

Лекція 4.

Транспортні витрати та ескалація цін

Зміст

1. Транспортні витрати (Інкотермс)	1
1.1. Базисні умови постачання	1
1.2. Який вид транспорту вибрати	6
1.3. Базис ціни	7
2. Фактори ескалації цін	9
3. Засоби зменшення цін	10
3.1. Використання зон зовнішньої торгівлі для зменшення цінової ескалації.	12
3.2. Демпінг	13

1. Транспортні витрати (Інкотермс)

Транспорт є основною сполучною ланкою між продавцем і покупцем; кінцевою метою транспортування є своєчасне прибуття вантажу в кінцевий пункт призначення в гарному стані. Тому дуже важливо забезпечити перевезення по самому безпечному маршруті, із кращим сервісним забезпеченням і при найменших витратах.

При розгляді питань транспортування вантажів для учасників зовнішньої торговельної операції необхідно установити наступне:

- які базисні умови постачання товару, і як відповідно до них розподіляються обов'язки продавця і покупця по забезпеченню доставки товару;
- як здійснюється зворотний зв'язок між продавцем і покупцем при доставці товару (повідомлення);
- яким видом транспорту буде доставлятися товар, які документи оформляють договір перевезення.

1.1. Базисні умови постачання

Базисними умовами в зовнішньоторговельному (базисні умови у внутрішній торгівлі не застосовуються) контракті купівлі-продажу називають спеціальні умови, що визначають обов'язку продавця і покупця по доставці товару і встановлюють момент виконання продавцем своїх обов'язків по постачанню

товару і переходу ризику випадкової чи загибелі ушкодження товару з продавця на покупця, а також здатних виникнути в зв'язку з цим витрат.

Застосування базисних умов спрощує складання й узгодження контрактів, допомагає контрагентам знайти способи поділу відповідальності і вирішення виникаючих розбіжностей. Міжнародна торгова палата розробила і випустила збірники тлумачень базисних умов, так називані «International Commercial Terms», по-українськи скорочено «Інкотермс», що широко використовуються в міжнародній торговій практиці. Остання редакція Інкотермс вийшла в 2000 році.

Застосовуваний при позначенні базисних умов термін «франко» (від французького - franco) походить від слова «вільно» і означає, що покупець вільний від ризику і усіх витрат по доставці товару до пункту, позначеного словом «франко». У контрактах після скороченого чи повного позначення базисної умови варто вказувати найменування географічного пункту. Цими пунктами можуть бути морські і річкові порти, станції залізниць, аеродроми, склади, місцезнаходження продавців, покупців, вантажоодержувачів, бірж і аукціонів, прикордонні пункти, заводи-виготовлювачі і споживачі продукції, будівельні майданчики об'єктів.

Умови Інкотермс являють собою універсальний набір умов, і їхнє знання і використання виявляється дуже корисним у зовнішньоторговельній практиці.

Однак, тим, хто тільки починає роботу на зовнішньому ринку, часом буває важко визначити, яке саме з умов варто вибрати для конкретного контракту, як ця умова може бути доповнена чи змінена в разі потреби, які питання взаємин продавця і покупця взагалі не регламентуються цими умовами і тому вимагають явних застережень у контракті.

Застосування правил Інкотермс характеризується наступними умовами:

- «Інкотермс» не регулює наслідки, що може мати контракт у відношенні права власності на товар, і не містять засобу правового захисту у випадку порушення контракту однієї зі сторін:
- тільки пряме посилання на використання умов Інкотермс у тексті контракту є підставою для тлумачення контракту відповідно до Інкотермс. Таке застереження в тексті контракту можуть виглядати так: «При тлумаченні дійсного контракту мають силу умови Інкотермс у редакції 2000 року»:
- при наявності в контракті посилання на умови Інкотермс і одночасно статей, що суперечать чи обмежує їх, такі статті мають переважачу дію.

Всі умови Інкотермс можна розділити на чотири групи: група Е, яка включає тільки умова франко-завод, група F, група С и група D.

Інкотермс досить виразно регламентують зобов'язання продавця і покупця при здійсненні постачання на умові «франко-завод». Тут необхідно тільки помітити, що, у випадку несвоєчасного повідомлення покупцем продавця про час прибуття призначеного покупцем перевізника під навантаження чи недотримання термінів приймання товару, на покупця переходять усі ризики по товару, починаючи з визначеної в контракті дати здачі товару, але тільки за умови, що товар був відособлений як предмет даного контракту і відповідним чином зберігається на складі продавця, де також можуть знаходитися однакові товари, призначені для різних покупців.

У групу F входять наступні умови:

- «Франко-перевізник» - FCA
- ФАС чи «Франко - уздовж борта судна» - FAS
- ФОБ чи «Франко-борт судна» - FOB

По F-умовах продавець вважається що виконав свої зобов'язання після того, як він передав товар перевізнику відповідно до інструкцій, отриманих від покупця.

Ці умови передбачають, що в обов'язок покупця входить вибір перевізника, укладання з ним договору перевезення. Продавець повідомляє покупцю про готовність товару до відвантаження, після чого покупець укладає договір перевезення і віддає продавцю свої інструкції з приводу того, кому, коли і як передати куплений товар. Тому в кожному конкретному контракті, укладеному на F-умові, уся ця процедура повинна бути визначена з повною ясністю для обох контрагентів.

Під терміном «перевізник» розуміється не тільки фірма, що дійсно виконує перевезення вантажів, але і та, котра забезпечує виконання перевезення, бере на себе зобов'язання по перевезенню товару. Такі фірми називають експедиторськими. Умова «Франко-перевізник» застосовується для перевезень будь-яким видом транспорту. Під час перевезення по воді ця умова використовується замість умови ФОБ у тих випадках, коли немає можливості передати вантаж перевізнику традиційним способом - через поручні судна: наприклад, якщо продавець змушений передати товар перевізнику до прибуття судна в порт.

При постачаннях на умові FOB, якщо характер вантажу вимагає укладання (штивки) вантажу в трюмах і приміщеннях судна, сторони можуть домовитися в контракті, що витрати по такому укладанню відносяться на продавця. Тоді ця умова буде називатися FOB stowed (ФОБ зі штивкою).

У групу C входить чотири умови Інкотермс:

- КАФ чи «Вартість п фрахт» - CAF;

- СИФ чи «Вартість, страхування і фрахт» - CIF;
- «Доставка оплачена до ...» - CPT.
- «Доставка н страхування оплачені до ...» - CIP

Відповідно до цих умов продавець самостійно укладає договір перевезення, оплачує перевезення до зазначеного в контракті місця приймання товару покупцем, а також сповіщає покупця про деталі відправлення і передбачуваний час прибуття вантажу в погоджене місце прийняття постачання. При морських перевезеннях, коли товар знаходиться в шляху тривалий час, повідомлення покупця робить капітан корабля відповідно до умов договору перевезення.

При контрактах на С - умовах продавець звільняється від відповідальності і ризиків з моменту передачі товару перевізнику у своїй країні, хоча і несе витрати на доставку товару в країну покупця.

Продавець зобов'язаний оплатити перевізнику усю вартість транспортування товару незалежно від того, чи належний фрахт був оплачений до навантаження товару чи оплата допускається після його доставки в місце призначення, крім додаткових витрат, що можуть виникнути через обставини, що наступили після навантаження і відправлення товару, і повинні бути оплачені покупцем, якщо виникли не з вини перевізника.

Якщо доставка товару в місце призначення вимагає перевантажень у проміжних пунктах, продавець може укласти кілька договорів перевезення. Він повинний оплатити усю вартість доставки до місця призначення, включаючи вартість перевантажень товару. Але якщо перевантаження виявилось змушеним через необхідність уникнути наслідків непередбачених обставин (природні явища, страйки, урядові акти, війна або воєнні дії), додаткові витрати повинна нести покупець.

При укладанні контракту сторони повинні домовитися про те, хто буде оплачувати розвантаження товару в місці призначення. Під час перевезення товару на регулярних судноплавних лініях у вартість фрахту звичайно уже входить вартість розвантаження. Тому якщо характер вантажу припускає перевезення вантажу саме лінійним судном, то ці витрати автоматично несе продавець. При перевезеннях чартерними судами продавець може прийняти на себе витрати по розвантаженню, додавши в контракті після термінів CIF чи CAF слово «landed» (тобто «включаючи розвантаження»). У групу D входять такі умови Інкотермс:

- ДАФ чи «Поставлено на границю» - DAF;
- «Поставлено з борта судна» - DES;
- «Поставлено з пристані» - DEQ;

- «Поставлено без оплати мита» - DDU;
- «Поставлено з оплатою мита » - DDP.

Для покупця умови групи D становлять найбільший інтерес, оскільки продавець зобов'язаний доставити товар у зазначене місце чи пункт призначення, несучи всі ризики і витрати по доставці товару. Тому контракти відповідно до D-умов відносяться до групи «доставочних контрактів», у той час як контракти на С-умовах називають «відвантажувальними контрактами».

D-умови можна розбити на дві категорії. У першу попадають умови «Поставлено на границю» (DAF), «Поставлено з борта судна» (DES) і «Поставлено без оплати мита» (DDU), відповідно до яких продавець не очищає товар для імпорту. До другої категорії відносяться «Поставлено з пристані (DEQ) і «Поставлено, мито оплачене» (DDP). По цих умовах продавець повинний одержати всі необхідні імпортні ліцензії, а також оплатити мита, збори і податки, що, у зв'язку з лібералізацією зовнішньої торгівлі, скажемо, у країнах ЄС, продавцю неважко зробити. Однак при продажі в країні, де очищення для імпорту складна справа і може забрати невизначений час, продавцю рекомендується утримуватися від умови DDP.

Умова «Поставлена на границю» (DAF) використовується при доставці товарів автомобільним і залізничним транспортом. Товар вважається поставленим, коли товар наданий у розпорядження покупця чи його перевізника в зазначеному місці на границі, до митного кордону сусідньої країни, хоча при тлумаченні даної умови термін «границя» не обов'язково може відноситися до границі країни експортера. При залізничних перевезеннях продавець на прохання, за рахунок і ризик покупця може одержати від перевізника транзитні транспортні документи на весь шлях проходження товару до кінцевого пункту призначення.

При описі зобов'язань продавця і покупця в умовах Інкотермс зустрічається фраза: «Немає зобов'язань». Наприклад, у пункті «Договір перевезення» умови СИФ сказано, що продавець зобов'язаний «укласти на звичайних умовах і за свій рахунок договір перевезення товару», а в покупця «немає зобов'язань». Це не значить, що покупець не може укласти договір перевезення, якщо це буде в його власних інтересах. Просто покупець не має зобов'язань перед продавцем робити це. З іншого боку, питання поділу витрат по оплаті мита, податків, інших офіційних зборів, а також по виконанню митних формальностей дуже детально визначені в кожній з умов Інкотермс. І слідувати їм потрібно, не дивлячись на інтереси будь-кого. Очевидно, що покупець не зацікавлений у додаткових витратах, що може понести продавець при доставці товару в погоджене місце призначення, але він (покупець) зобов'язаний їх оплатити відповідно до деяких D-умов.

Отже, правила Інкотермс досить чітко визначають, що ризик загибелі чи

ушкодження товару, так само як і зобов'язання нести усі витрати, зв'язані з товаром, переходять із продавця на покупця в момент, коли продавець виконав свої зобов'язання по постачанню товару, за винятком випадків, коли покупець не здійснює прийом постачання обговореним у контракті образом чи виявляється не в змозі віддати інструкції (які стосуються часу навантажування товару і/чи місця постачання), що потрібні продавцю для виконання його зобов'язань по доставці товару.

Якщо під час вступу контракту в силу неможливо точно установити пункт чи навіть місце, куди повинний бути доставлений товар продавцем перевізнику чи його кінцеве місце призначення, то сторони можуть указати приблизну «область» чи більше по розмірах місце, наприклад, морський порт, обов'язково конкретизувавши пункт доставки під час виконання контракту.

З усіх базисних умов найбільше поширення одержали умови FOB і CIF, і в практиці міжнародної торгівлі «ціна FOB» звичайно розуміється як експортна ціна товару, «ціна CIF» - як імпортна.

Продаж товарів на цих умовах вигідний для продавця, тому що ризик випадкової загибелі чи ушкодження товару з моменту навантаження товару на судно й одержання коносаменту, а іноді з моменту прийняття товару до навантаження в порту відправлення переходить на покупця. Крім того, при угодах на умові «CIF» продавець одержує можливість фрахтувати судно за своїм розсудом і тим самим одержувати додатковий прибуток за рахунок різниці між вартістю фрахту, закладеної в ціні, і фактично сплаченої фрахтівнику, а також шляхом використання зафрахтованого тоннажу для перевезення зворотним рейсом своїх імпортних вантажів.

1.2. Який вид транспорту вибрати

При плануванні відправлення вантажу і виборі виду транспорту варто ретельно аналізувати наступні фактори:

Вид вантажу. У деяких випадках можливість вибору відсутня: швидкопсувні вантажі підлягають перевезенню авіатранспортом, і, навпаки, авіаперевезення неприпустиме для легкозаймистих, вибухонебезпечних вантажів. Основну частину міжнародних морських перевезень складають перевезення масових наливних і навалочних вантажів: сирої нафти і нафтопродуктів, залізної руди, кам'яного вугілля, зерна. З інших вантажів морської торгівлі виділяються так називані генеральні вантажі, тобто готова промислова продукція, напівфабрикати, продовольство.

Відстань і маршрут перевезення. Місце відправлення вантажу і кінцевий пункт перевезення є також визначальними для вибору виду транспорту. В усередині-континентальних перевезеннях використовуються залізничний, автомобільний і авіаційний транспорт, і вирішальними при виборі одного з них

є, крім виду вантажу, нижчеподані умови.

Фактор часу. Природно, що найшвидший спосіб доставки вантажів авіа-транспортном, однак він дуже дорогий, і застосовувати його потрібно тільки в тих екстрених ситуаціях, коли головною задачею є доставка вантажу в мінімальний термін. В інших випадках дуже важливо розробляти добре сплановані програми постачань, орієнтуючись на плани перевезень транспортних компаній, щоб уникнути дорогих поспішних перевезень.

Вартість перевезення. Нижче, у таблиці 1, приведена класифікація умов Інкотермс по застосовних видах транспорту.

Табл. 1. Класифікація умов Інкотермс по застосовних видах транспорту

Вид транспорту	Умова Інкотермс	
	назва	український еквівалент
Повітряний	FCA - Free Carrier	Франко-перевізник (вказаний пункт)
Залізничний	FCA - Free Carrier	Франко-перевізник (вказаний пункт)
Морський та річковий	FAS - Free Alongside Ship FOB - Free on Board CAF - Cost and Freight CIF - Cost, Insurance and Freight DES-Delivered Ex Ship DEQ - Delivered Ex Quay	ФАС - Франко уздовж борта судна ФОБ - Франко-борт судна КАФ - Вартість і фрахт СИФ - Вартість, страхування і фрахт Поставлений з борта судна Поставлено з пристані
Любий вид	EXW - Ex Works FCA - Free Carrier CPT - Carriage Paid to ... CIP - Carriage and Insurance paid to ... DAF - Delivered at Frontier DDU - Delivered Duty Unpaid DDP - Delivered Duty Paid	Франко-завод Франко-перевізник Доставка оплачена до ... Доставка і страхування оплачені до ... Поставлено на границю Поставлено без оплати мита Поставлено з оплатою мита

1.3. Базис ціни

Базис ціни показує, чи входять витрати, зв'язані з доставкою товару від продавця до покупця, у ціну товару. Ці витрати дуже різноманітні і складають

іноді 40–50% загальної ціни товару.

Витрати по доставці товару можуть включати;

- витрати по підготовці товару до відвантаження (перевірка якості і кількості, добір проб, упакування);
- оплату навантаження товару на перевізні засоби внутрішнього перевізника (водним, залізничним, автомобільним, авіаційним і іншими видами транспорту):
- оплату перевезення товару від пункту відправлення до основних транспортних засобів:
- оплату витрат по вивантаженню товару на основні перевізні засоби в пункті експорту:
- оплату вартості транспортування товару міжнародним транспортом;
- оплату страхування вантажу в шляху;
- витрати по збереженню товару в шляху і перевантаженні;
- витрати по вивантаженню товару в пункті призначення:
- витрати по доставці товару від пункту призначення на склад покупця;
- оплату мита, податків і зборів при переході митного кордону;
- витрати по одержанню експортних, імпортних і транзитних ліцензій і дозволів.

Базис ціни визначається в залежності від базисних умов постачання. Тут необхідно з'ясувати один важливий момент: незалежно від того, яка базисна умова постачання вибирається для встановлення ціни товару, в остаточному підсумку усі витрати, зв'язані з доставкою товару від продавця до покупця, оплачує покупець. Але від умов постачання залежить і те, на який термін продавець і покупець вилучають зі свого обороту кошти, необхідні для забезпечення доставки товару від продавця до покупця, і хто з них буде нести додаткові витрати, якщо з товаром що-небудь трапиться в шляху чи хто-небудь з контрагентів порушить свої контрактні зобов'язання по доставці товару.

Природно, чим довше на продавці лежить обов'язок по забезпеченню доставки товару до покупця, тим на більший термін він для цього вилучить кошти зі свого обороту. У дійсному ринковому господарстві, де гроші змінюють свою вартість щодня, це грає надзвичайно важливу роль.

Нижче приводиться зразкова схема розрахунку ціни в залежності від базисних умов постачання.

Ціна з заводу чи складу постачальника (EXW)
+ витрати на оплату навантаження товару на перевізні засоби внутрішнього перевізника
+ витрати на оплату перевезення товару від пункту відправлення до основних транспортних засобів
= Ціна на умовах "франко уздовж борта судна"(FAS)
+ витрати на оплату навантаження товару на основні перевізні засоби в пункті експорту
= Ціна на умовах "франко-перевізник"(FCA) чи ціна на умовах "франко - борт судна"(FOB)
+ витрати на оплату вартості транспортування товару до границі
= Ціна на умовах "поставлено на границю"(DAF)
+ витрати на транспортування до місця призначення
= Ціна на умовах "вартість і фрахт"при водяних перевезеннях (CAF) чи ціна на умовах "доставка оплачена до ... "(CPT)
+ витрати на страхування вантажу
= Ціна на умовах "вартість, страхування і фрахт"при водяних перевезеннях (CIF) чи ціна на умовах "доставка і страхування оплачені до ... "(CIP)
+ можливі витрати в шляху при водяних перевезеннях- витрати на страхування, якщо продавець не буде самостійно страхувати товар
= Ціна на умовах "поставлено з борта судна"(DES)
+ витрати на перевалку товару в порту призначення
+ витрати на оплату імпортного мита
= Ціна на умовах "поставлено з пристані, мито оплачене"(DEQ, duty paid)
+ витрати на доставку товару до місця перебування покупця
= Ціна на умовах "поставлено з оплатою мита"(DDP)
- імпортне мито
= Ціна на умовах "поставлено без оплати мита"(DDU)

2. Фактори ескалації цін

Люди, що подорожують за кордоном, часто дивуються, що товари, відносно недорогі в їхній рідній країні мають дуже високі ціни в інших країнах. Через природне бажання використовувати таку ситуацію для одержання надприбутку виготовлювачі в багатьох випадках починають експортувати свої товари, щоб освоїти ці нові іноземні ринки.

Надприбуток природно існує, але частіше причина непропорційного розходження в ціні лежить у доданих витратах. Таке розходження в цінах називають

ціновою ескалацією. Зокрема, термін застосовується до ситуацій, коли остаточні ціни зросли через вартість перевезення, тарифів, більш довгих каналів розподілу, великих виплат комісійних посередникам, спеціальних податків, і коливань курсу валют. У 1980-их роках, твердий курс долара стосовно більшості іноземних валют мав сильний вплив на ціну товарів, імпортованих зі Сполучених Штатів. Ефект вартості долара може підсилювати цінову ескалацію.

Таблиця 1 ілюструє деякі з можливих факторів. Ці фактори можуть впливати на кінцеву ціну для споживача. Оскільки витрати і тарифи сильно змінюються від країни до країни, у Таблиці приведений гіпотетичний але цілком реальний приклад.

Передбачається: (1) що виготовлювач одержує доход за постійною ціною, (2) що усі внутрішні витрати транспортування приймають на себе різні посередники й у їхні надбавки включений їхній прибуток, і (3), що іноземні посередники мають ті ж витрати і прибутки, що і внутрішні посередники. У деяких випадках, надбавки до ціни, що встановлюють іноземні посередники, можуть бути більш низькі, але вони можуть бути і більш високими. Фактично, у багатьох випадках, посередники використовують високі оптові і роздрібні надбавки для іноземних товарів у порівнянні з подібними внутрішніми товарами.

Роздрібні ціни в Таблиці 1 широко варіюють, ілюструючи труднощі цінового контролю виготовлювачами роздрібних цін на закордонних ринках. Незалежно від того, наскільки виготовлювач може бажати, щоб ціна на іноземному ринку на його товар була \$10 США, у нього є невелика можливість для цього. Навіть приймаючи найбільш оптимістичні умови Таблиці 1, виробник повинний був би скоротити збутову мережу більш ніж на третину, щоб покрити фрахт і тарифні витрати, щоб товари були оцінені так само як на внутрішніх ринках. Цінова ескалація існує усюди; чоловіча сорочка, що продається за \$40 в Сполучених Штатів у роздрібній мережі Каракаса продається за \$80, Шотландське виски Cutty Sark, що продається за \$25 у роздробі Сполучених Штатах, продається за більш ніж \$90 у Японії. Одне дослідження цін на побутові прилади в Європі дає численні приклади цінової ескалації. 20 доларовий електричний консервний ніж, оцінений у Милані в \$70, а 30 доларовий автоматичний тостер оцінений у \$80 у Франції.

3. Засоби зменшення цін

Кілька стратегічних підходів використовуються, щоб протидіяти проблемі диференціації цін. Частіше використовуються наступні методи.

1. Високі тарифи можуть часто бути зменшені шляхом зниження заводської ціни за товари, що продаються на іноземних ринках. Оскільки тарифи

як правило будуються на базі *ad valorem*, компанії використовують собівартість замість повної вартості (ціни), щоб понизити ціну, що заявляється, і в такий спосіб зменшити деякі з тарифів. Це не може бути прийнятною альтернативою, якщо країна імпорту розглядає такі дії як демпінг і застосовує антидемпінгові тарифи, що анулюють передбачувану цінову перевагу.

2. Виготовлювач може ввійти в закордонне виробництво, щоб залишитися конкурентоздатним на іноземних ринках. Одна з найбільш важливих причин для участі у виробництві в третій країні - спроба понизити цінову ескалацію. Привабливість офшорного виробництва при більш пільговому митному обкладанні полягає в можливості зменшити вартість виробництва, щоб зменшити цінову ескалацію. Результат може бути відчутним, якщо врахувати, що погодинна вартість кваліфікованої робочої сили на мексиканських складальних підприємствах становить 81 цент за годину, включаючи преміальні. На аналогічних заводах у Гонконгу, трудові витрати складають \$1.50, а в Сінгапурі - \$1.6. Мінімальна заробітна плата в Сполучених Штатах - \$3.35 за годину. Більш того, більшість робітників на цих офшорних заводах більш кваліфіковані чим працівники з мінімальною оплатою в Сполучених Штатах. Порівнюючи витрати на виробництво мікрохвильових печей у Сполучених Штатах і Кореї, General Electric Company знайшла істотні розходження. Типова мікрохвильова піч GE коштує \$218, а печі корейського виготовлювача Samsung - \$155. Аналіз витрат показав, що вартість зборки GE складає \$8 за духовку, а корейської фірми - тільки 63 цента. Вартість супервайзерів, обслуговування, і установки була в GE \$30 за духовку і 73 цента в Корейській компанії. Найбільші розходження була в лінійному і загальному керуванні. Витрати склали \$20 за духовку в GE проти двох центів у Samsung. Очевидно, найбільш тривожним відкриттям було те, що Корейські робітники, роблять більше за меншу зарплату. Робітник GE виготовляв чотири одиниці продукції, у той час як корейський - дев'ять.

3. Чим менше канал збуту, тим більше можливості тримати ціну під контролем. Процес зменшення кількості посередників настільки ж дорогий на міжнародних ринках як на внутрішніх ринках. Багато країн накладають податок на додаткову вартість на товари. Кожен раз, коли товари змінюють власника, вони обкладаються податками. Податок може бути сукупний чи не сукупний. Сукупний податок на додаткову вартість накладається на загальну продажну ціну і стягується щоразу коли товар змінює власника. У країнах, де податок на додаткову вартість сукупний, сам факт такого оподаткування змушує скорочувати до мінімуму канали збуту. При мінімальному каналі збуту податок стягується тільки з різниці між закупівельною ціною посередника і його продажною ціною.

4. Усунення функціональних дорогих особливостей товару чи навіть зниження якості виробу - інший метод зменшення цінової ескалації. Для більш

розвинутого внутрішнього ринку США необхідні якість і додаткові функціональні особливості товару. Але вони можуть бути не обов'язковими для країн, що не досягли того ж самого рівня чи розвитку споживчого попиту. Усунення таких особливостей чи зміна якості може понизити виробничі витрати і, таким чином, зменшити цінову ескалацію, коли вироб експортується.

5. Коли тарифи складають велику частину цінової ескалації, як це найчастіше буває, тарифна перекласифікація може понизити тарифну ставку. Часто ті самі вироби можуть бути класифіковані по різних групах, і обкладатися більш низькими митними ставками. Наприклад, Американська компанія, продаючи прилади передачі даних в Австралії повинна була платити 25 процентну ставку. Такий тариф сильно знижував цінову конкурентоздатність її виробів. У пошуках рішення питання компанії удалося переконати австралійський уряд змінити класифікацію для цього типу виробів. Класифікація була змінена - від "устаткування комп'ютера" (25 процентний тариф) до "устаткування телезв'язку" (3 процентний тариф). Подібно багатьом виробам, вироби цієї компанії могли легально класифікуватися по іншій категорії. Способи класифікації виробів різні в різних країнах. Тому, детальне вивчення тарифів і критеріїв класифікації - важливий спосіб зменшити цінову ескалацію в експорті.

6. В межах тарифної класифікації можливо застосувати більш низьку тарифну ставку шляхом незначних змін виробу. У межах тарифної класифікації, часто маються диференціальні ставки між повністю зібраними, готовим до використання виробами і виробами, що вимагають зборки. Це може бути подальша обробка, доповнення комплектуючими частин місцевого виготовлення, чи інші дії, що додають вартість до виробу і можуть бути здійснені в країні експорту. Готова до використання машина з 20 процентним тарифом може бути обкладатися тільки 12 процентним тарифом, коли імпортується в розібраному виді.

7. Відвантаження навалом і переупаковка в зоні зовнішньої торгівлі можуть також привести до більш низького тарифообложення. Наприклад, імпорт tequila у Сполучені Штати. Якщо tequila імпортується в тарі від одного галона чи менше, тариф буде \$2.27 за галон. Для великої тари тариф знизиться до \$1.25 за галон. Якщо вартість розливу в пляшки менш \$1.02 за галон, безсумнівна економія.

3.1. Використання зон зовнішньої торгівлі для зменшення цінової ескалації.

Деякі країни створили зони вільної торгівлі (частіше використовується термін "вільні економічні зони – ВЕЗ") чи вільні порти, щоб прискорити міжнародну торгівлю. В усьому світі діють більше чим 300 таких зон, де імпортовані товари можуть зберігатися чи оброблятися. У вільному порту чи ВЕЗ, оплата

імпортних податків відкладена, поки виріб не залишає територію ВЕЗ і буде імпортований в країну. ВЕЗ є анклавом, де товари звільнені від податків. Зона не розглядається частиною країни з точки зору митного оподаткування. Коли виріб залишає ВЕЗ і офіційно імпортується в країну, з його стягуються усі мита і збори.

Цінова ескалація, що є результатом стягування податків, додаткових зборів, витрат на перевезення і т.д., може знаходитися під контролем при використанні зон вільної торгівлі Переваги ВЕЗ дають можливість зменшувати, відстрочувати чи уникати багато яких з цих зборів і в такий спосіб робити остаточну ціну більш конкурентноздатною. Одне з найбільш важливих переваг ВЕЗ у контролі над цінами є звільнення від податків на робочу силу і зайві витрати при оцінці вартості товарів у ВЕЗ.

Відвантажуючи товари в розібраному виді у ВЕЗ країни імпорту, торговець може понизити витрати різними способами:

1. Тарифи можуть бути більш низькі, тому що мита стягуються по більш низькій ставці для незібраного, чим зібраного товару.
2. Якщо витрати на робочу силу в країні імпорту більш низькі, може бути досягнута істотна економія у вартості кінцевого продукту.
3. На ставки фрахту при транспортуванні морем впливає вага й обсяг, тому товари в розібраному виді можна перевести по більш низькій ставці фрахту.
4. Якщо такі витрати, як витрати на упакування чи на використання деяких комплектуючих можуть бути зроблені при заключній зборці, можливо подальше скорочення вартості товару.

У цілому, ВЕЗ - важливий метод керування ціновою ескалацією. До речі, усі переваги, пропоновані ВЕЗ для експортера - також переваги для імпортера. Більш ніж 100 ВЕЗ у Сполучених Штатах використовуються американськими імпортерами, щоб понизити вартість імпортованих товарів.

3.2. Демпінг

Існують різні підходи до визначення демпінгу. Відповідно до одного з них міжнародні відвантаження класифікуються як демпінг якщо вироби продані нижче їхньої вартості виробництва. Відповідно до іншого – демпінгом вважається продаж товарів на іноземному ринку нижче ціни тих же самих товарів на внутрішньому ринку. Навіть зменшення вартості перевезення іноді називають демпінгом. Законодавство може використовувати обидва визначення, щоб передбачити всі можливі лазівки. Енциклопедія Експортерів підсумовує законодавство по демпінгу більшості країн.

Антидемпінгові і компенсаційні мита. Закон дозволяє стягування антидемпінгові мита, коли товари продані за ціною 1) нижче, ніж нормальна експортна ціна чи 2) менше ніж вартість у країні походження, з урахуванням розумного збільшення за рахунок вартості продажів і прибутку. Причому вважається, що такі продажі швидше за все завдадуть шкоди економічній діяльності в країні. Компенсаційні мита можуть стягуватися на іноземні товари, що одержують прибуток від субсидій при виробництві, експорті, чи транспортуванні.

Перш ніж може бути використане антидемпінгове законодавство, потрібно довести не тільки те, що ціни в країні імпорту більш низькі, але також що виробники в країні імпорту безпосередньо несуть збитки від демпінгу.

У 1960-их і 1970-их роках демпінг не представляв великої проблеми, тому що світові ринки були сильні. У 1980-их демпінг став головною проблемою для великої кількості галузей промисловості. Надлишкові продуктивні можливості усередині своєї країни змушували багато компаній установлювати ціни на нижньому рівні. У класичному випадку демпінгу, ціни підтримуються на ринку своєї країни і зменшуються на іноземних ринках. Наприклад, Європейське Економічне Співтовариство виявило, що розходження в цінах між Японією і країнами ЕС коливається від 4.8 до 86 відсотків. Щоб виправити таку демпінгову діяльність, зокрема на Японські комп'ютерні принтери було встановлене спеціальне імпортне мито в 33.4 відсотка.

Жорсткість урядових зусиль по демпінговому законодавству змушує міжнародних торговців шукати нові шляхи, щоб обійти таке законодавство. Деякі зі стратегій включають субсидії з боку урядів компаніям-експортерам, повернення частини ціни покупцям. Зборка в країні імпорту - інший спосіб, за допомогою якого компанії намагаються знижувати ціни й уникати антидемпінгових стягнень. Однак, ці «отверточные заводи», як часто їх називають, обкладаються антидемпінговими тарифами, якщо цінова диференціація відбиває більшу економію вартості, чим при зборці в країні відкіля товар імпортований. ЄС установило антидемпінгові мита від \$27 до \$58 на японську фірму, що збрала і продала електронні друкарські машинки в ЄС. Фірма була обвинувачена в оцінці нижче вартості імпортованих частин для зборки. Підвищене занепокоєння й активність у ЄС віддзеркалюють відносини, що змінюються серед усіх країн до демпінгу. ЄС мало антидемпінгове законодавство з моменту свого створення, але перші антидемпінгові мита були застосовані до тайванських ланцюгів до велосипедів у 1976. З тих пір, Департамент Торгівлі ЄС застосував антидемпінгові мита на різноманітні вироби.

Американський ринок також стає більш чутливим до демпінгу чим це було в недалекому минулому. Зміни в американському законодавстві збільшили повноваження Департаменту Торгівлі, щоб запобігти уникнення від антидемпінгових стягнень і компенсаційних тарифів, що повинні бути стягнені з країни за демпінг. Перед прийняттям закону по застосуванню антидемпінгових і

компенсаційних мит на вироби, компанії, що обвинувачувалися в порушенні, почали вносити незначні зміни до виробу чи здійснювати нескладну зборку в Сполучених Штатах чи третій країні. Це створювало ілюзію іншого виробу, який не підлягає антидемпінговому стягненню. Нові повноваження Департаменту Торгівлі закриває багато таких лазівок. Інша лазівка - використання в ціновій конкуренції урядових субсидій.

Субсидії довго були пасивним інструментом, який використовувався урядами, щоб допомогти експортерам. Зростаючі протекціоністські настрої змусили Сполучені Штати додати до законодавства положення по компенсаційним стягненням, коли використовуються урядові субсидії. Наприклад, Сполучені Штати установили компенсаційне мито в 19.6 відсотків на бавовняну пряжу і 15.8 відсотків на ножиці, імпортовані із Бразилії. Експортовані ножиці були звільнені в Бразилії від сплати податку на індустриальні вироби, податку на додану вартість і прибутковий податок. По бавовняній пряжі компанії використовували пільгове фінансування уряду, і регіональні інвестиційні стимули, передбачені, для споруджуваних заводів у віддалених областях північно-східної Бразилії. Пресс більш високих стягнень у кінцевому рахунку змусило Бразилію усунути субсидії, і американський уряд, відповідно, зняв компенсаційні мита.

Повернення частини ціни - інший метод, який часто використовується для того, щоб обійти антидемпінгове законодавство. У випадку з японськими кінескопами, імпортованими в Сполучені Штати, експортна ціна відповідала ціні на японському ринку (у такий спосіб компанія обгороджувала себе від будь-яких обвинувачень у демпінгу), але виробник зробив незаконні платежі імпортеру. Посадові особи компанії Zenit обвинувачували, що майже кожен телевізор, привезений у Сполучені Штати наприкінці 1970-их мав прибуток від таких винагород і приніс значний збиток Zenit і іншим внутрішнім компаніям.

Щорічні знижки на застарілі моделі, що роблять можливими цінову диференціацію в залежності від країни, також привернули увагу антидемпінгової влади. Механізм знижок на застарілі моделі діє в такий спосіб: експортований виріб позначається як модель минулого року і на нього встановлюють знижку в закордонній країні, але він все ще продається як нова модель року за повною ціною у своїй країні. Ці механізми демпінгу спокійно працюють у часи слабкої міжнародної конкуренції, але привертають особливу увагу, коли конкуренція стає інтенсивною, і антидемпінгові комісії займають тверду позицію стосовно вивертів.