9.03.1995	19.05.1950
43.	Еквадор	21.01.1996	
44.	Естонія	13.11.1999	
45.	Європейська Спільнота	1.01.1995	
46.	Єгипет	30.06.1995	9.05.1970
47.	Замбія	1.01.1995	10.02.1982
48.	Зімбабве	3.03.1995	11.07.1948
49.	Ізраїль	21.04.1995	5.07.1962
50.	Індія	1.01.1995	8.07.1948
51.	Індонезія	1.01.1995	24.02.1950
52.	Ірландія	1.01.1995	22.12.1967
53.	Ісландія	1.01.1995	21.04.1968
54.	Іспанія	1.01.1995	29.08.1963
55.	Італія	1.01.1995	30.05.1950
56.	Йорданія	11.04.2000	
57.	Кабо-Верде	23.07.2008	
58.	Камбоджа	11.09.2003	
59.	Камерун	13.12.1995	3.05.1963
60.	Канада	1.01.1995	1.01.1948
61.	Катар	13.01.1996	7.04.1994
62.	Кенія	1.01.1995	5.02.1964
63.	Киргизстан	20.12.1998	
64.	Китай	11.12.2001	
65.	Кіпр	30.07.1995	15.07.1963
66.	Колумбія	30.04.1995	3.10.1981
67.	Конго	27.03.1997	3.05.1963
68.	Корея	01.01.1995	14.04.1967
69.	Коста-Рика	01.01.1995	24.11.1990
70.	Кот-д'Івуар	01.01.1995	31.12.1963
71.	Куба	20.04.1995	1.01.1948
72.	Кувейт	01.01.1995	3.05.1963
73.	Лаос	02.02.2013	
74.	Латвія	10.02.1999	
75.	Лесото	31.05.1995	8.01.1988
76.	Литва	31.05.2001	
77.	Ліхтенштейн	1.09.1995	29.03.1994
78.	Люксембург	1.01.1995	1.01.1948
79.	М'янма	1.01.1995	29.07.1948
80.	Маврикій	1.01.1995	2.09.1970
81.	Мавританія	31.05.1995	30.09.1963
82.	Мадагаскар	17.11.1995	30.09.1963
83.	Макао	1.01.1995	11.01.1991

	<b>Країни</b>	<b>Дата вступу до СОТ</b>	<b>Дата приєднання до ГАТТ</b>
84.	Македонія	04.04.2003	
85.	Малаві	31.05.1995	28.09.1964
86.	Малайзія	1.01.1995	24.10.1957
87.	Малі	31.05.1995	11.01.1993
88.	Мальдівські Острови	31.05.1995	19.04.1983
89.	Мальта	1.01.1995	19.11.1964
90.	Марокко	01.01.1995	17.06.1987
91.	Мексика	01.01.1995	24.08.1986
92.	Мозамбік	26.08.1995	27.07.1992
93.	Молдова	26.07.2001	
94.	Монголія	29.01.1997	
95.	Намібія	01.01.1995	15.09.1992
96.	Непал	11.09.2003	
97.	Нігер	13.12.1996	31.12.1963
98.	Нігерія	01.01.1995	18.11.1960
99.	Нідерланди	01.01.1995	1.01.1948
100.	Нікарагуа	03.09.1995	28.05.1950
101.	Німеччина	01.01.1995	1.10.1951
102.	Нова Зеландія	01.01.1995	30.07.1948
103.	Норвегія	01.01.1995	10.07.1948
104.	Об'єднані Арабські Емірати	10.04.1996	8.03.1994
105.	Оман	09.11.2000	
106.	Пакистан	01.01.1995	30.07.1948
107.	Панама	06.09.1997	
108.	Папуа–Нова Гвінея	09.06.1996	16.12.1994
109.	Парагвай	01.01.1995	6.01.1994
110.	Перу	01.01.1995	7.10.1951
111.	Південна Африка	01.01.1995	13.06.1948
112.	Польща	01.07.1995	18.10.1967
113.	Португалія	01.01.1995	6.05.1962
114.	Російська Федерація	22.08.2012	
115.	Руанда	22.05.1996	1.01.1966
116.	Румунія	01.01.1995	14.11.1971
117.	Сальвадор	07.05.1995	22.05.1991
118.	Самоа	10.05.2012	
119.	Саудівська Аравія	11.12.2005	
120.	Свазіленд	01.01.1995	8.02.1993
121.	Сенегал	01.01.1995	27.09.1963
122.	Сент-Вінсент і Гренадіни	01.01.1995	18.05.1993
123.	Сент-Кітс і Невіс	21.02.1996	24.03.1994
124.	Сент-Лусія	01.01.1995	13.04.1993
125.	Сінгапур	01.01.1995	20.08.1973

	<b>Країни</b>	<b>Дата вступу до СОТ</b>	<b>Дата приєднання до ГАТТ</b>
126.	Словаччина	01.01.1995	15.04.1993
127.	Словенія	30.07.1995	30.10.1994
128.	Соломонові Острови	26.07.1996	28.12.1994
129.	Сполучені Штати Америки	01.01.1995	1.01.1948
130.	Суринам	01.01.1995	22.03.1978
131.	Сьєрра-Леоне	23.07.1995	19.05.1961
132.	Таджикистан	02.03.2013	
133.	Таїланд	01.01.1995	20.11.1982
134.	Тайвань	01.01.2002	
135.	Танзанія	01.01.1995	9.12.1961
136.	Того	31.05.1995	20.03.1964
137.	Тонга	27.07.2007	
138.	Тринідад і Тобаго	01.03.1995	23.10.1962
139.	Туніс	29.03.1995	19.08.1990
140.	Туреччина	26.03.1995	17.10.1951
141.	Уганда	01.01.1995	23.10.1962
142.	Угорщина	01.01.1995	9.09.1973
143.	Україна	16.05.2008	
144.	Уругвай	01.01.1995	6.12.1953
145.	Фіджі	14.01.1996	16.11.1993
146.	Філіппіни	01.01.1995	27.12.1979
147.	Фінляндія	01.01.1995	25.05.1950
148.	Франція	01.01.1995	1.01.1948
149.	Хорватія	30.11.2000	
150.	Центральноафриканська Республіка	31.05.1995	3.05.1963
151.	Чад	19.10.1996	12.07.1963
152.	Чехія	01.01.1995	15.04.1993
153.	Чилі	01.01.1995	16.03.1949
154.	Чорногорія	29.04.2012	
155.	Швейцарія	01.07.1995	1.08.1966
156.	Швеція	01.01.1995	30.04.1950
157.	Шрі-Ланка	01.01.1995	29.07.1948
158.	Ямайка	09.03.1995	31.12.1963
159.	Японія	01.01.1995	10.09.1955

## Додаток В

### Позиції України у рейтингу ЕТІ, 2008-2010 рр.

Показник	Місце у глобальному рейтингу		
	2008	2009	2010
<i>Кількість країн</i>	<i>118</i>	<i>121</i>	<i>125</i>
<b>Індекс стимулювання торгівлі (Enabling Trade Index)</b>	<b>68</b>	<b>71</b>	<b>81</b>
<b>Доступ до ринків</b>	<b>39</b>	<b>24</b>	<b>30</b>
<b>Митне регулювання</b>	<b>94</b>	<b>95</b>	<b>106</b>
Ефективність митного регулювання	108	110	110
Ефективність імпортно-експортних процедур	92	91	98
Прозорість митного регулювання	81	84	102
<b>Транспортно-комунікаційна інфраструктура</b>	<b>59</b>	<b>60</b>	<b>71</b>
Доступність і якість транспортної інфраструктури	67	63	69
Доступність і якість транспортних послуг	66	77	93
Доступність та використання інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ)	48	51	55
<b>Середовище ведення бізнесу</b>	<b>106</b>	<b>85</b>	<b>86</b>
Регулятивне середовище	114	107	117
Фізична безпека	82	76	64

## Додаток В1

### Основні імпортери українських послуг та експортери послуг в Україну в 2010 р.

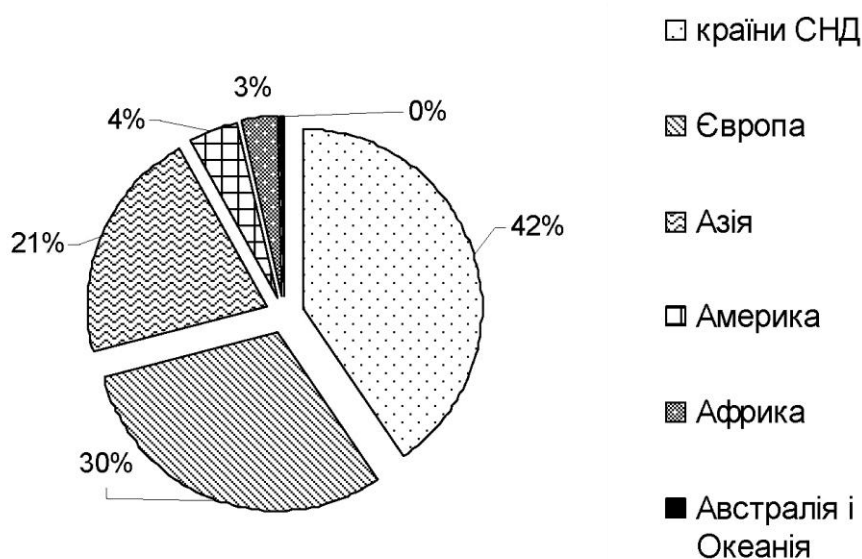
Країни – експортери послуг в Україну	Обсяг, тис. \$ США	Країни – імпортери українських послуг	Обсяг, тис.\$ США
Всього	2058592,51	Всього	5307916,59
Росія	340283,2	Росія	2309185,2
США	226398,5	Об'єднане Королівство	306465,7
Об'єднане Королівство	146984	США	242816,8
Німеччина	143812,4	Угорщина	210230,0
Кіпр	111809,2	Швейцарія	198944,4
Швейцарія	77946,83	Кіпр	149776,9
Австрія	68610,97	Німеччина	140869,4
Польща	65434,69	Бельгія	115209,4
Швеція	59864,2	Словаччина	89120,3
Литва	48791,23	Австрія	84661,2
Туреччина	42560,1	Віргінські острови	75030,3
Угорщина	39271,5	Туркменістан	71923,1
Нідерланди	38159,2	Таджикистан	63880,4
Бельгія	22546,71	Греція	63765,5
Білорусь	22041,41	Білорусь	51816,8

## Додаток В2

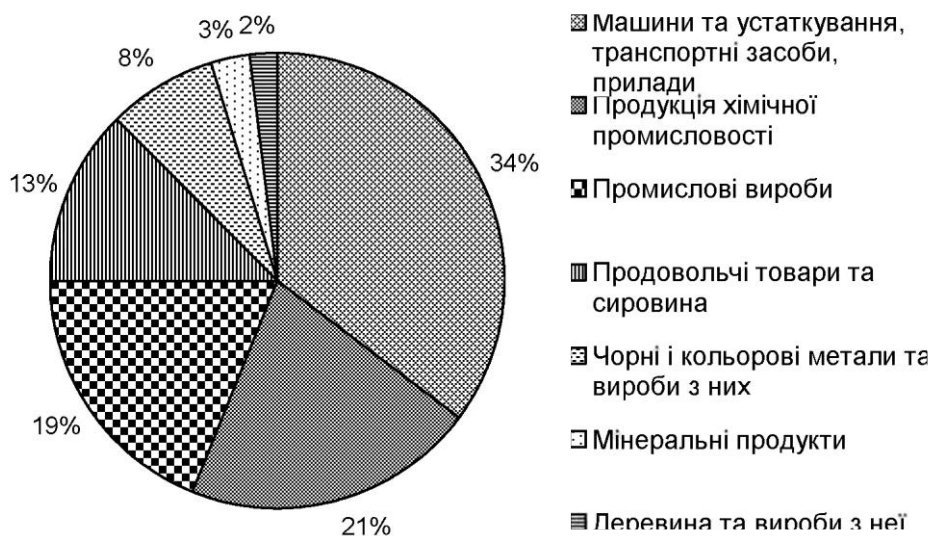
### Питома вага експорту та імпорту послуг України в розрізі видів економічної діяльності в 2000, 2005, 2010 рр. (%)

Послуги за видами економічної діяльності	Експорт 2000	Експорт 2005	Експорт 2010	Імпорт 2000	Імпорт 2005	Імпорт 2010
Всього в національній економіці	100	100	100	100	100	100
Послуги, пов'язані з сільським господарством, мисливством і лісовим господарством	0,0	0,02	0,01	0,04	0,0	0,0
Послуги, пов'язані з рибним господарством	-	0,0	0,0	-	-	0,1
Послуги в добувній промисловості	0,32	0,01	0,01	1,29	0,44	0,57
Послуги в обробній промисловості	5,87	6,95	9,39	2,29	3,49	2,8
Послуги у виробництві електроенергії, газу та води	0,0	0,06	0,05	0,03	-	0,0
Послуги, пов'язані з будівництвом	1,07	0,54	1,85	2,04	2,19	4,4
Послуги, пов'язані з оптовою та роздрібною торгівлею; торгівлею транспортними засобами; послуги з ремонту	0,09	0,07	0,14	1,3	1,21	1,74
Послуги готелів і ресторанів	0,69	1,13	1,05	2,45	2,8	2,87
Послуги транспорту і зв'язку	86,4	85,4	79,36	31,3	28,78	29,19
Послуги, пов'язані з фінансовою та страховою діяльністю	0,75	0,8	0,79	7,87	7,86	10,66
Послуги в операціях з нерухомістю, здаванням під найм і послуги юридичним особам	3,77	3,72	5,42	8,57	14,32	16,66
Послуги, пов'язані з державним управлінням	0,08	0,18	0,53	41,49	36,71	28,86
Послуги у сфері освіти	0,53	0,57	0,53	0,28	0,15	0,16
Послуги, пов'язані з охороною здоров'я та соціальною допомогою	0,33	0,44	0,68	0,06	0,05	0,03
Колективні, громадські та особисті послуги	0,1	0,1	0,19	0,91	2,0	1,95
Послуги, пов'язані з екстериторіальною діяльністю	0,0	-	-	0,07	0,0	0,0

### Додаток Г



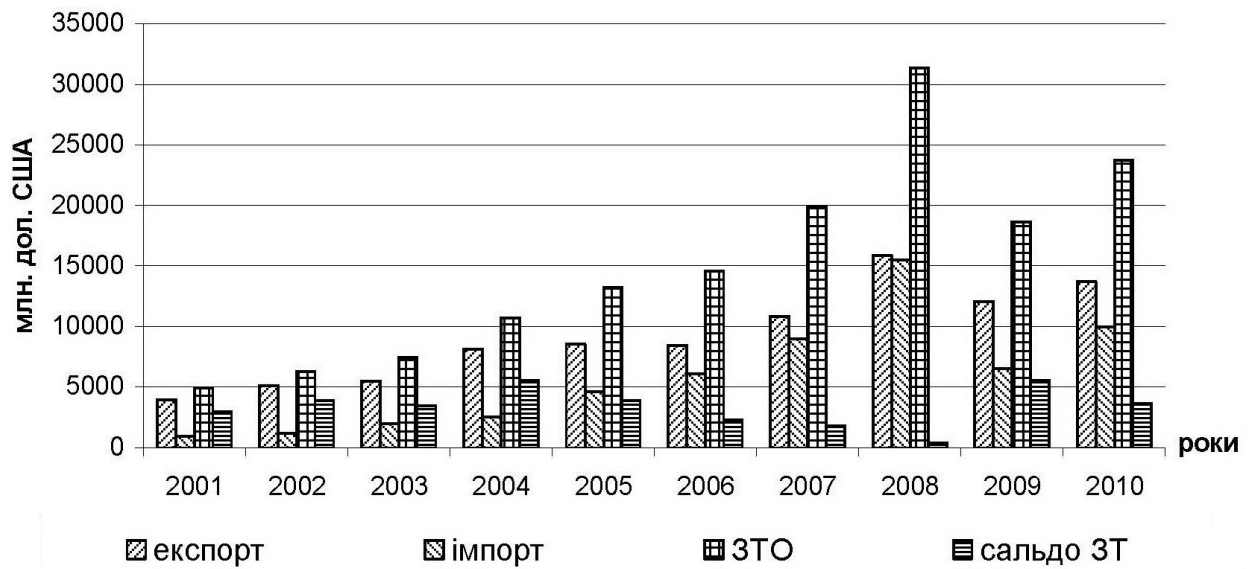
### Частка регіонів світу в зовнішньоторговельному обороті України у 2010 р.



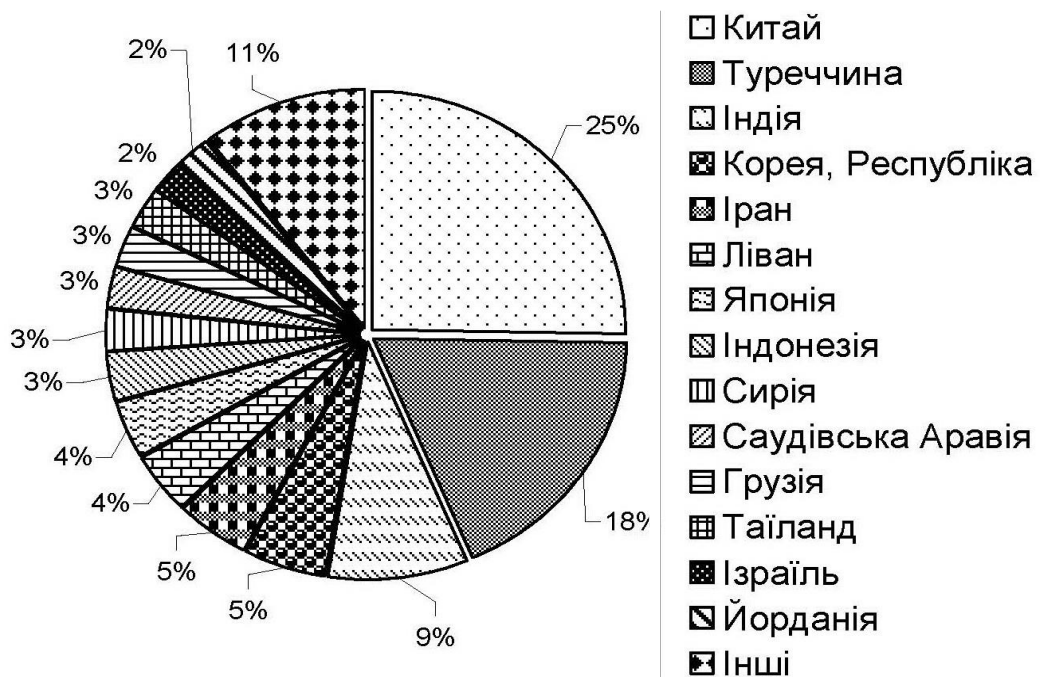
### Товарна структура імпорту України з країн Азії у 2010 році



## Додаток Г1

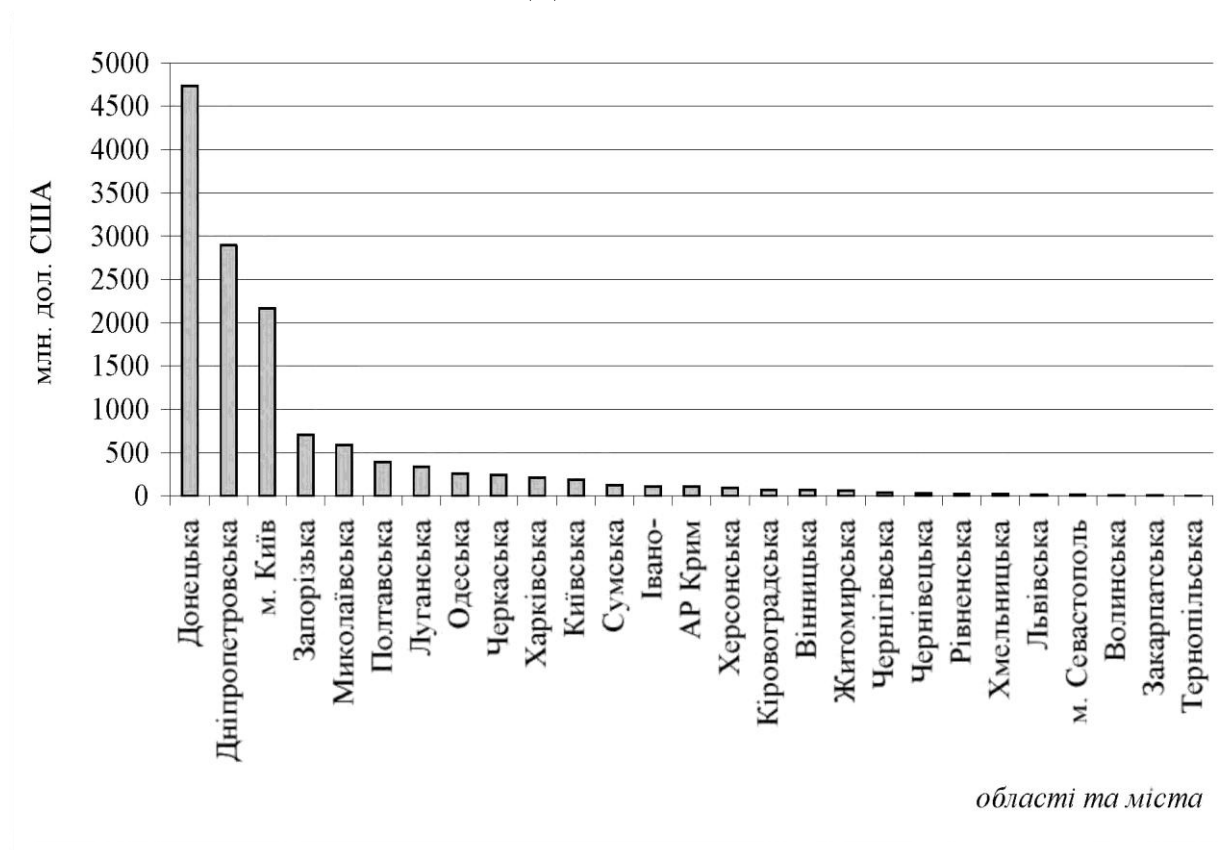


### Динаміка зовнішньої торгівлі товарами України з країнами Азії за період 2001-2010 рр.

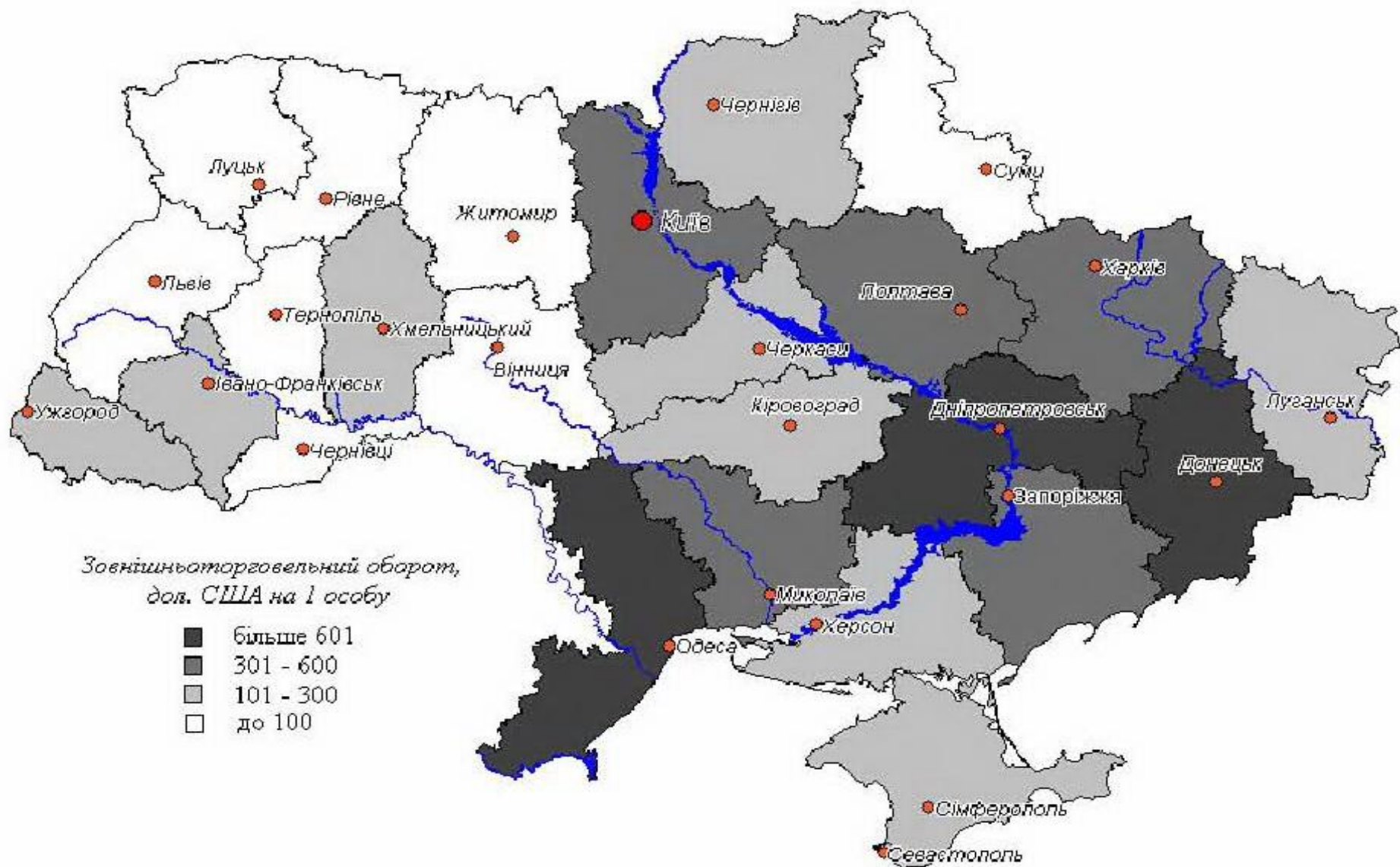


### Географічна структура зовнішньоторговельного обороту України з країнами Азії у 2010 році

## Додаток Г2



## Розподіл регіонів України за обсягами експорту товарів до країн Азії у 2010 р.



**Розподіл регіонів України за інтенсивністю зовнішньоторговельного обороту з країнами Азії у 2010 р.**

# Зміст

<i>Вступ</i>	3
<b>Модуль 1. Світовий ринок як механізм реалізації світогосподарських зв'язків</b>	5
<i>Тема 1. Світовий ринок: сутнісна характеристика та особливості розвитку</i>	5
1.1. Особливості формування світового ринку	5
1.2. Світовий ринок як економічна категорія	11
1.3. Структуру світового товарного ринку	14
<i>Контрольні запитання</i>	22
<b>СЕМІНАРСЬКЕ ЗАНЯТТЯ</b>	23
<i>Завдання для самостійної роботи</i>	29
<i>Тема 2. Міжнародна торгівля товарами та послугами на світовому ринку</i>	30
2.1. Значення торгівлі товарами в системі міжнародної економічної діяльності	30
2.2. Систематизація видів і форм міжнародної торгівлі	32
2.3. Поняття та форми товарообмінних операцій	41
2.4. Сучасні тенденції у структурі та динаміці світової торгівлі товарами	44
<i>Контрольні запитання</i>	49
<b>СЕМІНАРСЬКЕ ЗАНЯТТЯ</b>	51
<i>Завдання для самостійної роботи</i>	56
<i>Тема 3. Особливості функціонування світових товарних ринків</i>	57
3.1. Система класифікації товарів у міжнародній торгівлі	57
3.2. Сутність світової ціни на товари	60
3.3. Специфічні риси здійснення зовнішньоторговельних операцій на світовому ринку за різними товарними групами	63
<i>Контрольні запитання</i>	69
<b>СЕМІНАРСЬКЕ ЗАНЯТТЯ</b>	70
<i>Завдання для самостійної роботи</i>	74
<i>Тема 4. Теоретичні основи світової торгівлі послугами</i>	75
4.1. Загальна сутність міжнародної торгівлі послугами	75
4.2. Особливості послуг як специфічного товару	79
4.3. Класифікація послуг як предмета торгівлі	81
4.4. Сучасний стан та перспективи розвитку світової торгівлі послугами	85
<i>Контрольні запитання</i>	93
<b>СЕМІНАРСЬКЕ ЗАНЯТТЯ</b>	94
<i>Завдання для самостійної роботи</i>	97
<i>Тема 5. Особливості формування та сучасні тенденції розвитку ринків міжнародних послуг</i>	98
5.1. Форми міжнародних технологічних послуг	98

5.2. Види та особливості міжнародних транспортних послуг	104
5.3. Поняття та тенденції розвитку міжнародного туризму	114
5.4. Особливості та значення міжнародного ринку інформаційних й електронних послуг	120
5.5. Економічний зміст рекламних послуг	125
5.6. Характеристика ринків фінансових та страхових послуг	129
<i>Контрольні запитання</i>	132
<b>СЕМІНАРСЬКЕ ЗАНЯТТЯ</b>	133
<i>Завдання для самостійної роботи</i>	139
<b>Модуль 2. Організація та регулювання зовнішньоторговельних процесів на світовому ринку</b>	140
<i>Тема 6. Система регулювання міжнародного обміну товарами і послугами</i>	140
6.1. Основні тенденції розвитку сучасної системи регулювання торговельно-економічних відносин	140
6.2. Класифікація інструментів регулювання міжнародної торгівлі товарами і послугами	142
6.3. Митно-тарифні інструменти регулювання	145
6.4. Застосування нетарифних інструментів регулювання	149
<i>Контрольні запитання</i>	158
<b>СЕМІНАРСЬКЕ ЗАНЯТТЯ</b>	159
<i>Завдання для самостійної роботи</i>	165
<i>Тема 7. Методи організації зовнішньоторговельної діяльності</i>	166
7.1. Систематизація методів міжнародної торгівлі	166
7.2. Торгівля через торговельно-посередницькі фірми	170
7.3. Сутність і функції міжнародних товарних бірж	176
7.4. Організаційні форми аукціонної торгівлі	181
7.5. Тенденції розвитку міжнародної тендерної торгівлі	185
7.6. Типізація міжнародних виставок / ярмарків	187
<i>Контрольні запитання</i>	189
<b>СЕМІНАРСЬКЕ ЗАНЯТТЯ</b>	189
<i>Завдання для самостійної роботи</i>	194
<i>Тема 8. Міжнародні економічні інститути, що регулюють світову торговельну політику</i>	195
8.1. Створення та сутність Світової організації торгівлі (системи ГАТТ/СОТ)	195
8.2. Фундаментальні принципи уніфікованих міжнародних правил товарної торгівлі	201
8.3. Процес вступу до Світової організації торгівлі (СОТ)	202
8.4. Переваги та недоліки системи світової торгівлі	207
8.5. Економічні інститути системи Організації Об'єднаних Націй (ООН)	209
8.6. Міжнародні організації з регулювання світових товарних ринків	211
<i>Контрольні запитання</i>	216

<b>СЕМІНАРСЬКЕ ЗАНЯТТЯ</b>	<b>216</b>
<i>Завдання для самостійної роботи</i>	<b>221</b>
<i>Тема 9. Сучасний стан і перспективи розвитку світових інтеграційних процесів</i>	<b>222</b>
9.1. Основні етапи розвитку західноєвропейської інтеграції	222
9.2. Сутність та цілі інтеграційних об'єднань Східної та Центральної Європи	230
9.3. НАФТА і розвиток економічної інтеграції у Північній Америці	293
9.4. Особливості розвитку інтеграційних процесів в Азії	235
9.5. Специфіка латиноамериканських інтеграційних угруповань	239
9.6. Основні економічні угруповання Африки	240
<i>Контрольні запитання</i>	<b>241</b>
<b>СЕМІНАРСЬКЕ ЗАНЯТТЯ</b>	<b>242</b>
<i>Завдання для самостійної роботи</i>	<b>248</b>
<i>Тема 10. Зовнішньоторговельна діяльність України за умов ринкової трансформації</i>	<b>249</b>
10.1. Чинникові передумови міжнародної торгівлі України	249
10.2. Сучасний стан та актуальні проблеми зовнішньої торгівлі України товарами	250
10.3. Особливості становлення ринку послуг в економіці України	257
10.4. Наслідки для сектора послуг від вступу України в СОТ та наступним приєднання до зони вільної торгівлі з країнами ЄС	263
10.5. Інтеграційний режим України з країнами Співдружності Незалежних Держав (СНД)	268
<i>Контрольні запитання</i>	<b>271</b>
<b>СЕМІНАРСЬКЕ ЗАНЯТТЯ</b>	<b>272</b>
<i>Завдання для самостійної роботи</i>	<b>275</b>
<i>Учбово-методичні матеріали до дисципліни</i>	<b>276</b>
<i>Додатки</i>	<b>278</b>

Навчальне видання

**НОСАЧ Лариса Леонідівна  
КОЗУБ Вікторія Олександрівна  
Гринько Павло Леонідович**

# ***СВІТОВИЙ РИНОК ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ***

***Навчально-методичний посібник***

*Для студентів напряму підготовки  
030510 «Товарознавство і торговельне підприємництво»  
усіх форм навчання*

Авторська редакція

---

Підп. до друку «\_\_»\_\_2014 р. Формат 60x84 1\16. Папір офсет.  
Обл.-вид. арк. \_\_\_\_\_. Умов. друк. арк. \_\_\_\_\_. Тираж \_\_\_\_ прим. Замов. № \_\_\_\_

---

Видавець і виготовлювач  
Харківський державний університет харчування та торгівлі  
вул. Клочківська, 333, Харків – 61051  
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК №2319 від 19.10.2005 р.