

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

**М. С. Наумов**

Конспект лекцій з дисципліни

**«ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ»**

*(для студентів 3 курсу денної та заочної форм навчання  
напряму підготовки 6.140103 – Туризм)*

**Харків – ХНУМГ ім. О. М. Бекетова – 2016**

**Наумов М. С.** Конспект лекцій з дисципліни «Зовнішньоекономічна діяльність» (для студентів 3 курсу денної та заочної форм навчання напряму підготовки 6.140103 – Туризм) / М. С. Наумов ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2016. – 89 с.

Автор М. С. Наумов

Рецензент канд. екон. наук, доц. І. А. Островський

Рекомендовано кафедрою економічної теорії, протокол № 3 від 29 жовтня 2015 р.

© М. С. Наумов, 2016

© ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2016

## ЗМІСТ

|  |    |
|--|----|
| Тема 1 Зовнішньоекономічна діяльність суб'єктів ринкових відносин .....                                | 4  |
| Тема 2 Регулювання ЗЕД .....   | 10 |
| Тема 3 Митне регулювання .....   | 15 |
| Тема 4 Валютне регулювання .....   | 23 |
| Тема 5 Форми виходу підприємств на зовнішній ринок .....   | 34 |
| Тема 6 Форми зустрічної торгівлі .....   | 39 |
| Тема 7 Експортно-імпорتنі операції та порядок їх укладання .....                                       | 45 |
| Тема 8 Посередницькі операції на зовнішніх ринках .....  | 47 |
| Тема 9 Орендні операції в ЗЕД .....  | 53 |
| Тема 10 Організація та техніка підготовки, укладання і виконання зовнішньоекономічних контрактів ..... | 57 |
| Тема 11 Структура і зміст міжнародних контрактів купівлі-продажу                                       | 60 |
| Тема 12 Ціна товару, валютні та фінансові умови контрактів, умови платежу, форми розрахунків .....     | 65 |
| Тема 13 Організація і функціонування підприємств з іноземним капіталом .....                           | 76 |
| Тема 14 Організація та технологія міжнародних перевезень .....   | 79 |
| Тема 15 Маркетингові дослідження зовнішнього ринку при здійсненні експортно-імпорتنих операцій .....   | 81 |
| Тема 16 Економічна ефективність ЗЕД .....  | 84 |
| Список рекомендованих джерел .....   | 88 |

## **ТЕМА 1 ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ СУБ'ЄКТІВ РИНКОВИХ ВІДНОСИН**

1. Сутність і фактори розвитку зовнішньоекономічної діяльності.
2. Зовнішньоекономічний комплекс держави. Суб'єкти та основні види ЗЕД.
3. Основні теорії ЗЕД.

### **1 Сутність і фактори розвитку зовнішньоекономічної діяльності**

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

Основні *фактори розвитку* зовнішньоекономічної діяльності:

- Нерівномірність економічного розвитку різних країн світу. Кожна країна має власну структуру галузей, свій рівень розвитку промисловості, сільського господарства, транспорту, зв'язку, сфери обслуговування, що визначає її міжнародну спеціалізацію.

- Відмінність людських, сировинних, фінансових ресурсах. Людські, сировинні (природні) і фінансові ресурси нерівномірно зосереджені в різних країнах, що сприяє їх активному торговому обміну.

- Характер політичних відносин. Зміцненню ЗЕД сприяє наявність дружніх політичних відносин між країнами. І, навпаки, політична конфронтація різко знижує зовнішньоторговельний оборот, аж до розриву економічних відносин.

- Різний рівень науково-технічного розвитку. Формування ЗЕД сприяє обмін між країнами студентами, стажерами, науковими працівниками, викладачами; проведення спільних досліджень, експериментів; участь у геологічних і археологічних експедиціях; виконання контрактів з проведення проектних, науково-дослідних і конструкторських робіт.

- Особливості географічного положення, природних і кліматичних умов. Унікальність географічного положення, природних і кліматичних умов деяких країн забезпечують їм зовнішні конкурентні переваги і визначають їх роль у міжнародній торгівлі.

### **2 Зовнішньоекономічний комплекс держави. Суб'єкти та основні види ЗЕД**

Матеріальна основа ЗЕД – *зовнішньоекономічний комплекс держави*. Він являє собою сукупність галузей, підгалузей, підприємств і організацій, що

виробляють продукцію на експорт чи використовують імпорту продукцію та здійснюють інші види ЗЕД. Важливим завданням є гармонізація діяльності численних складових комплексу в зв'язку з наявністю суттєвих суперечностей. Умови успішного розвитку зовнішньоекономічного комплексу: зміцнення і нарощування експортного потенціалу; активна участь у різних формах міжнародного спільного підприємництва; підвищення конкурентоздатності підприємств і виробничо-господарського комплексу; розширення самостійної діяльності підприємств регіонів країни у здійсненні ЗЕД.

*Суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності в Україні є:*

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

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

Стаття 4 Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність» визначає *види зовнішньоекономічної діяльності*, які здійснюють в Україні суб'єкти такої діяльності. До них належать:

- експорт та імпорт товарів, капіталів та робочої сили;

- надання суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності України послуг іноземним суб'єктам господарської діяльності, в тому числі: виробничих, транспортно-експедиційних, страхових, консультаційних, маркетингових, експортних, посередницьких, брокерських, агентських, консигнаційних, управлінських, облікових, аудиторських, юридичних, туристських та інших, що прямо і виключно не заборонені законами України; надання вищезазначених послуг іноземними суб'єктами господарської діяльності суб'єктам зовнішньоекономічної діяльності України;

- наукова, науково-технічна, науково-виробнича, виробнича, навчальна та інша кооперація з іноземними суб'єктами господарської діяльності; навчання та підготовка спеціалістів на комерційній основі;

- міжнародні фінансові операції та операції з цінними паперами у випадках, передбачених законами України;

- кредитні та розрахункові операції між суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності та іноземними суб'єктами господарської діяльності; створення суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності банківських, кредитних та страхових установ за межами України; створення іноземними суб'єктами господарської діяльності зазначених установ на території України у випадках, передбачених законами України;

- спільна підприємницька діяльність між суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності та іноземними суб'єктами господарської діяльності, що включає створення спільних підприємств різних видів і форм, проведення спільних господарських операцій та спільне володіння майном як на території України, так і за її межами;

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

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

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

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

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

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

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

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

### **3 Основні теорії ЗЕД**

Зовнішньоекономічна діяльність є предметом дослідження багатьох економістів. Їхні результати можна згрупувати за напрямками економічних учень.

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

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

Обидві теорії мають істотний недолік: вони не пояснюють причини виникнення переваг. Зазначений недолік був подоланий у теоремі Хекшера-Оліна, суть якої полягає в тому, що країна експортуватиме той товар, для виробництва якого інтенсивно використовується найбільш розповсюджений на її території фактор виробництва. Проте дослідження В. Леонтьєва свого часу мали неочікуваний висновок: трудомісткі країни експортують більш капіталомістку продукцію, а капіталомісткі – трудомістку. Ця невідповідність отримала назву Парадоксу Леонтьєва. Неодноразові спроби

пояснити цей парадокс дали змогу не тільки підтвердили теорему Хекшера-Оліна, а й розвинули та збагатили її завдяки врахуванню додаткових обставин, які впливають на міжнародну спеціалізацію, зокрема таких:

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

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

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

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

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



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

## ТЕМА 2 РЕГУЛЮВАННЯ ЗЕД

1. Сутність і основні суб'єкти регулювання ЗЕД.
2. Міжнародні інститути зовнішньоекономічного регулювання.

### 1 Сутність і основні суб'єкти регулювання ЗЕД

Зовнішньоекономічні відносини є складною, багаторівневою системою з прямими та зворотними зв'язками. Необхідність координації останніх виявляє необхідність зовнішнього впливу, який підпадає під категорію регулювання. Але і самі суб'єкти відносин здатні впливати на діючі процеси. Тому слід відзначити 3 рівні регулювання ЗЕД: мікроекономічний (з боку безпосередніх учасників діяльності), макроекономічний (з боку державних установ і недержавних загальнонаціональних інститутів), мегаекономічний (з боку міжнародних установ).

Україна самостійно формує систему та структуру державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності на своїй території.

*Державне регулювання* зовнішньоекономічної діяльності має забезпечувати:

- захист економічних інтересів України та законних інтересів суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності;
- створення рівних можливостей для суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності розвивати всі види підприємницької діяльності незалежно від форм власності та всі напрями використання доходів і здійснення інвестицій;
- заохочення конкуренції та ліквідацію монополізму в сфері зовнішньоекономічної діяльності.

Держава та її органи не мають права безпосередньо втручатися в зовнішньоекономічну діяльність суб'єктів цієї діяльності, за винятком випадків, коли таке втручання здійснюється згідно із Законом України «Про зовнішньоекономічну діяльність» та іншими законами України.

Найвищим органом, що здійснює державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності, є *Верховна Рада України*. До її компетенції належать:

- прийняття, зміна та скасування законів, що стосуються зовнішньоекономічної діяльності;
- затвердження головних напрямів зовнішньоекономічної політики України;
- розгляд, затвердження та зміна структури органів державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності;
- укладання міжнародних договорів України відповідно до законів України про міжнародні договори України та приведення чинного законодавства України у відповідність з правилами, встановленими цими договорами;
- затвердження нормативів обов'язкового розподілу валютної виручки державі та місцевим Радам народних депутатів України, ставок та умов оподаткування, митного тарифу, митних зборів та митних процедур України при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності;
- встановлення спеціальних режимів зовнішньоекономічної діяльності на території України;
- затвердження списків товарів, експорт та імпорт яких забороняється згідно;
- прийняття рішень про застосування заходів у відповідь на дискримінаційні та/або недружні дії інших держав, митних союзів або економічних угруповань шляхом встановлення повної/часткової заборони (повного/часткового ембарго) на торгівлю; позбавлення режиму найбільшого сприяння або пільгового спеціального режиму.

*Кабінет Міністрів України:*

- вживає заходів до здійснення зовнішньоекономічної політики України відповідно до законів України;
- здійснює координацію діяльності міністерств, державних комітетів та відомств України по регулюванню зовнішньоекономічної діяльності; координує роботу торговельних представництв України в іноземних державах;
- приймає нормативні акти управління з питань зовнішньоекономічної діяльності у випадках, передбачених законами України;
- проводить переговори і укладає міжурядові договори України з питань зовнішньоекономічної діяльності у випадках, передбачених законами України про міжнародні договори України, забезпечує виконання міжнародних договорів України з питань зовнішньоекономічної діяльності всіма державними органами управління, підпорядкованими Кабінету Міністрів України, та залучає до їх виконання інші суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності на договірних засадах;

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

- забезпечує складання платіжного балансу, зведеного валютного плану України;

- здійснює заходи щодо забезпечення раціонального використання коштів Державного валютного фонду України;

- забезпечує виконання рішень Ради Безпеки Організації Об'єднаних Націй з питань зовнішньоекономічної діяльності;

- приймає рішення про застосування заходів у відповідь на дискримінаційні та/або недружні дії інших держав, митних союзів або економічних угруповань шляхом запровадження режиму ліцензування.

*Національний банк України:*

- здійснює зберігання і використання золотовалютного резерву України та інших державних коштовностей, які забезпечують платоспроможність України;

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

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

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

- виступає гарантом кредитів, що надаються суб'єктам зовнішньоекономічної діяльності іноземними банками, фінансовими та іншими міжнародними організаціями під заставу Державного валютного фонду та іншого державного майна України;

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

*Центральний орган виконавчої влади з питань економічної політики* (наразі – Міністерство економічного розвитку і торгівлі України, яке було

утворене 9 грудня 2010 року шляхом реорганізації Міністерства економіки України):

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

- здійснює контроль за додержанням всіма суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності чинних законів України та умов міжнародних договорів України;

- проводить антидемпінгові, антисубсидиційні та спеціальні розслідування у порядку, визначеному законами України;

- виконує інші функції відповідно до законів України і Положення про центральний орган виконавчої влади з питань економічної політики.

*Органи доходів і зборів* (передусім, Державна фіскальна служба України) здійснюють митний контроль в Україні згідно з чинними законами України.

*Антимонопольний комітет України* здійснює контроль за додержанням суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності законодавства про захист економічної конкуренції.

*Міжвідомча комісія з міжнародної торгівлі:*

- здійснює оперативне державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні відповідно до законодавства України;

- приймає рішення про порушення і проведення антидемпінгових, антисубсидиційних або спеціальних розслідувань та застосування відповідно антидемпінгових, компенсаційних або спеціальних заходів;

- приймає рішення про застосування заходів у відповідь на дискримінаційні та/або недружні дії інших держав, митних союзів або економічних угруповань у межах компетенції, визначеної законами України.

До *органів місцевого управління* зовнішньоекономічною діяльністю належать місцеві Ради народних депутатів України та їх виконавчі і розпорядчі органи, а також територіальні підрозділи (відділення) органів державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності України. Компетенція органів місцевого самоврядування та їх виконавчих органів визначається Законами України «Про зовнішньоекономічну діяльність» та «Про місцеве самоврядування в Україні». Нормативні акти органів місцевого самоврядування та їх виконавчих органів стосовно регулювання зовнішньоекономічної діяльності приймаються тільки у випадках, прямо передбачених законами України. Органи місцевого самоврядування та їх виконавчі органи діють як суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності лише через створені ними зовнішньоекономічні комерційні організації, які мають статус юридичної особи

України.

Органи державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності України можуть створювати свої *територіальні підрозділи* (відділення), якщо це впливає з їх компетенції, яка визначається законами України та положеннями про ці органи. Зазначені органи територіального регулювання зовнішньоекономічної діяльності створюються за погодженням з відповідними місцевими Радами народних депутатів України та в межах загального ліміту бюджетних коштів, що виділяються на утримання відповідних органів державного регулювання України. Дії зазначених підрозділів (відділень) не повинні суперечити нормативним актам місцевих Рад народних депутатів України, за винятком випадків, коли такі дії передбачені або впливають із законів України.

Основним *недержавними установами регулювання* зовнішньоекономічної діяльності в Україні є Український союз промисловців і підприємців, а також Торговельно-промислова палата.

*Український союз промисловців і підприємців* із його більш 20-річним досвідом міжнародної діяльності сьогодні серйозно впливає на формування зовнішньоекономічної стратегії держави, осмислення місця України в глобальному світі. Український союз промисловців і підприємців проводить лінію економічної багатовекторності, відповідно до якої мають формуватись рівноправні взаємовигідні відносини з партнерами по всьому периметру кордонів – на заході із країнами ЄС, на сході – з Росією й державами-членами Співдружності.

Український союз промисловців і підприємців приділяє величезну увагу формуванню сучасних зовнішньоекономічних контактів, про що свідчить зміцнення позицій Союзу в колі ділових об'єднань країн, що є членами Міжнародного конгресу промисловців і підприємців (27 країн, у тому числі держави СНД, ЄврАзЕС, а також Польща, Угорщина, Китай, Італія, Бразилія, Південно-Африканська Республіка й Індонезія). Український союз промисловців і підприємців також веде системну роботу з економізації зовнішньої політики України, що підтверджують масштабні візити українських бізнес-делегацій у Китай, Японію, В'єтнам, Сінгапур, Польщу, Грецію, Кубу, Бразилію, на Кіпр в рамках офіційних візитів Президента України.

Український союз промисловців і підприємців направляє своїх представників до міжурядових комісій з питань співробітництва – постійно діючих структур, які представляють Кабінет Міністрів України в його відносинах з урядами інших країн, сприяють розширенню торговельно-економічного, науково-технічного співробітництва. Союз також організовує

прямі контакти підприємців різних країн, що дозволяє розширювати ринки, залучати інвестиції, розбудовувати інноваційну складову економіки.

*Торгово-промислова палата України* представляє інтереси своїх членів у Міжнародній торговій палаті, а також в інших міжнародних організаціях з питань підприємницької діяльності. Вона:

- відкриває свої представництва та філії в інших країнах, а також засновує разом із зарубіжними партнерськими організаціями як в Україні, так і за її межами змішані торгово-промислові палати, ділові ради та інші спільні організації;

- засвідчує обставини форс-мажору відповідно до умов зовнішньоторговельних угод і міжнародних договорів України, а також торговельні та портові звичаї, прийняті в Україні;

- веде недержавний реєстр українських підприємців за їх згодою, фінансовий стан яких свідчить про їх надійність як партнерів у підприємницькій діяльності в Україні та за її межами

При Торгово-промисловій палаті України діють Міжнародний комерційний арбітражний суд і Морська арбітражна комісія.

Торгово-промислова палата України є членом Міжнародної торгової палати і Всесвітньої федерації палат, Асоціації торгово-промислових палат Європи, Ділової ради Чорноморського економічного співтовариства, Асоціації ТПП Центральної Європейської Ініціативи.

ТПП України має в 11 країнах світу своїх представників, підтримує партнерські зв'язки з аналогічними національними та регіональними структурами майже у 90 країнах світу. З метою сприяння розвитку міжнародних економічних зв'язків Торгово-промислова палата України створює зі своїми закордонними партнерами спільні дорадчі органи – ділові ради, змішані торгові палати. Представники Палати входять до складу 69 міжурядових комісій з питань торгово-економічного співробітництва, підкомісій і робочих груп в них.

## **2 Міжнародні інститути зовнішньоекономічного регулювання**

Мегаекономічний рівень регулювання ЗЕД спирається на документи таких міжнародних організацій.

1. Економічні організації системи ООН, зокрема:

- ЕКОСОП (економічна і соціальна рада) як координатор соціально-економічної діяльності ООН та її спеціалізованих органів;

- Територіальні установи (ЄЕК – Європейська економічна комісія, ЕСКАТО – економічна і соціальна комісія для Азії та Тихого океану та інші);

- Спеціалізовані та галузеві установи (ЮНІДО – комітет ООН з промислового розвитку; ЮНКТАД – конференція ООН з торгівлі та розвитку; ЮНЕСКО – ООН з питань освіти, науки та культури; Статистична комісія ООН та інші).

2. Регіональні інтеграційні угруповання – ЄС, ЄАСТ, АСЕАН, НАФТА, ЄвроАзЕС та інші.

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

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

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

### **ТЕМА 3 МИТНЕ РЕГУЛЮВАННЯ**

1. Сутність і форми нетарифного регулювання.

2. Сутність і форми тарифного регулювання. Мито і його види.

3. Митне регулювання в Україні.

#### **1 Сутність і форми нетарифного регулювання**

Під нетарифними засобами регулювання, як правило, розуміють встановлені законодавцем обмежувально-заборонні заходи, які перешкоджають проникненню імпортованих товарів на внутрішній ринок країни з метою захисту інтересів вітчизняного виробника та споживача. Проте слід пам'ятати, що нетарифні засоби застосовуються також і до експорту, а отже, можна дати наступне визначення: нетарифні засоби регулювання – це перешкоди для переміщення товарів та інших предметів через митний кордон країни, які прямо не підвищують ціни.

Світова організація торгівлі неодноразово наголошувала на необхідності повної ліквідації нетарифних бар'єрів, але більшість країн світу продовжують широко їх застосовувати. На сьогодні нетарифні бар'єри представляють собою найбільш ефективну зброю дискримінації та блокування доступу до ринків збуту, оскільки мають наступні переваги:

- проста процедура їх застосування (встановлення більшої частини нетарифних обмежень відбувається нормативними актами органів виконавчої влади);

- висока ефективність та оперативність застосування;

- відсутність необхідності узгоджувати застосування більшості нетарифних засобів з іншими державами.

Нетарифні засоби регулювання включають понад 800 протекціоністських прийомів як адміністративного, так і фінансового характеру. Їх можливо згрупувати таким чином: заборона експорту чи імпорту (ембарго), кількісні обмеження (квотування, ліцензування, «добровільні» обмеження експорту), прихований протекціонізм (державні закупки, вимоги про обов'язкове використання місцевих компонентів, технічні бар'єри, антидемпінгові засоби, податки і збори на ввіз чи вивіз продукції), фінансові заходи підтримки національних експортерів (субсидії, експортне кредитування національних постачальників і так зване зв'язане кредитування імпортерів, обов'язковий імпорتنий депозит, стимулювання демпінгу при експорті та антидемпінгові процедури при імпорті).

**Кількісні обмеження** – це адміністративна форма нетарифного державного регулювання торговельного обороту, що визначає кількість та номенклатуру товарів, дозволених для експорту або імпорту. Кількісні обмеження можуть застосовуватися за рішенням уряду однієї країни або на основі міжнародних угод які координують торгівлю певними групами товарів.

Одним із інструментів кількісних обмежень є *квотування* – кількісне лімітування розміру імпорту/експорту за допомогою різноманітних процентних або вартісних обмежень (квот). За вітчизняним законодавством, експортна (імпортна) квота – це граничний обсяг певної категорії товарів, який дозволено експортувати з території України (імпортувати на територію України) протягом встановленого строку та який визначається у натуральних чи вартісних одиницях. В Україні застосовуються наступні види квот:

- глобальні квоти – встановлюються по товару без зазначення конкретних країн (груп країн), куди товар експортується або з яких він імпортується;

- групові квоти – встановлюються по товару з визначенням групи країн, куди товар експортується або з яких він імпортується;

- індивідуальні квоти – встановлюються по товару з визначенням конкретної країни, куди товар може експортуватись або з якої він може імпортуватись;

- спеціальні квоти – граничний обсяг імпорту в Україну певного товару, що є об'єктом спеціального розслідування та/або спеціальних заходів, який дозволено імпортувати в Україну протягом установленого строку та який визначається в натуральних та/або вартісних одиницях виміру.

Іншим інструментом кількісних обмежень є *ліцензування* – комплекс адміністративних дій органу виконавчої влади з питань економічної політики з



надання дозволу на здійснення суб'єктом зовнішньоекономічної діяльності експорту (імпорту) товарів. Експортна (імпортна) ліцензія – це належним чином оформлене право на експорт (імпорт) протягом встановленого строку певних товарів або валютних коштів з метою інвестицій та кредитування. В Україні існують наступні види ліцензій:

- спеціальна ліцензія – належним чином оформлене право на імпорт в Україну протягом установленого строку певного товару, який є об'єктом спеціального розслідування та/або спеціальних заходів;

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

- генеральна ліцензія – відкритий дозвіл на експортні (імпортні) операції по певному товару та/або з певною країною (групою країн) протягом періоду дії режиму ліцензування по цьому товару;

- разова (індивідуальна) ліцензія – разовий дозвіл, що має іменний характер і видається для здійснення кожної окремої операції конкретним суб'єктом зовнішньоекономічної діяльності на період не менший, ніж той, що є необхідним для здійснення експортної (імпортної) операції.

Ліцензування експорту (імпорту) товарів здійснюється у формі автоматичного або неавтоматичного ліцензування. Автоматичне ліцензування стосується експорту (імпорту) тих товарів, щодо яких не встановлюються кількісні або інші обмеження). Неавтоматичне ліцензування – експорту (імпорту) товарів, щодо яких встановлюються певні кількісні або інші обмеження.

Іще одним прикладом нетарифних засобів регулювання є «добровільні» обмеження експорту, коли експортери обмежують обсяги поставок у зв'язку з небезпекою застосування більш серйозних санкцій.

До інструментів *прихованого протекціонізму* відносяться державні закупки, вимоги про обов'язкове використання місцевих компонентів, технічні бар'єри, антидемпінгові засоби, а також податки і збори на ввіз чи вивіз продукції.

*Державні закупки* – це метод торговельної політики, який вимагає від державних органів та підприємств купувати визначені товари лише у вітчизняних виробників, незважаючи на те, що ці товари можуть бути дорожчі за імпортні. Використання політики державних закупівель дискримінує іноземних постачальників, оскільки зменшує їхню ринкову нішу, гарантуючи реалізацію національних товарів. Негативним наслідком реалізації такої політики є збільшення урядових витрат, які лягають тягарем на платників податків.

*Вимоги про вміст місцевих компонентів* – це метод прихованої торгової політики держави, що полягає у законодавчому встановленні частки кінцевого продукту, яка повинна вироблятися місцевими виробниками, у випадку реалізації на внутрішньому ринку. Як правило цей метод використовують уряди країн, що розвиваються, щоб замінити імпорт внутрішнім виробництвом. Але іноді його застосовують і розвинуті країни, щоб уникнути переміщення виробництва в країни, що розвиваються, з більш дешевою робочою силою і зберегти в необхідний рівень зайнятості.

*Технічні бар'єри* – це усі державні заходи контролю та обмежень, що пов'язані з вимогами до технічних параметрів товару, які можуть бути використані як засіб обмеження доступу тих чи інших товарів на внутрішній ринок країни. Технічні бар'єри різноманітні за своєю природою та формами прояву. Вони можуть встановлюватись у вигляді стандартів, технічних норм і правил, вимог до безпеки товарів, вимог до упакування, маркування та інших технічних характеристик продукції. Причиною виникнення технічних бар'єрів у регулюванні зовнішньоекономічних операцій стало існування різниці між національними стандартами якості, системами виміру, вимогами технічної безпеки, санітарно-ветеринарними нормами, правилами маркування та пакування товарів. Серед технічних бар'єрів виділяють декілька специфічних областей – 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.

*Антидемпінгові заходи* – це судові та адміністративні тяжби, претензії, які пред'являють національні підприємці іноземним постачальникам, звинувачуючи їх у продажу товарів по занижених цінах (нижче «нормальних» цін), що може нанести шкоду місцевим виробникам. Антидемпінгові заходи часто використовуються країною-імпортером для здійснення тиску на експортерів з метою захисту свого ринку. Антидемпінгові санкції можуть бути різними: антидемпінгові мита, зниження квоти експортеру тощо.

*Внутрішні податки і збори* спрямовані на підвищення ціни реалізації імпортного товару з метою втрати його конкурентоспроможності. Вживати даний захід можуть як центральні, так і місцеві органи державної влади. Податки можуть бути прямими (податок на промисел, податок на продаж імпортних товарів) або непрямими (податок на додану вартість, акцизний збір, збори за митне оформлення, портові збори). Внутрішні податки і збори відіграють дискримінаційну роль тільки в тому разі, якщо вони накладаються виключно на імпортні товари, тобто стосовно національних товарів діє зовсім інша система оподаткування.

До *фінансових засобів* нетарифного регулювання відносяться субсидії,

експортне кредитування національних постачальників, попередні імпорتنі депозити, стимулювання демпінгу при експорті.

*Субсидія* – фінансова чи інша економічна підтримка у будь-якій формі, яка здійснюється урядом країн-учасниць зовнішньоторговельних операцій, і яка може надаватись індивідуально, окремій галузі, окремому регіону або невизначеній групі осіб (фізичних чи юридичних) автоматично на основі об'єктивних критеріїв.

За механізмом здійснення підтримки розрізняють такі види субсидій:

- прями субсидії (заборонені СОТ) – безпосередні виплати експортеру або виробнику, обумовлені фактом здійснення експортної операції або виробництва товару;
- непрямі субсидії – надання експортерам пільгового кредитування, податкових пільг, повернення попередньо оплачених мит, пільгового страхування тощо;
- перехресні субсидії – надання допомоги одній галузі або сектору економіки за рахунок іншої галузі або сектору, використовуючи заходи державного регулювання, найчастіше – шляхом перерозподілу коштів між галузями через механізм цін.

За об'єктом субсидування виділяють внутрішні субсидії (є найбільш прихованими, оскільки їх отримують виробники, що на внутрішньому ринку конкурують з імпортом) та експортні субсидії (бюджетні виплати національним експортерам).

*Експортне кредитування* передбачає фінансове стимулювання державного розвитку експорту національними виробниками в таких формах:

- надання кредитів національним експортерам у державних банках під ставку відсотка, нижчу за ринкову;
- зв'язаний кредит іноземним імпортерам за умови дотримання ними зобов'язань придбати товари лише у фірм країни, яка їм такий кредит надала;
- 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).

*Попередні імпорتنі депозити* – внесення суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності на безпроцентні рахунки у банках, які обслуговують їх на території України, на період від моменту набрання договорами (контрактами), що ними укладаються, юридичної сили до моменту проходження товарами, що поставляються згідно із зазначеними договорами (контрактами), через митний кордон України або передачі товарів іноземними суб'єктами господарської діяльності на території України, грошових коштів у

валюті договору (контракту) в сумі, визначеній у встановлених процентах до вартості відповідного договору (контракту).

*Демпінг* – ввезення на митну територію країни імпорту товару за ціною, нижчою від порівнянної ціни на подібний товар у країні експорту, яке заподіює шкоду національному товаровиробнику подібного товару. Незважаючи на те, що демпінг приносить країні-імпортеру певну вигоду за рахунок поліпшення умов торгівлі, уряди країн вважають усі види демпінгу іноземних виробників формами несумлінної конкуренції. Саме тому демпінг заборонений як міжнародними правилами СОТ, так і національним законодавством багатьох країн.

## **2 Сутність і форми тарифного регулювання. Мито і його види**

Тарифне регулювання пов'язане з прямим підвищенням ціни завдяки використанню митних тарифів.

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

Мито виконує три основні функції:

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

Класифікуємо мито за певних критеріїв:

### *1. За складністю встановлення:*

– прості (одноколонні) з незмінною ставкою для товарів незалежно від країни походження;

– складні (багатоколонні) з встановленням двох і більше ставок по кожному товару в залежності від країни походження.

### *2. За об'єктом нарахування:*

– експортні;

– імпортні;

– транзитні.

### *3. За методом нарахування:*

– адвалорні з відсотковим нарахуванням до митної вартості;

– специфічні з абсолютним грошовим нарахуванням до митної вартості;

– комбіновані (змішані) з об'єднанням адвалорного і специфічного засобів.

#### 4. За характером дій:

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

#### 5. За походженням:

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

#### 6. За розміром:

- максимальні для товарів з країн, з яким відсутні домовленості;
- мінімальні для товарів з країн, з якими діє режим найбільшого благосприяння;
- преференційні для окремих товарів чи з окремих країн.

#### 7. За типом ставок:

- постійні без змін протягом встановленого періоду;
- змінні з нестабільним рівнем, який коригується в залежності від динаміки світових цін, рівня субсидій та інших обставин.

#### 8. За засобом нарахування:

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

Розрахувати ефективне мито можна за формулою:

$$T_{ef} = \frac{T_n - \sum A_n T_n}{1 - \sum A}$$

де  $T_{ef}$  – номінальне мито на ввезення готової продукції,

$A$  – питома вага матеріалів,

$T_m$  – мито на ввезення матеріалів

### 3 Митне регулювання в Україні

Митне регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні здійснюється згідно з Законом України «Про зовнішньоекономічну діяльність», Митним кодексом України, законами України про митне регулювання, Єдиним митним тарифом України та міжнародними договорами України. Територія України становить єдиний митний простір, на якому діють митні правила України, з додержанням зобов'язань, що випливають з міжнародних договорів України.

Єдиний митний тариф України встановлює на єдиній митній території України оподаткування митом предметів, що ввозяться на територію України

або вивозяться з неї. Ставки Єдиного митного тарифу України мають бути єдиними для всіх суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності незалежно від форм власності, організації господарської діяльності і територіального розташування, за винятком випадків, передбачених законами України та її міжнародними договорами. Митний контроль та митне оподаткування на території спеціальних економічних зон регулюються спеціальними законами України та міжнародними договорами, які встановлюють спеціальний правовий режим цих зон у кожному окремому випадку.

Регулювання митної справи здійснюють найвищі органи державної влади та управління України. Так, *Верховна Рада України* визначає:

- головні напрями митної політики України;
- структуру системи органів державного регулювання митної справи;
- розміри мита та умови митного обкладення;
- спеціальні митні зони та митні режими на території України;
- перелік товарів, експорт, імпорт та транзит яких через територію

України забороняється.

*Кабінет Міністрів України* забезпечує:

- здійснення митної політики України відповідно до законів України;
- встановлення розмірів митних зборів і плати за митні процедури;
- координацію діяльності міністерств, державних комітетів та відомств

України з питань митної справи;

- проведення переговорів та укладання міжнародних договорів України з митних питань у випадках, передбачених законами України;

- подання на розгляд Верховної Ради України пропозицій щодо системи митних органів України.

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

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

- захист економічних інтересів України;
- контроль за додержанням законодавства України про митну справу;
- забезпечення виконання зобов'язань, які впливають з міжнародних договорів за участю України стосовно митної справи;

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

## **ТЕМА 4 ВАЛЮТНЕ РЕГУЛЮВАННЯ**

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

### **1 Валютні ринки й валютні курси**

Валютні кошти – *валютні цінності*:

- іноземна валюта готівкою,
- платіжні документи (чеки, векселі, тратти, депозитні сертифікати, акредитиви та інші) в іноземній валюті,
- цінні папери (акції, облігації, купони до них, бони, векселі та інші) в іноземній валюті,
- золото та інші дорогоцінні метали у вигляді зливків, пластин та монет, а також сертифікати, облігації, варанти та інші цінні папери, номінал яких виражено у золоті, дорогоцінні камені.

*Іноземна валюта*:

- валюта готівкою, грошові знаки (банкноти, білети державної скарбниці, монети), що знаходяться в обігу і є законним платіжним засобом на території відповідної іноземної держави, а також вилучені або ті, що вилучаються з обігу, але підлягають обміну на грошові знаки, які знаходяться в обігу,

- платіжні документи у грошових одиницях іноземних держав та міжнародних розрахункових одиницях,
- кошти у грошових одиницях іноземних держав, міжнародних розрахункових одиницях та у діючій на території України валюті з вільною конверсією, які знаходяться на рахунках та вкладах у банківсько-кредитних установах на території України та за її межами.

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

*Конвертованість валюти* (convertibility) – здатність національної валюти обмінюватися на валюти інших країн та міжнародні платіжні засоби. Розрізняють повну та часткову конвертованість валюти. В умовах повної конвертованості відбувається вільне використання національної грошової одиниці та її обмін на іноземні валюти без будь-яких обмежень як для резидентів, так і для нерезидентів.

Часткова конвертованість свідчить, що на деякі обмінні операції існують певні обмеження (за видами операцій, сумами, термінами, категоріями суб'єктів валютного ринку тощо). Запровадження часткової конвертованості означає, що вона існує лише для поточних операцій, за яких вільний обмін національної валюти на іноземну здійснюється з метою проведення платежів за поточними статтями платіж-ного балансу.

Залежно від рівня конвертованості валют їх поділяють на вільно конвертовані, валюти з обмеженою конвертованістю, неконвертовані валюти (останні не обмінюються на інші валюти).

*Валютним курсом* називається співвідношення обміну двох грошових одиниць, тобто ціна однієї валюти, виражена в іншій валюті.

У більшості країн при встановленні валютного курсу застосовується пряме котирування. Воно означає, що певна постійна сума іноземної валюти (наприклад, 1, 10, 100 одиниць) використовується для вираження змінної величини відповідної суми національної валюти. Офіційний курс гривні (UAH) станом на 15.12.2015 наведено в таблиці 4.1.

Таблиця 4.1 – Офіційний курс гривні (UAH) станом на 15.12.2015

| Код цифровий | Код літерний | Кількість одиниць | Назва валюти                | Офіційний курс |
|--------------|--------------|-------------------|-----------------------------|----------------|
| 840          | USD          | 100               | Долар США                   | 2381,1620      |
| 978          | EUR          | 100               | Євро                        | 2615,2302      |
| 643          | RUB          | 10                | Російський рубль            | 3,3908         |
| 826          | GBP          | 100               | Англійський фунт стерлінгів | 3602,2455      |



Рідше застосовується непряме котирування. Основою у цьому разі служить одиниця національної валюти, яка порівнюється з іноземною валютою.

Крос-курси становлять собою котирування двох іноземних валют, жодна з яких не є національною валютою учасника угоди, що встановлює курс.

При класичному золотому стандарті, тобто при вільному розміні валют на золото в центральному банку, валютний курс встановлювався в пропорціях до їх золотого вмісту. Основною для встановлення сучасних валютних курсів є паритет купівельної спроможності, ППС (purchasing power parity – PPP). Для його формулювання використовують закон однієї ціни: ціна товару в одній країні повинна дорівнювати ціні товару в іншій країні. Оскільки такі ціни виражаються в різних валютах, це співвідношення цін і визначає курс обміну однієї валюти на іншу:

$$S = \frac{P_d}{P_f},$$

де  $P_d$  – внутрішня ціна (domestic price) даного товару;

$P_f$  – ціна товару за кордоном (foreign price).

*Валютний ринок* – це сукупність конверсійних і депозитно-кредитних операцій в іноземних валютах, що здійснюються між контрагентами (учасниками валютного ринку) по ринковому курсу або відсотковій ставці.

Основними учасниками валютного ринку є:

- Комерційні банки. Вони проводять основний обсяг валютних операцій. В банках тримають рахунки інші учасники ринку і здійснюють за ними необхідні конверсійні й депозитно-кредитні операції. Банки немов би акумулюють (через операції з клієнтами) сукупні потреби ринку у валютних конверсіях, а також у залученні/розміщенні коштів і виходять з ними на інші банки. Окрім задоволення заявок клієнтів банки можуть проводити операції і самостійно, за рахунок власних засобів. Тому валютний ринок є, насамперед, ринком міжбанківських угод.

- Фірми, що здійснюють зовнішньоторговельні операції. Компанії, що беруть участь у міжнародній торгівлі, утримують постійний попит на іноземну валюту (імпортери) і пропозиції іноземної валюти (експортери), а також розміщують вільні валютні залишки в короткострокові депозити. При цьому дані організації прямого доступу на валютний ринок, як правило, не мають і проводять конверсійні й депозитні операції через комерційні банки.

- Компанії, що здійснюють вкладення активів за кордоном. Дані компанії, що представлені різного роду міжнародними інвестиційними фондами, здійснюють політику управління, розміщуючи кошти в цінних паперах урядів і корпорацій різних країн. До даного виду фірм відносяться

також крупні міжнародні корпорації, що здійснюють іноземні виробничі інвестиції: створення філіалів, спільних підприємств.

- Центральні Банки. В їх функцію входить управління валютними резервами, проведення валютних інтервенцій, що виявляють вплив на рівень обмінного курсу, а також регулювання рівня процентних ставок по вкладенням у національній валюті.

- Фізичні особи. Фізичні особи проводять широкий спектр неторгових операцій в частині зарубіжного туризму, переказів заробітної плати, пенсії, гонорару, покупки й продажу валюти готівкою.

- Валютні біржі. У ряді країн із перехідною економікою функціонують валютні біржі, в функції яких входить здійснення обміну валют для юридичних осіб і формування ринкового обмінного курсу. Держава звичайно, активно регулює рівень обмінного курсу.

- Валютні брокерські фірми. В їх функцію входить зведення продавця і покупця іноземної валюти й здійснення між ними конверсійної або позичково-депозитної операції. За своє посередництво брокерські фірми стягують комісію у вигляді відсотка від суми угоди.

## **2 Основні валютні операції в сучасній ЗЕД**

*Валютні операції* (foreign exchange operations) – операції, пов'язані з переміщенням або переходом права власності на валютні цінності.

За умовами проведення валютні операції поділяють на:

- «тод» – операція за договором, умови якого передбачають виконання цієї операції в день укладення договору;

- «том» – операція за договором, умови якого передбачають виконання цієї операції в перший робочий день після дня укладення договору;

- «спот» – операція за договором, умови якого передбачають виконання цієї операції на другий робочий день після дня укладення договору;

- «своп» – операція за договором, умови якого передбачають купівлю (продаж, обмін) іноземної валюти зі зворотним її продажем (купівлею, обміном) на певну дату в майбутньому з фіксацією умов цих операцій (курсів, обсягів, дат валютування тощо) під час укладення договору;

- «форвард» – операція за форвардним договором, умови якого передбачають виконання цієї операції (з поставкою валюти за форвардним договором) пізніше ніж на другий робочий день після дня укладення договору.

*Ф'ючерсні операції* – це угоди з купівлі-продажу у майбутньому за раніше обумовленим курсом, які укладаються на біржових ринках. Особливістю вказаних угод є те, що вони стандартизовані і поставки відбуваються у суворо визначені терміни. Поставка валюти здійснюється за контрактом через

рахункову палату біржи. Мета здійснення ф'ючерсів, по-перше, в страхуванні ризиків; по-друге, у проведенні спекулятивних операцій. Спекулянт відкриває валютні позиції на великі суми під незначне забезпечення (маржу). Чим сильніше коливаються курси, які лежать в основі контрактів, тим більше обсяг попиту на ці угоди і тим вище ціна контракту.

*Опціонні операції* – це угоди, що дають право (але не зобов'язання) одному учаснику угоди купувати або продати відповідну кількість валюти за фіксованим курсом протягом визначеного часу, тоді як другий учасник за грошову премію зобов'язується за необхідністю забезпечити реалізацію цього права при продажу або купівлі валюти за договірною ціною. Опціонні угоди здійснюються, як правило, через біржу, хоча можливі позабіржові дії. На відміну від ф'ючерсу власник опціонного контракту може втратити тільки премію. Тенденцією розвитку світового валютного ринку є стрімке зростання саме опціонів.

### **3 Особливості та інструменти регулювання валютних ринків**

Інструменти валютного регулювання, виходячи зі специфіки використовуваних методів і важелів, а також об'єктів їх спрямування, можна умовно розділити на дві групи:

- інструменти прямого впливу – економічні та адміністративні;
- інструменти опосередкованого впливу.

Під *інструментами прямого впливу* ми розуміємо сукупність методів і важелів, що були розроблені спеціально для регулювання валютних відносин в країні. Дану групу можна умовно розділити на дві підгрупи: економічні та адміністративні.

Економічні інструменти валютного регулювання передбачають використання різних засобів стимулювання економічної зацікавленості суб'єктів ринку у здійсненні тих чи інших валютних операцій з метою впливу на динаміку обмінного курсу та інші макроекономічні параметри розвитку національного господарства.

До числа основних *економічних інструментів* реалізації валютної політики центрального банку належать:

- 1) девізна політика;
- 2) диверсифікація валютних резервів;
- 3) регулювання режиму валютного курсу;
- 4) політика девальвації і ревальвації валют.

Одним з основних інструментів валютного регулювання в Україні на сьогоднішній день є девізна політика: здійснюється вплив на валютний курс шляхом купівлі-продажу центральним банком іноземної валюти. Основною формою реалізації девізної політики є валютні інтервенції, під якими слід розуміти втручання центрального банку в здійснення операцій на валютному

ринку держави з метою впливу на обмінний курс національної валюти шляхом продажу чи купівлі іноземної валюти.

Для укріплення обмінного курсу національної валюти центральний банк продає іноземну валюту, а для його послаблення – скуповує її на ринку. Забезпечення підтримання стабільності кон'юнктури на внутрішньому валютному ринку країни і обмінного курсу національної валюти відбувається наступним чином: за умови надлишкової пропозиції іноземної валюти центральний банк скуповує її, щоб не допустити необґрунтованого зміцнення національної грошової одиниці, і навпаки, коли надходжень валютних коштів на внутрішній ринок недостатньо – центральний банк продає іноземну валюту з тим, щоб не допустити зниження обмінного курсу національної валюти.

Валютні інтервенції передбачають використання центральним банком двох основних джерел: офіційних золотовалютних резервів країни та короткострокових взаємних кредитів за міжбанківськими угодами «своп».

Важливим інструментом прямого впливу є диверсифікація валютних резервів, яка передбачає регулювання структури офіційних валютних резервів держави шляхом включення до їхнього складу іноземних валют різних країн. Під валютними резервами розуміють офіційні запаси іноземної валюти, що перебувають у центральному банку, в банківських установах інших країн та міжнародних валютно-кредитних організаціях.

Як правило, даний інструмент використовується для продажу нестабільних валют і купівлі більш стійких валют, а також валют, необхідних для проведення міжнародних розрахунків та інтервенцій.

Це дозволяє управляти валютним ризиком країни і є особливо актуальним в періоди економічної нестабільності. В нормальних економічних умовах диверсифікація валютних резервів виступає як допоміжний інструмент, що забезпечує ефективність інших інструментів – таких, наприклад, як регулювання режиму валютного курсу.

Регулювання режиму валютного курсу – діяльність центрального банку, спрямована на встановлення порядку визначення і зміни обмінного курсу національної валюти відносно іноземних валют.

Виділяють три базові режими обмінних курсів:

- 1) режим фіксованого курсу;
- 2) плаваючий курсовий режим;
- 3) змішаний режим валютного курсу.

Фіксований режим валютного курсу передбачає офіційне встановлення курсу з подальшим його підтриманням на певному незмінному рівні.

Плаваючий валютний курс – це курс, що формується під впливом попиту і пропозиції на валютному ринку. Під плаваючими обмінними (валютними)

курсами (floating exchange rates) розуміють такі курси, рівні яких визначаються на ринку під впливом попиту та пропозиції, що, в свою чергу, залежить від стану платіжного балансу країни, співвідношення відсоткових ставок і темпів інфляції, очікувань учасників ринку, офіційних валютних інтервенцій тощо.

Змішаний режим передбачає поєднання двох зазначених підходів. Змішані режими валютних курсів запроваджуються з метою стимулювання або стримування певних видів чи напрямів зовнішньоекономічної діяльності чи фінансово-кредитної політики держави.

І, нарешті, розглянемо політику девальвації та ревальвації валют. Сутність даного інструмента полягає у діяльності центрального банку країни, офіційно спрямованій на зміну обмінного курсу національної валюти в бік його зниження (девальвація) чи підвищення (ревальвація).

Девальвація валюти – це цілеспрямовані дії відповідних інституційних структур, які мають на меті послабити курс національної валюти по відношенню до іноземних валют.

Ревальвація валюти – це зміцнення офіційного курсу національної валюти по відношенню до інших валют.

*Адміністративні інструменти* валютної політики передбачають сукупність заходів з нормативно-правового регулювання різноманітних аспектів функціонування валютного ринку країни та діяльності його учасників. Основним напрямом адміністративного регулювання валютних операцій є політика валютних обмежень.

Валютні обмеження – це сукупність регулятивних заходів, які передбачають встановлення законодавчих або нормативних правил щодо заборони, лімітування і регламентації операцій резидентів і нерезидентів з валютою і валютними цінностями.

Крім базової функції – встановлення правил поведінки на валютному ринку – валютні обмеження виконують ряд важливих завдань, до яких можна віднести вирівнювання платіжного балансу, управління золотовалютними резервами, вплив на динаміку обмінного курсу національної валюти.

До адміністративних методів можна віднести також механізм регулювання платіжного балансу – застосування експортних субсидій, митних тарифів, страхування від втрат, викликаних коливаннями валютних співвідношень, а також валютну блокаду – сукупність примусових валютних заходів, які використовуються одними державами по відношенню до інших з метою добитися виконання тих чи інших вимог. До валютної блокади належать такі заходи: блокування рахунків, кредитна блокада та валютні обмеження.

Відмітимо, що протягом періоду незалежності в Україні як базові інструменти валютного регулювання використовувались саме адміністративні.

В той же час тенденції, що склались останніми роками, свідчать, що акцент починає зміщуватись на користь економічних інструментів.

Під *інструментами опосередкованого впливу* ми розуміємо сукупність важелів і методів, що використовуються в ході здійснення монетарної політики держави для регулювання пропозиції грошей в країні, впливаючи при цьому на динаміку обмінного курсу. До таких інструментів можемо віднести дисконтну політику, політику обов'язкових резервів та політику відкритого ринку.

*Дисконтна політика* – це система заходів центрального банку щодо встановлення і періодичної зміни ставки рефінансування з метою впливу на динаміку валютного курсу, стан платіжного балансу і рух капіталів, а також динаміку кредитних вкладень, грошової маси і цін.

Іншим інструментом непрямого впливу є політика *обов'язкових резервів*, яка полягає у зміні центральним банком норми, в межах якої комерційні банки зобов'язані частину залучених коштів зберігати на рахунках у центральному банку. Політика обов'язкових резервних вимог використовується центральними банками як засіб антициклічної або антиінфляційної політики. Резервні вимоги, насамперед, пов'язані з показниками грошової маси, а їхня взаємодія з іншими макроекономічними показниками відбувається через трансмісійний механізм впливу змін грошової пропозиції на реальний сектор економіки: ринок інвестицій, рівень цін тощо. Враховуючи властивості резервних вимог, центральний банк з метою стимулювання, наприклад, інвестиційної активності проводить політику, спрямовану на зниження норм резервних вимог, а тимчасове збільшення норми обов'язкового резервування за певних умов спричинює зниження інфляційного тиску, сприяє стабільності курсу національної валюти.

*Політика відкритого ринку* передбачає регулювання грошової маси в країні шляхом проведення центральним банком операцій з державними цінними паперами з метою впливу на ресурсну базу банків. Викуп цінних паперів центральним банком збільшує ресурсну базу банків, що призводить до збільшення грошової маси і девальвації національної валюти. Продаж цінних паперів, навпаки, вилучає гроші з обігу і звужує грошову масу, підвищуючи відносну цінність національної грошової одиниці.

#### **4 Валютне регулювання в Україні**

*Валютне регулювання* – це сукупність нормативних документів, установлених органами валютного регулювання у законодавчому чи адміністративному порядку, які спрямовані на регулювання потоків капіталу в країну та за її межі, а також валютних операцій, що здійснюються в межах держави, з метою підтримання стабільності курсу національної грошової

одиниці, достатнього рівня валютних резервів і збалансованості міжнародних платежів.

Суб'єктами валютного регулювання і контролю виступають усі без винятку учасники валютних операцій: центральний банк; уряд країни; уповноважені банки; юридичні особи – резиденти і нерезиденти; фізичні особи – резиденти і нерезиденти.

### ***Суб'єкти валютного регулювання в Україні***

*Національний банк України* у сфері валютного регулювання:

- здійснює валютну політику виходячи з принципів загальної економічної політики України;
- складає разом з Кабінетом Міністрів України платіжний баланс України;
- контролює дотримання затвердженого Верховною Радою України ліміту зовнішнього державного боргу України;
- визначає у разі необхідності ліміти заборгованості в іноземній валюті повноважених банків нерезидентам;
- видає у межах, передбачених Декретом Кабінету Міністрів України «Про систему валютного регулювання і валютного контролю», обов'язкові для виконання нормативні акти щодо здійснення операцій на валютному ринку України;
- нагромаджує, зберігає і використовує резерви валютних цінностей для здійснення державної валютної політики;
- видає ліцензії на здійснення валютних операцій та приймає рішення про їх скасування;
- установлює способи визначення і використання валютних (обмінних) курсів іноземних валют, виражених у валюті України, курсів валютних цінностей, виражених у іноземній валюті або розрахункових (клірингових) одиницях;
- установлює за погодженням центральним органом виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері статистики, єдині форми обліку, звітності та документації про валютні операції, порядок контролю за їх достовірністю та своєчасним поданням;
- забезпечує публікацію банківських звітів про власні операції та операції уповноважених банків.

*Кабінет Міністрів України* у сфері валютного регулювання:

- визначає і подає на затвердження до Верховної Ради України ліміт зовнішнього державного боргу України;
- бере участь у складанні платіжного балансу України;

- забезпечує виконання бюджетної та податкової політики в частині, що стосується руху валютних цінностей;
- забезпечує формування і виступає розпорядником Державного валютного фонду України;
- визначає порядок використання надходжень у міжнародних розрахункових (клірингових) одиницях, які використовуються у торговельному обороті з іноземними державами, а також у неконвертованих іноземних валютах, які використовуються у неторговельному обороті з іноземними державами на підставі положень міжнародних договорів України.

### ***Порядок придбання і використання валюти***

Залежно від виду зовнішньоекономічної операції (імпорт чи експорт) виникає потреба у купівлі або зобов'язання продажу іноземної валюти. Торгівля іноземною валютою на території України резидентами і нерезидентами - юридичними особами здійснюється через уповноважені банки та інші фінансові установи, що одержали ліцензію на торгівлю іноземною валютою Національного банку України, виключно на міжбанківському валютному ринку України. Резиденти і нерезиденти - фізичні особи мають право продавати та купувати іноземну валюту уповноваженим банкам та іншим фінансовим установам, які одержали ліцензію Національного банку України.

Підставою для купівлі іноземної валюти на міжбанківському валютному ринку України при розрахунках з нерезидентами за торговельними операціями є такі документи:

- договір з нерезидентом, оформлений відповідно до законодавства України;
- вантажна митна декларація, якщо товар ввезено на територію України (вантажні митні декларації, за якими здійснюється митне оформлення тимчасово ввезених вантажів із зобов'язанням про їх зворотне вивезення, не є підставою для купівлі іноземної валюти);
- документи, передбачені при документарній формі розрахунків (акредитив, інкасо);
- довідка державної податкової адміністрації (інспекції), в якій резидент зареєстрований як платник податків, із зазначенням інформації про основний поточний рахунок резидента в гривнях і поточний рахунок в іноземній валюті, який визначений резидентом як рахунок, з якого здійснюються всі перерахунки з метою виконання зобов'язань резидента перед нерезидентом.

Придбання іноземної валюти здійснюється через уповноважені банки. Особи, які здійснюють операції з купівлі-продажу валюти, є платниками збору на обов'язкове державне пенсійне страхування. Таким чином, особи, які



купають валюту за гривні, зобов'язані здійснити відрахування в розмірі 1 відсотка від суми операції купівлі-продажу валюти.

Резиденти, які купують іноземну валюту через уповноважені банки для забезпечення виконання зобов'язань перед нерезидентами, зобов'язані здійснювати перерахування таких сум протягом 5 робочих днів з моменту зарахування таких сум на валютні рахунки резидентів. Порушення резидентами термінів призводить до стягнення пені за кожен день прострочення у розмірі 0,3 відсотка від суми не отриманої виручки (митної вартості недопоставленої продукції) в іноземній валюті, перерахованій у грошову одиницю України за валютним курсом НБУ на день виникнення заборгованості.

Імпортні операції резидентів, які здійснюються на умовах відстрочення поставки, в разі, коли таке відстрочення перевищує 90 календарних днів з моменту здійснення авансового платежу або виставлення векселя на користь постачальника продукції (робіт, послуг), що імпортується, потребують індивідуальної ліцензії Національного банку України.

При здійсненні експортних операцій на валютний рахунок резидента надходить *виручка в іноземній валюті*. Відповідно до Закону України «Про порядок здійснення розрахунків в іноземній валюті» виручка резидентів у іноземній валюті підлягає зарахуванню на їх валютні рахунки в уповноважених банках у терміни виплати заборгованостей, зазначені в контрактах, але не пізніше 90 календарних днів з дати митного оформлення (виписки вивізної вантажної митної декларації) продукції, що експортується, а в разі експорту робіт (послуг), прав інтелектуальної власності – з моменту підписання акта або іншого документа, що засвідчує виконання робіт, надання послуг, експорт прав інтелектуальної власності. При експорті фармацевтичної продукції вітчизняного виробництва – не пізніше 180 календарних днів з дати митного оформлення (виписування вивізної вантажної митної декларації). Перевищення зазначеного терміну потребує індивідуальної ліцензії Національного банку України.

Суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності після сплати передбачених законом податків та зборів (обов'язкових платежів) самостійно розпоряджаються валютною виручкою від проведених ними операцій.

## **ТЕМА 8 ФОРМИ ВИХОДУ ПІДПРИЄМСТВ НА ЗОВНІШНІЙ РИНОК**

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

### **1 Правові передумови ЗЕД підприємств**

Відповідно до статті 5 Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність» всі суб'єкти ЗЕД мають рівне право здійснювати будь-які її види, прямо не заборонені законами України, незалежно від форм власності та інших ознак.

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

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

Втручання державних органів у ЗЕД її суб'єктів у випадках, не передбачених Законодавством, в тому числі і шляхом видання підзаконних актів, які створюють для її здійснення гірші умови, є обмеженням права здійснення ЗЕД і, як таке, забороняється.

До суб'єктів ЗЕД може бути застосовано санкцію у вигляді тимчасового зупинення права здійснення такої діяльності у випадках порушення чинних законів України, що стосуються цієї діяльності.

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

Всі суб'єкти ЗЕД України мають право відкривати свої представництва на території інших держав згідно з законами цих держав. Всі суб'єкти ЗЕД мають право на участь у міжнародних неурядових економічних організаціях.

Іноземні суб'єкти господарської діяльності, що здійснюють ЗЕД на території України, мають право на відкриття своїх представництв на території України. Акредитацію філій і представництв іноземних банків здійснює Національний банк України відповідно до Закону України «Про банки і банківську діяльність». Реєстрацію представництв інших іноземних суб'єктів

господарської діяльності здійснює центральний орган виконавчої влади з питань економічної політики протягом шістдесяти робочих днів з дня подання іноземним суб'єктом господарської діяльності документів на реєстрацію. Для реєстрації представництва іноземного суб'єкта господарської діяльності на території України необхідно подати наступні документи:

- заява з проханням про реєстрацію представництва, яка складається у довільній формі;
- виписка з торговельного (банківського) реєстру країни, де іноземний суб'єкт господарської діяльності має офіційно зареєстровану контору;
- довідка від банківської установи, в якій офіційно відкрито рахунок подавця;
- довіреність на здійснення представницьких функцій, оформлену згідно з законом країни, де офіційно зареєстровано контору іноземного суб'єкта господарської діяльності.

Перераховані документи мають бути нотаріально засвідчені за місцем їх видачі і легалізовані належним чином в консульських установах, які представляють Україну, якщо міжнародними договорами України не передбачено інше. За реєстрацію представництв іноземних суб'єктів господарської діяльності з них стягується плата у розмірі, що встановлюється Кабінетом Міністрів України і який не повинен перевищувати фактичних витрат держави, пов'язаних з цією реєстрацією.

У разі відмови центрального органу виконавчої влади з питань економічної політики зареєструвати представництво іноземного суб'єкта господарської діяльності або неприйняття рішення з цього питання у встановлений шістдесятиденний строк іноземний суб'єкт господарської діяльності може оскаржити таку відмову в судових органах України.

Забороняється вимагати від іноземного суб'єкта господарської діяльності повторної реєстрації (перереєстрації) раніше зареєстрованого представництва на території України.

У разі зміни назви, юридичного статусу, юридичної адреси чи оголошення іноземного суб'єкта господарської діяльності неплатоспроможним або банкрутом його представництво на території України зобов'язане повідомити про це центральний орган виконавчої влади з питань економічної політики у семиденний строк.

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

## 2 Класифікація зовнішньоторговельних операцій

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

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

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

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

- транспортні перевезення (пасажирські, багажні, вантажні);
- поїздки: ділові (відрядження) та особисті (туризм);
- зв'язок;
- будівництво (підготовка будівельних майданчиків, основні будівельні роботи, будівельні роботи завершального циклу, будівництво «під ключ»);
- страхування нерезидентів страховими компаніями-резидентами;
- фінансові послуги між резидентами і нерезидентами;
- комп'ютерні й інформаційні послуги (консультації в області комп'ютерних програм, інформаційні послуги, обслуговування комп'ютерів);
- користування правами власності і використання оригіналів чи прототипів на підставі ліцензій з виплатою ліцензійних платежів у вигляді

роялті (періодичних платежів за користування ліцензією) або паушальних платежів (одноразових виплат за результатами експертних оцінок);

- інші бізнес-послуги (посередницькі послуги, оренда, а також інші ділові, професійні і технічні послуги: правові, бухгалтерські, управлінські, рекламні, інжиніринг, послуги з нагляду, геологорозвідки тощо);

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

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

Міжнародний маркетинг виділяє чотири види СПД:

- 1) ліцензування;
- 2) виробництво за контрактом;
- 3) управління за контрактом;
- 4) підприємства спільного володіння.

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

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

*Управління за контрактом*. За такого способу підприємство надає закордонному партнеру "ноу-хау" у сфері управління, а той забезпечує необхідний капітал. Інакше кажучи, підприємство експортує не товар, а

скоріше управлінські послуги. Частіше за все це відбувається у формі консультацій для іноземних компаній.

*Підприємство спільного володіння* є результатом об'єднання зусиль закордонних і місцевих інвесторів з метою створення місцевого комерційного підприємства, яким вони володіють і управляють спільно. Існують різні шляхи заснування такого підприємства, наприклад закордонний інвестор може купити частку в місцевому підприємстві, або місцеве підприємство може купити собі частку у вже існуючому місцевому підприємстві закордонної компанії, або обидві сторони можуть спільними зусиллями створити нове підприємство. Основні риси цього способу:

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

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

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

Одна з переваг такої стратегії полягає в тому, що підприємство може заощадити кошти за рахунок більш дешевої робочої сили або сировини, за рахунок пільг, наданих іноземними урядами закордонним інвесторам, за рахунок скорочення транспортних витрат тощо. Створюючи робочі місця в країні-партнері, підприємство забезпечує собі тим самим сприятливіший клімат у цій країні. Застосовуючи стратегію прямого інвестування, підприємство налагоджує глибші відносини з державними органами, клієнтами, постачальниками і дистриб'юторами країни, на ринок якої воно виходить. Це дає можливість краще пристосовувати свої товари до місцевого маркетингового середовища. І, нарешті, важлива характеристика прямого інвестування полягає

в тому, що здійснюючи його, підприємство зберігає повний контроль над своїми капіталовкладеннями і, отже, може розробляти такі установки у сфері виробництва і маркетингу, які будуть відповідати її довгостроковим завданням у міжнародному масштабі.

## ТЕМА 6 ФОРМИ ЗУСТРІЧНОЇ ТОРГІВЛІ

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

### 1 Сутність і суперечливість бартерних операцій

*Зустрічна торгівля* – це зовнішньоторговельна операція, при здійсненні якої в єдиному зовнішньоекономічному договорі (контракті) фіксуються обов'язки партнерів зробити повний або частково збалансований обмін товарами. В останньому випадку різниця у вартості покривається грошовими платежами.

Ініціюють такий обмін звичайно імпортери, що дає їм змогу здійснювати закупівлі необхідних товарів з повною або частковою оплатою їх своїми товарами. Експортери погоджуються на такий обмін, щоб збільшити обсяг збуту свого товару, а отриманий товар знову реалізують на внутрішньому або зовнішньому ринках.

Виникнення операцій зустрічної торгівлі виникли в 70-тих роках ХХ ст. було обумовлене наступними *причинами*:

- 1) зростанням цін на енергоносії;
- 2) прагнення країн, що розвиваються, до прискорення індустріалізації свого розвитку;
- 3) зустрічна торгівля дає можливість державам розвивати зовнішню торгівлю навіть за умов нестачі чи відсутності конвертованої валюти, дефіциту платіжного балансу, наявності інфляційних процесів.

Зустрічна торгівля виступає засобом фінансування імпорту і на відміну від закупок в кредит, застерігає покупця від виплати постійно зростаючих відсоткових платежів.

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

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

*Бартерні угоди* – це операції з обміну узгодженої кількості одного товару на інший без використання грошових форм розрахунків. У такій угоді встановлюється кількість товарів, що взаємно постачатимуться, чи сума, на яку сторони зобов'язуються доставити товари. При визначенні вартості товарів взаємного постачання оцінювання робиться на основі світових цін з урахуванням витрат на товарообіг.

Таким чином, бартерна операція не припускає ніяких грошових розрахунків між контрагентами. Перевага даної операції перед операцією купівлі-продажу полягає в тому, що для її здійснення не потрібна валюта, і сторони не прибігають до посередництва банків. Припустимо, в'єтнамська фірма хоче купити в українського підприємства сучасне устаткування, але валютою не розташовує. Тоді вона знаходить товар, що міг би зацікавити українське підприємство і пропонує зробити обмін. Українське підприємство, зацікавлене у виході на в'єтнамський ринок, може погодитися з таким обміном. Сторони при узгодженні обсягів постачань оперують цінами і ведуть по них переговори, указівка цін у самому тексті контракту потрібна тільки для того, щоб митні органи могли визначити розміри мита і зборів, а також для статистики зовнішньої торгівлі. У контракті може вказуватися, наприклад, що український контрагент постачає у В'єтнам електронно-променеу зварювальну апаратуру за ціною 150 тисяч доларів, а в'єтнамська сторона постачає на Україну одну тисячу тонн рису загальною вартістю 150 тисяч доларів.

Бартерні угоди мають такі особливості:

- разовий характер угоди й участь в ній, як правило, двох сторін;
- оформлення угоди одним контрактом;
- здійснення угоди повністю на основі зустрічних зобов'язань без використання грошових переказів;
- одночасне виконання зустрічних поставок.

## **2 Зустрічні закупки у ЗЕД**

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

Техніка здійснення такої операції полягає в наступному. Припустимо,



імпортер з України закуповує в Італії яке-небудь устаткування чи інші товари на значну суму, тоді в процесі переговорів після узгодження ціни товару імпортер ставить обов'язковою умовою контракту купівлю експортером товарів у його країні на визначену суму. При цьому товари можуть бути будь-які, що не обов'язково відносяться до предмета даної угоди. Більш того, у період переговорів сторони можуть і не знати, які конкретно товари імпортер може запропонувати і які експортер може закупити. Для імпортера важливо записати цю обставину в контракт для того, щоб шляхом зустрічної закупівлі зберегти частину валюти у своїй країні. Експортер, будучи зацікавлений у реалізації своєї продукції, звичайно погоджується з таким записом у контракті. Предметом переговорів є визначення обсягу таких закупівель, що фіксується в контракті «від його загальної суми». Добре, якщо цей обсяг складе 40%, але навіть якщо він буде всього 10%, то при великих обсягах постачань по імпорті економія валюти для України буде істотною. Визначивши обсяги зустрічних закупівель, сторони записують в умовах контракту, що експортер протягом, наприклад, 12 місяців з дати підписання контракту, підпише імпортні контракти з контрагентами з України на закупівлю товарів (не вказуючи яких) на певну суму. Після підписання контракту український імпортер, попередньо з'ясувавши зацікавленість італійської фірми-експортера в тих чи інших товарах, починає пошук цих товарів у своїй країні й організує висилку пропозиції контрагенту в Італію. Пропозиції можуть висилатися будь-якими фірмами України, так само як і контракти на постачання товарів по них в Італію можуть підписувати будь-які італійські фірми, які зможе залучити італійський експортер і зацікавити український товар. Ряд країн південно-східної Азії законодавчим шляхом установили обов'язковість зустрічних закупівель при імпорті в ці країни. Поширення зустрічних закупівель зараз набирає велику силу, особливо в країнах, що розвиваються.

Зустрічні закупки мають такі різновиди: паралельні угоди, угоди «офсет», трикутні угоди й угоди з передачею фінансових зобов'язань.

Паралельні угоди – це угоди, які оформляються трьома контрактами. Один контракт оформляється на експорт товарів і їх оплату, другий – на контрзакупку та її оплату. Третій є базовою угодою, яка взаємопов'язує договори на експорт та імпорт.

Особливістю угоди «офсет» є те, що зустрічні зобов'язання юридично не оформляються. Вони є джентльменською угодою по відношенню до зустрічної поставки.

Трикутні компенсації полягають в переключенні потоків. При даній угоді зустрічна поставка здійснюється не на адресу експортера, а організується в яку-небудь третю країну. Третя країна здійснює платіж на користь експортера.

Угода з передачею фінансових зобов'язань одержала назву переключення (від англ. «switch»). Порядок проведення торгових операцій може бути таким же, як і при трикутній компенсації, але, крім того, існує двостороння клірингова угода між імпортером і третьою стороною. Угоди з передачею фінансових зобов'язань – «світч» – це не товарні угоди, а передача експортером своїх зобов'язань про зустрічну поставку третій стороні.

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

### **3 Інші форми зустрічної торгівлі**

*Короточасні компенсаційні угоди*, як і бартерні угоди, містять зобов'язання експортера закупити товари в імпортера. Проте при компенсації, на відміну від бартеру, поставки оплачуються незалежно одна від одної. Зустрічні закупки можуть бути з повною чи частковою компенсацією. З компенсаційними угодами зв'язане поняття «неконвертоване сальдо», яке виникає внаслідок нееквівалентності товарів, що обмінюються, і яке може бути витрачене лише в країні імпортера. Наприклад, контрагент із Данії фірма А поставляє контрагенту в Україні фірмі Б меблі на суму 5000 доларів, а українська сторона може запропонувати товари на суму тільки 4000 доларів. Різниця між сумами товарів, що поставляються, складе 1000 доларів, ця різниця і називається неконвертованим сальдо, що складає борг української фірми датському партнеру. Однак переказати його в Данію українська фірма не може, так як це не обумовлено контрактом. Тоді сторони домовляються і вказують в умовах контракту, що різниця буде зберігатися в одному з банків на рахунок, який відкритий спеціально фірмою Б. Фірма А може використовувати ці гроші тільки в Україні, тому вони і називаються неконвертованим сальдо. Використовуватися ці гроші можуть на рекламу, представницькі витрати, оплату відряджень і, нарешті, на покупку будь-яких інших товарів в Україні.

Механізм реалізації короточасних компенсаційних угод має такий вигляд:

- кожен контрагент готує два списки товарів: в одному вказуються товари, які він хотів би продати, а в іншому – купити;
- зустрічаючись, контрагенти обговорюють номенклатуру товарів і уточнюють обидва два списки;
- узгодивши перелік товарів, контрагенти переходять до визначення цін по кожній позиції списків;
- погодивши ціни й інші умови постачання, сторони підписують контракт із двома додатками: один додаток – це перелік товарів, що

поставляються в Україну, інший – з поставками в Данію. У додатках указують ціни по кожному найменуванню товару, а в тексті контракту – загальні суми взаємних поставчань.

*Викуп застарілої продукції* – це експорт готової продукції із одночасним зобов'язанням експортера викупити застарілу продукцію у імпортера. Стосується, насамперед, машинно-технічних виробів: автотранспортної техніки, дорожньо-будівельної техніки, сільськогосподарських машин, а в останні роки – і літаково-вертолітної техніки. Ініціатором таких операцій виступає, як правило, імпортер. Якщо експортер пропонує імпортеру придбати в нього нові машини, то імпортер ставить обов'язковою умовою викупити в нього застарілу техніку. Мова йде, звичайно, про техніку одного профілю. Якщо пропонуються автомобілі, то і викупувати необхідно автомобілі. Але автомобілі, які пропонуються для викупу, повинні бути в експлуатаційному стані. При цьому автомобілі, що викупуються, можуть бути зроблені іншою фірмою, а не тією, котра пропонує нові. Переговори про продаж нової техніки і про викуп старої йдуть одночасно, одночасно узгоджуються й ціни на ті й інші автомобілі. Контракти можуть бути підписані окремо на продаж і на викуп, а може бути складений один контракт. Жорстока конкуренція і бажання реалізувати свою продукцію, особливо якщо ринок перспективний, змушують експортера йти назустріч умовам імпортера і викупувати в нього застарілу техніку. Імпортеру такі операції дуже вигідні, тому що він знижує свою валютні витрати і рятується від старої техніки, заміняючи її новою. Експортер нової техніки, що викупив стару, прагне витягти з неї максимальну вигоду. Він, після ретельного огляду застарілої техніки, визначає, яким машинам можна додати товарний вигляд, і, зробивши їм попередній ремонт, пропонує їх для продажу іншим покупцям, найчастіше в країни, що розвиваються, як автомобілі колишні у вживанні, так звані машини «секонд-хенд».

*Великомасштабні довгострокові компенсаційні угоди зі зворотною закупкою товарів* на компенсаційній основі товарів (бай-бек). Такі угоди передбачають поставку на умовах кредиту комплектного обладнання, будівництво промислових об'єктів, надання інжинірингових послуг з оплатою надалі зустрічними поставками продукції, виготовленої на цих підприємствах. Особливостями великомасштабних операцій є наступне:

- великомасштабні операції обчислюються сотнями тисяч, а то і мільйонами доларів;
- великомасштабна операція здійснюється на умовах кредиту, як правило довгострокового і на великі суми, а тому для її здійснення залучаються великі банки;

- підписанню угоди про великомасштабну операцію звичайно передують угода між країнами на урядовому рівні;

- великомасштабні операції носять звичайно довгостроковий характер (до 10 років і більш).

- Після будівництва об'єкта і виплати по кредитах, відносини між контрагентами продовжуються і надалі. Техніка здійснення великомасштабної операції на компенсаційній основі виглядає так:

- відповідні урядові органи двох країн підписують угоду про будівництво в Україні промислового об'єкта на компенсаційній основі;

- «Замовник» з України підписує угоду з «Постачальником» із Франції про здійснення великомасштабної операції на компенсаційній основі з указівкою зобов'язань кожної зі сторін і порядку їхнього виконання;

- сторони підписують контракт на постачання устаткування з Франції в Україну для споруджуваного на Україні об'єкта;

- «Постачальник» здійснює постачання устаткування в Україну;

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

- українська сторона поставляє продукцію у Францію.

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

*Постачання на комплектацію* – це один із різновидів товарообмінних операцій, який полягає в тому, що замовник ставить неодмінною умовою контракту покупку виробником у замовника частини устаткування і приладів для комплектації готової продукції і передає йому заздалегідь складений список таких деталей. Наприклад, контрагент із Болгарії замовляє в українського суднобудівного заводу виготовлення морського транспортного судна. На переговорах після узгодження ціни судна болгарський замовник ставить неодмінною умовою контракту покупку виготовлювачем у замовника частини устаткування і приладів для комплектації судна і передає йому заздалегідь складений список таких деталей. Замовник мотивує цю умову тим, що його вітчизняне устаткування зручніше для експлуатації, ніж іноземне, хоча

насправді це може бути викликано бажанням заощадити валюту. Предметом контрактів постачань на комплектацію може бути будь-яке складне комплектне устаткування й установки, а комплектуючі прилади і деталі – це, в основному, стандартні двигуни, насоси, акумулятори тощо.

Суть угоди з давальницькою сировиною (*толінг*) полягає в тому, що одна країна, що володіє ресурсами, але не володіє достатніми виробничими потужностями для їх переробки, відправляє частину даної сировини для переробки в іншу країну і розраховується за це частиною виробленої продукції. До операцій з давальницькою сировиною у зовнішньоекономічних відносинах належать операції, в яких сировина замовника на конкретному етапі переробки, а також на заключному, є основним матеріалом та її вартість становить не менш як 20 відсотків загальної вартості готової продукції. При цьому обов'язковим є попереднє здійснення поставки виконавцю давальницької сировини відносно повернення виготовленої з неї готової продукції замовнику. Таким чином, давальницька сировина – сировина, матеріали, напівфабрикати, комплектуючі вироби, енергоносії, ввезені на митну територію країни іноземним замовником (чи закуплені іноземним замовником за іноземну валюту в країні) або вивезені за її межі вітчизняним замовником для використання у виробленні готової продукції. Наприклад, Росія, має у своєму розпорядженні сировину, скажімо нафту, але нафтопереробних підприємств у неї недостатньо. Тоді контрагент із Росії підписує контракт із контрагентом з України – нафтопереробним заводом на переробку його нафти й одержання продуктів нафтопереробки. Частину продуктів нафтопереробки Україна залишає собі як оплату за переробку нафти. Ця ж операція може бути представлена і по-іншому: Україна за контрактом ввозить з Росії нафту, а розраховується за неї частково нафтопродуктами, а частково грошима. Ще одним варіантом такої операції може бути такий: Росія не вивозить з України належну їй частину продуктів нафтопереробки, а продає їх прямо з України в треті країни, при цьому вона може залучати до таких продаж у якості посередника українські підприємства.

## **ТЕМА 7 ЕКСПОРТНО-ІМПОРТНІ ОПЕРАЦІЇ ТА ПОРЯДОК ЇХ УКЛАДАННЯ**

1. Етапи здійснення експортно-імпоротної угоди.
2. Окремі операції в сфері ЗЕД.

### **1 Етапи здійснення експортно-імпоротної угоди**

Обмін між зовнішньоторговельними агентами здійснюється через операції купівлі-продажу насамперед. Для здійснення обміну необхідно знайти

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

**Пошук та вибір партнера.** Вибір зарубіжного партнера залежить від сукупності чинників, які відповідають меті виходу підприємства на зовнішні ринки. При здійсненні ЗЕД вибір партнера, насамперед, визначається видом майбутньої зовнішньоекономічної угоди (експортна, імпортна, ліцензійна, компенсаційна, страхування, кредитування тощо), предметом угоди (купівля-продаж товару чи надання послуг), фінансово-економічними умовами угоди (наявність авансового платежу, купівля в кредит тощо).

Основними **способами встановлення контактів з потенційним партнером** є використання технічних засобів (телефон, Інтернет, факс), листування, особисті зустрічі;

**Виконання договору** потребує забезпечення доставки та розрахунків з такими етапами: підготовка товару до відвантаження (упаковка, маркування та інше), транспортування і доставка до пункту призначення, страхування вантажу, виконання митних формальностей, виставлення рахунку.

## **2 Окремі операції в сфері ЗЕД**

Особливої уваги в сфері ЗЕД заслуговують зустрічна торгівля, посередницькі договори, лізингові контракти, міжнародні перевезення, зовнішньоторгові операції без перетину митного кордону. Більшість із них досліджуються в окремих темах, тому зараз зупинимось лише на зовнішньоторгових операціях без перетину митного кордону.

Законодавство України не містить жодних обмежень щодо здійснення зовнішньоторгових операцій без фактичного ввезення або вивезення товарів на митну територію країни. Такі операції не підлягають митному оформленню, але поставки товарів та валютні розрахунки за такими угодами мають здійснюватись у терміни, передбачені чинним законодавством. Так, якщо імпорт продукції здійснюється без її ввезення на митну територію країни, то резидент має додатково надати контракт, який передбачає продаж цієї продукції нерезиденту та зарахування виручки від її продажу на рахунок резидента в банках, або документи, що підтверджують необхідність використання цієї продукції за межами України, якщо резидент виготовляє продукцію, виконує роботи або надає послуги за межами України. У такому разі контроль здійснюється за новим експортним контрактом.

Здійснення контролю експортної операції, відповідно до якої продукція, придбана резидентом за імпортомним договором без її ввезення на митну територію України, перепродається нерезиденту, покладається на банк, через який здійснювалась оплата цього договору. Відлік 90-денного терміну

розрахунків за таким договором банк починає з наступного календарного дня після дня виконання нерезидентом усіх своїх зобов'язань.

Для здійснення покупки іноземної валюти з метою здійснення розрахунків з нерезидентами при імпорті товарів або послуг, який здійснюється без їх ввезення на митну територію України, резидент має надати до уповноваженого банку наступні документи:

- заяву на придбання іноземної валюти;
- договір із нерезидентом;
- договір, який передбачає продаж продукції нерезиденту за межами України та зарахування виручки від реалізації цієї продукції на рахунки резидента в уповноважених банках, або документів, які підтверджують необхідність використання цієї продукції для власних потреб за межами України;
- документи, передбачені для документарної або вексельної форми розрахунків, якщо останні передбачені договором;
- погодження Національного банку України.

Операції, пов'язані з придбанням та подальшим перепродажем товарів за кордоном, не підлягають обкладанню ПДВ.

## **ТЕМА 8 ПОСЕРЕДНИЦЬКІ ОПЕРАЦІЇ НА ЗОВНІШНІХ РИНКАХ**

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

### **1 Сутність і класифікація посередницьких операцій у ЗЕД**

Під торгово-посередницькими операціями розуміються операції, які пов'язані з купівлею-продажем товарів, що виконуються за дорученням виробників або споживачів товарів незалежним від них торговим посередником.

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

інших заходів щодо просування товарів на закордонні ринки, здійснення технічного обслуговування і проведення інших операцій.

Метою діяльності торговельних посередників є отримання прибутку. В міжнародній торгівлі застосовують кілька основних способів визначення розміру винагороди:

- посередник отримує різницю між ціною експортера і ціною імпортера;
- посередник отримує узгоджений відсоток від ціни експортера;
- посередник отримує суму, що складається з відсотків від ціни експортера і різниці в цінах експортера та імпортера;
- посередник отримує суму, що покриває понесені ним витрати, плюс обумовлений відсоток від суми витрат (така схема визначення розміру винагороди має назву *cost plus* – «витрати плюс»).

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

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

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

- посередники, що не мають права підписувати угоди з третіми особами (агенти-представники, брокери, маклери):
- посередники, що підписують угоди з третіми особами від свого імені, але за рахунок довірителя (комісіонери, консигнатори):
- посередники, що підписують угоди з третіми особами від імені і за рахунок довірителя (агенти повірені);
- посередники, що підписують угоди з третіми особами від свого імені і за свій рахунок (дистриб'ютори, дилери).

За місцем на ринку посередників поділяють на простих агентів, агентів із правом «першої руки» і монопольних (ексклюзивних) агентів.



## **2 Основні суб'єкти міжнародного торгового посередництва**

### ***Характеристика посередників за обсягом повноважень***

#### ***2.1 Агенти-представники, брокери, маклери***

Торговельні агенти-представники представляють інтереси експортера на ринку. Вони здійснюють маркетингові дослідження, збирають та аналізують інформацію щодо різного роду законодавчих і технічних вимог, організують рекламні та PR-кампанії, допомагають у переговорах та укладанні контрактів тощо. Ці посередники одержують комісійну винагороду у розмірі, як правило, 2-5% від обсягів продаж або заздалегідь обумовлену суму.

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

Приклад брокерів, що працюють по товарах, – це брокери в Англії з торгівлі лісом. Майже всі операції з лісотоварів в Англії здійснюються через брокерів. Брокери, що працюють по операціях, – це біржові брокери. Роботу брокера можна схематично описати так:

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

За своє посередництво брокер одержує винагороду, як правило, від тієї сторони, яка звертається до нього першою. Якщо звертання разове, то немає необхідності підписувати з ним угоду. Якщо відносини носять довгостроковий характер, то вони оформлюються договором. Брокери торгують зазвичай великими партіями значної вартості, тому ставки за їхні послуги у цих випадках не дуже високі. Великі брокерські компанії співпрацюють з банками в кредитуванні покупця, іноді самі виступають кредиторами, а також можуть приймати на себе гарантію за покупця, що, відповідно, підвищує розмір винагороди.

#### ***2.2 Угоди комісії та угоди консигнації***

Комісіонери за дорученням експортера здійснюють торговельні операції за його рахунок, але від свого імені. Тобто угода купівлі-продажу укладається

між імпортером та комісіонером. Оскільки посередник-комісіонер сам не купує товар у експортера, а тільки реалізує його імпортеріві – існує ризик несплати. Посередник може гарантувати експортеру оплату проданого товару, і така гарантія має назву делькредере (нім. Delkredere — поручительство, італ. del credere — на віру). Винагорода за делькредере не входить в комісійну винагороду і може бути встановлена договором комісії як окрема винагорода комісіонера.

Зворотна комісійна операція, коли імпортер доручає комісіонеру придбати певні товари на зарубіжному ринку, має назву індент (indent).

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

Договір консигнації має ряд особливостей:

- він визначає суму товарів, які одночасно зберігаються на консигнаційному складі і поповнюються по мірі реалізації товару;
- він визначає термін консигнації, протягом якого ця сума повинна бути реалізована (наприклад, товари на суму 50 тисяч доларів, термін консигнації 2 роки);
- він ставить за обов'язок консигнаторові застрахувати товари, що зберігаються на складі на користь консигнанта, оскільки вони до реалізації є власністю консигнанта;
- він визначає, що платежі виробляються по календарних періодах по відкритому рахунку з наданням консигнатором банківської гарантії чи тратт на суму консигнації, тому що, по суті, консигнанти кредитують консигнаторів на середній термін реалізації товару;
- у ньому уточнюється який саме спосіб консигнації обирають сторони безповоротну, частково поворотну чи поворотну.

Договір консигнації дає можливість консигнаторові активно впливати на рівень цін на ринку, підвищуючи їх у період підвищення попиту і знижуючи в період поганої реалізації. Винагорода консигнанта, як правило, складає різницю

між цінами, вказаними консигнантом, і цінами реалізації споживачу.

### *2.3 Агенти повірені*

Суть агентської повіреної операції полягає в наступному: одна сторона, іменована принципалом, доручає іншій стороні, іменованій агентом, виконати дії, пов'язані з продажем (найчастіше) чи покупкою товарів, а також з пошуком замовників або виконавців певних послуг на визначеній території в узгоджений період за рахунок і від імені принципала. Відносини між принципалом і агентом регулюються агентською угодою, що по своїй суті є договором доручення.

Агентська угода, як правило, визначає наступні обов'язки агента-повірника:

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

Винагорода агента фіксується в агентській угоді у вигляді відсотка від вартості товарів, які продані по укладеній їм угоді. Крім того, в агентській угоді може бути записана умова, що принципал окремо відшкодує деяку частину витрат повірника (наприклад, за рекламні заходи, презентації).

### *2.4 Дистриб'ютори*

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

Дистриб'юторські агентські угоди для принципала вигідні тому, що дають можливість виходу на нові ринки і забезпечують рекламу його товару на цих ринках протягом декількох років, оскільки укладаються з фірмами, що мають власну збутову мережу чи кошти на її створення; супроводжуються договорами закупівлі-продажу на постачання товарів, а отже, гарантують, на

відміну від договорів консигнації, одержання платежу за товар відразу після постачання товару (якщо тільки товари не постачається в кредит); виключають ризики збитків від втрати чи ушкодження товарів на території чужої країни, тому що, отримуючи товар, дистриб'ютор стає його власником.

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

### *Характеристика посередників за місцем на ринку*

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

Різновидом простого агентства є *агентство з правом «першої руки»*. Відповідно до договору про агентство з правом «першої руки» принципал зобов'язаний спочатку запропонувати товар агенту і лише після його відмови може продавати товар на цьому ринку самостійно або через інших посередників без виплати винагороди агенту. Мотивом для відмови можуть бути технічні характеристики, терміни поставки, ціна та інші умови, які, на думку агента, не будуть сприяти руху товару на ринку. Всі ці мотиви перераховуються в агентській угоді. Відмова повинна бути представлена принципалу письмово.

Угода про надання агенту *монопольного (ексклюзивного) права* означає, що тільки він може продавати товари принципала певної номенклатури на обумовленій території протягом встановленого часу і одержувати за це винагороду; принципал позбавляється права і можливості виходити на цей ринок із товарами визначеної в угоді номенклатури самостійно або через інших агентів. Якщо принципал продає на обумовленій території сам або через інших агентів, він усе одно зобов'язаний виплатити монопольному агенту встановлену

в угоді винагороду. Тому, підписуючи подібну угоду, принципал повинен чітко обумовлювати, в яких випадках він може самостійно збувати товар на ринку монопольного агента (наприклад, у випадках продажу товарів безпосередньо урядовим органам або поставок запчастин до вже проданого раніше устаткування).

## ТЕМА 9 ОРЕНДНІ ОПЕРАЦІЇ В ЗЕД

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

### 1 Сутність і особливості міжнародних орендних операцій

**Оренда** – це фінансово-комерційна операція з надання однією стороною (власником майна – орендодавцем) іншій стороні (орендарю) у тимчасове володіння та користування або у виключне користування на встановлений термін майна за певну винагороду (орендну плату) на основі орендної угоди.

Принципова відмінність орендної угоди від договору купівлі-продажу полягає у тому, що оренда зберігає за орендодавцем право власності на здане майно: орендар отримує лише право на тимчасове його володіння та використання.

*Вигоди використання оренди для орендодавця та виробника:*

- виробники товарів отримують додаткову можливість збуту своєї продукції, розширюють коло можливих партнерів;
- виробники товарів прискорюють процес збуту своєї продукції;
- сума орендних платежів перевищує вартість майна, яке здається в оренду;
- легко контролювати та обліковувати фінансові операції завдяки періодичності платежів;
- для орендодавця орендна угода менш ризикована з точки зору платоспроможності орендаря, ніж договір купівлі-продажу для продавця: орендодавець у разі погіршення фінансового стану орендаря може заявити про намір розірвати угоду і за рішенням арбітражу повернути у своє володіння предмет оренди, а потім здати його іншому орендарю.

*Вигоди використання оренди для орендаря:*

- збільшуються можливості самофінансування; орендар може розпочати підприємницьку діяльність з меншим капіталом, оскільки орендна угода може передбачати виплату орендних платежів у міру реалізації продукції, виробленої за допомогою орендованого майна, та отримання прибутку;

- знижуються масштаби мобілізації фінансових коштів для швидкої модернізації виробничої бази (орендованого обладнання), наприклад, на базі використання форм «збутового лізингу», який передбачає періодичну модернізацію або заміну обладнання;

- оренда об'єкта, яка передує його придбанню, дозволяє оцінити об'єкт у процесі експлуатації та вирішити питання про його купівлю;

- не обмежуються можливості для одержання інших кредитів з інших джерел;

- зберігаються кошти орендаря для інших цілей;

- споживачі не завжди прагнуть придбати майно назавжди, через те що, по-перше, це майно після завершення певної роботи вже їм буде не потрібне, і тому вигідно взяти його на строк в оренду за частину ціни (у разі купівлі його довелось би продавати за безцінь), по-друге, це майно може швидко морально старіти, і тоді споживачі можуть відмовитись від старої моделі після закінчення строку оренди та укласти угоду на нову модель.

Орендодавці здають своє майно в оренду за вищу ціну, ніж та, за якою вони купили або виготовили його. Ця різниця є доходом орендодавців, причому його розмір регулюється ступенем конкуренції орендодавців на ринку. Споживачі беруть майно в оренду, а не купують його у кредит, оскільки вони знають, що продавці товарів у кредит закладають у ціну свій прибуток та збільшують її на ризик можливої неплатоспроможності покупця.

У світовій практиці залежно від тривалості розрізняють три види оренди.

*Рейтинг* (renting) – короткострокова оренда – на строк від декількох годин до одного року без передачі права власності на майно орендарю; об'єктами рейтингу можуть бути спортінвентар, комп'ютери, теле-, аудіо -, відеотехніка, автомобілі, туристичне майно, комбайни та інші товари короткострокового користування.

*Хайринг* (hiring) – середньострокова оренда, яка передбачає укладання орендної угоди строком від одного до 2-3 років без передачі права власності на майно орендарю; об'єктами хайрингу є комп'ютери, світлокопіювальна техніка, теле-, аудіо-, відеотехніка, засоби зв'язку, шляхобудівельні машини, транспортні засоби, монтажне обладнання, сільськогосподарська техніка; договори на оренду транспортних засобів можуть бути з екіпажем та водієм (тайм-чартер) або без екіпажу та без водія (бербоут-чартер).

*Лізинг* (leasing) – довгострокова оренда, яка передбачає здачу майна в оренду на 3-5 років і більше; об'єктами лізингу можуть бути конторське, будівельно-монтажне, технологічне, медичне та інше обладнання, авіаційні двигуни, контейнери, далекорейсові автопоїзди, літаки, судна, споруди, будівлі, цехи, підприємства, склади, причали, земля, нафтові та газові свердловини,

зокрема бурові платформи, вишки та інше дороговартісне обладнання тривалого користування.

## **2 Лізинг у міжнародній господарській практиці**

Лізинг, який, по суті, є чимось середнім між орендою та кредитом, – найбільш поширений у міжнародній комерційній практиці вид оренди. **Лізинг** – це специфічна форма фінансування капітальних вкладень, при якій лізингова компанія купує для свого клієнта право власності на майно і передає йому в оренду на тривалий строк. Отже, лізингова компанія кредитує орендаря шляхом надання йому права користування об'єктом.

*Економічні мотиви застосування лізингу порівняно із закупівлею у кредит:*

- лізингоотримувач швидко оновлює виробництво, використовуючи сучасне дороговартісне обладнання, отримує прибуток від його роботи, запобігаючи мобілізації коштів на придбання обладнання на умовах кредиту;

- лізингодавець передає обладнання лізингоотримувачу у тимчасове використання, залишаючись його власником і у несприятливому випадку завжди може його продати, у той час як гроші від неплатоспроможного позикова отримати набагато складніше;

- сторони мають більш гнучку форму оплати, ніж виплата боргів та процентів по кредиту, тому що ставки лізингових платежів можуть бути як фіксованими, так і гнучко змінюваними за взаємною згодою;

- лізингоотримувач не платить податок на майно, тому що обладнання не числиться на його балансі;

- лізингодавець має право використати прискорену норму амортизації та врахувати це у сумі орендних платежів, які надходять;

- лізингоотримувач відносить лізингові платежі на собівартість, знижуючи відповідно прибуток, який оподатковується;

- постачальник обладнання отримує додаткову можливість експорту своєї продукції та освоєння нового ринку.

До міжнародного фінансового лізингу належать ті операції, в яких орендодавець та орендар є резидентами різних країн.

Сучасні види міжнародного лізингу класифікуються за різними ознаками таким чином:

### *1. Залежно від каналу отримання об'єкта лізингу:*

- прямий закордонний лізинг, тобто лізингові угоди між юридичними особами різних країн;

- непрямий закордонний лізинг, в якому орендар та орендодавець є юридичними особами однієї країни, але капітал орендодавця частково належить іноземним фірмам.

*2. Залежно від ролі орендодавця (лізингової компанії) в угоді:*

- експортний лізинг – це лізингові угоди, при яких лізингова компанія купує обладнання у національної фірми і потім надає його закордонному орендарю; у цьому разі постачальник-виробник та лізингова компанія є резидентами однієї країни, а орендар — іншої;

- імпорتنний лізинг – це лізингові угоди, при яких іноземна лізингова компанія купує обладнання за кордоном і потім надає його вітчизняному орендарю; у цьому разі орендар та лізингова компанія є резидентами однієї країни, а постачальник-виробник — іншої;

- транзитний лізинг – це лізингова угода, при якій лізингова компанія, яка є резидентом однієї країни, купує обладнання у постачальника - резидента другої країни та надає його в оренду орендарю - резиденту третьої країни.

*4. Залежно від методу здійснення лізингу або залежно від економічного значення розрізняють фінансовий лізинг (передбачає виплату орендарем протягом періоду дії угоди суми, що покриває повну вартість амортизації майна або більшу її частину, а також прибуток орендодавця) та виробничий або операційний лізинг(укладається на строк, менший за амортизаційний період майна).*

Різновидом фінансового лізингу є зворотний лізинг (ліз-бек), який передбачає продаж власником, наприклад, промисловим підприємством, частини власного майна лізинговій компанії з одночасним укладанням фінансової лізингової угоди. Жодного фізичного переміщення майна у такому випадку не відбувається. В результаті угода є взаємовигідною, оскільки лізингова компанія отримує лізингові платежі, лізингоотримувач може відносити ці платежі на собівартість, а виручкою від продажу обладнання поповнити основний та оборотний капітал. Рентабельність угод зворотного лізингу пов'язана із розміром перевищення доходу від нових капітальних вкладень над вартістю та лізингових платежів.



## **ТЕМА 10 ОРГАНІЗАЦІЯ ТА ТЕХНІКА ПІДГОТОВКИ, УКЛАДАННЯ І ВИКОНАННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНИХ КОНТРАКТІВ**

1. Особливості вибору міжнародного ринку і контрагента угоди.
2. Особливості здійснення ділових переговорів у ЗЕД.

### **1 Особливості вибору міжнародного ринку і контрагента угоди**

У міжнародній практиці з урахуванням загальноприйнятих методик оцінки потенційних партнерів виділяють характеристики, які важливо враховувати при виборі зарубіжного партнера:

- Ступінь солідності потенційного партнера. Під ступенем солідності підприємства розуміють кількісні показники діяльності, масштаб операцій, ступінь платоспроможності тощо. Для оцінки солідності підприємства можна використати й інші показники, такі як кількість зайнятих (в т.ч. в НДДКР), частка продукції, що цікавить, в загальному обсязі виробництва підприємства й галузі тощо.

- Ділова репутація підприємства, яка визначається тим, наскільки воно добросовісно виконує свої зобов'язання, який у нього досвід у конкретній сфері бізнесу, вміння вести переговори на належному рівні.

- Досвід попередніх угод. За наявності рівних умов у потенційних партнерів перевага надається тому, хто добре зарекомендував себе при виконанні попередніх угод.

- Позиції підприємства на зовнішньому ринку: чи є воно посередником, чи безпосереднім виробником (споживачем) продукції. Якщо підприємство є посередником, то слід серйозно підійти до вибору. Насамперед необхідно звернути увагу на його фінансове становище і, крім того, отримати інформацію про платоспроможність, з'ясувати характер товару, що продається, обсяг реалізації, наявність власної мережі збуту. Важливо звернути увагу і на особисті якості посередника.

Найбільш важливими факторами, якими необхідно керуватися при виборі контрагента, є репутація підприємства і його продукції, надійне фінансове становище і платоспроможність, достатній виробничий і науково-технічний потенціал.

Для докладного вивчення потенційних підприємств-партнерів потрібна відповідна інформація. На іноземних ринках є низка джерел інформації про підприємства, серед яких найбільш цікавими є наступні: довідники про підприємства; публікації підприємств (річні звіти, каталоги, ювілейні та рекламні видання, проспекти); матеріали спеціалізованих інформаційних компаній; матеріали періодичної преси; довідники банків; статистичні публікації окремих країн і спеціалізованих органів ООН з економіки та окремих

галузей.

Інформація про підприємство, одержана з різних джерел, добирається й систематизується в досьє на підприємство. Питання, за якими підбирається матеріал для досьє, можна поділити на дві групи:

- пов'язані із загальною характеристикою підприємства, враховуючи вид діяльності, номенклатуру виробництва і торгівлі, роль підприємства на ринку цього товару;

- спеціальні питання, пов'язані безпосередньо з підписанням контрактів. До них відносять питання, що характеризують фінансове становище підприємства; завантаження замовленнями; зацікавленість в одержанні замовлень від іноземних партнерів; взаємодія з іншими підприємствами і державними органами; ділова характеристика представників підприємства.

Найбільш цінною інформацією для досьє вважаються відомості, одержані від особистого знайомства з підприємством. Ці відомості доповнюються інформацією з довідників.

## **2 Особливості здійснення ділових переговорів у ЗЕД**

Основними *способами встановлення контактів з потенційним партнером* є наступні:

- використання технічних засобів (телефон, Інтернет, факс).
- листування;
- особисті зустрічі;

*Технічні засоби* для ведення переговорів застосовуються рідко, зокрема, у наступних випадках: країни контрагентів розташовані далеко одна від одної; підприємства добре знають одне одного і підтримують довгострокові контакти; необхідно повторити замовлення за раніше укладеним контрактом.

Переговори шляхом *листування*. Письмову заяву продавця про бажання укласти договір купівлі-продажу прийнято називати офертою, а особу — оферентом. Зазвичай у міжнародній торговій практиці розрізняють два види оферт — тверду та вільну.

Тверда оферта робиться продавцем на певну партію товару лише одному можливому покупцеві із зазначенням терміну, протягом якого продавець пов'язаний своєю пропозицією. Це означає, що при беззастережному прийнятті усіх умов оферти (акцептуванні) покупцем експортер зобов'язаний поставити товар на запропонованих ним умовах, інакше оферент несе відповідальність за можливі збитки покупця. Строк дії оферти обумовлюється в самій оферті (наприклад, ця пропозиція дійсна протягом трьох тижнів від дня відправлення). Неотримання відповіді протягом зазначеного терміну розглядається як відмова покупця від угоди. Незгода покупця хоча б із однією умовою рівносильна його

відмові. Якщо продавець при цьому зацікавлений в укладенні угоди, то він продовжує переговори. У такому разі нова пропозиція називається контрофертою. Зазвичай тверда оферта розсилається покупцям дорогого обладнання, а також на підрядні роботи.

Вільна оферта — це пропозиція без зобов'язань, які пов'язують продавця. Вона робиться на ту саму партію товарів кільком покупцям. Згода покупця з умовами оферти не означає укладення договору, оскільки оферент може сказати, що ствердна відповідь покупця прийшла надто пізно. Таким чином, згода покупця з умовами оферти додатково мусить акцептуватися продавцем. Про те, що оферта вільна, має бути зроблена відповідна помітка. Як правило, вільна оферта розсилається покупцям товарів масового попиту.

Якщо ініціатива придбання товару належить покупцеві, тоді він розсилає замовлення, що має силу твердої оферти, чи запит, аналогічний вільній оферті. Але на відміну від оферти, у якій детально викладені всі умови угоди, у пропозиціях покупця не вказується ціна, за якою він хоче купити товар, а також усіяко «камуфлюються» строки поставки. Це робиться для того, щоб у продавця не виникло переконання про надто великий інтерес покупця до підписання угоди.

Договір вважається укладеним, якщо дві сторони — експортер та імпортер дійшли згоди в торговій угоді за всіма її істотними умовами. Місцем укладання договору за законодавством більшості країн вважається місце одержання акцепту, але в країнах "загального права" діє так звана "теорія поштової скриньки", згідно з якою місцем укладання договору вважається та країна, з якої відправлено акцепт.

*Переговори шляхом особистих зустрічей.* На міжнародному ринку склалися певні правила, звичаї та традиції проведення комерційних переговорів. Більшість контрактів укладаються завдяки особистим зустрічам, тому практика такого ведення переговорів заслуговує особливої уваги. Комерційні переговори проводяться зазвичай торговими агентами (менеджерами з продажу), які повинні бути підготовлені в п'ятьох аспектах знань і досвіду: інформація про продукцію, послугу або процес, щодо збуту і техніки продажу, знання про ринок, щодо сфери застосування продукції, у сфері управління.

Зазвичай переговори проходять на території менш зацікавленого партнера. Маркетинговий підрозділ підприємства складає план проведення переговорів, в якому бажано передбачити таке:

- дата, місце, час, регламент переговорів;
- склад учасників;
- обговорення тих питань, щодо яких згода може бути досягнута без

ускладнень (це сприяє створенню конструктивної обстановки);

- альтернативи на випадок контрпропозицій партнера (щодо цін, строків поставки, умов сплати і т. д.) – по можливості у портфелі учасників має бути три варіанти: оптимальний; менш оптимальний, але прийнятний; прийнятний, але малоцікавий;

- визначення осіб, які зустрічають, проводжають учасників переговорів, виконують протокольні функції;

- визначення осіб, які готують довідково-інформаційний матеріал;

- культурна програма – при її складанні треба бути уважним до інтересів гостей.

Існують типові плани або схеми для різних видів ділових переговорів, які можуть бути використані при спілкуванні з представником будь-якого рівня компанії-клієнта. Змінюється лише інформація з урахуванням конкретних інтересів.

Схеми або плани продажу мають бути гнучкими, залежно від обставин стадії можуть бути скорочені або навіть пропущені. Більше того, якщо цілі переговорів досягнуті, то вони можуть закінчитися до того, як будуть пройдені всі стадії.

## **ТЕМА 11 СТРУКТУРА І ЗМІСТ МІЖНАРОДНИХ КОНТРАКТІВ КУПІВЛІ-ПРОДАЖУ**

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

### **1 Сутність і міжнародні правила укладання торгових контрактів**

При укладанні договорів купівлі/продажу товарів (надання послуг, виконання робіт) та товарообмінних договорів між українськими суб'єктами підприємницької діяльності та іноземними суб'єктами підприємницької діяльності незалежно від форм власності та видів діяльності застосовується Положення «Про форму зовнішньоекономічних договорів (контрактів)». Відповідно до цього положення, **зовнішньоекономічний договір (контракт)** – це матеріально оформлена угода двох або більше суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності та їх іноземних контрагентів, та спрямована на встановлення, зміну або припинення їх взаємних прав та обов'язків у зовнішньоекономічній діяльності.

Суб'єкти, які є сторонами зовнішньоекономічного договору (контракту), мають бути здатними до укладання договору (контракту) відповідно до законів України та/або закону місця укладання договору (контракту).

Зовнішньоекономічний договір (контракт) складається відповідно до законів України з урахуванням міжнародних договорів України. Суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності при складанні тексту зовнішньоекономічного договору (контракту) мають право використовувати відомі міжнародні звичаї, рекомендації, правила міжнародних органів та організацій, якщо це не заборонено прямо та у виключній формі законами України.

Практика міжнародної торгівлі характеризується значним ступенем правової уніфікації, метою якої є скорочення юридичних перешкод у міжнародній торгівлі шляхом розробки і застосування міжнародно-правових документів, прийнятих на міждержавному рівні. Це стосується насамперед міжнародних договорів купівлі-продажу товарів.

Уніфікацією та гармонізацією міжнародного торгового права займаються такі міжнародні економічні організації як ЮНСІТРАЛ, УНІДРУА, ЮНКТАД, ЄЕК ООН.

Комісією ООН з права міжнародної торгівлі (ЮНСІТРАЛ) розроблена *Конвенція ООН про договори міжнародної купівлі-продажу товарів*, з метою уніфікувати умови міжнародних торговельних угод, що укладаються, і усунути істотні розбіжності в національних законодавствах. Ця Конвенція прийнята в 1980 році на Конференції ООН з договорів міжнародної купівлі-продажу товарів, що проходила у Відні, і тому названа Віденською. У Конференції брали участь 48 країн. З 1 січня 1988 року Конвенція набрала чинності. Конвенція надає учасникам широкі можливості для формулювання умов угоди відповідно до їх інтересів і з урахуванням особливостей її змісту. У ній містяться уніфіковані правила, що регулюють міжнародну купівлю-продаж товарів, що стосуються більшості країн з різними економічними і правовими системами і спрямовані на усунення правових бар'єрів у міжнародній торгівлі.

Важливу роль в уніфікації порядку укладання і виконання договору міжнародної купівлі-продажу відіграє *Конвенція про право, яке застосовується до договорів міжнародної купівлі-продажу*, (Гагська конвенція). Вона була розроблена УНІДРУА і в 1985 році представлена і відкрита для підписання на надзвичайній сесії Гагської конференції з міжнародного приватного права (ГКМПП). У роботі сесії брали участь практично всі економічно розвинуті країни і 30 країн, що розвиваються. Метою розробки нової Гагської конвенції (перша редакція прийнята в 1955 році) була розробка положень, що доповнюють Віденську конвенцію, а також Положення про уніфікацію колізійних правил, які визначають право, застосовне до питань, що не врегульовані однаковими міжнародно-правовими правилами. Конвенція носить універсальний характер, тобто може застосовуватися в державах-учасниках і в

тих випадках, коли одна чи навіть обидві сторони в договорі міжнародної купівлі-продажу належать до держав-неучасників.

## **2 Основні статті типового договору міжнародної купівлі-продажу**

До умов, які повинні бути передбачені в договорі (контракті), якщо сторони такого договору (контракту) не погодилися про інше щодо викладення умов договору і така домовленість не позбавляє договір предмета, об'єкта, мети та інших істотних умов, без погодження яких сторонами договір може вважатися таким, що неукладений, або його може бути визнано недійсним внаслідок недодержання форми згідно з чинним законодавством України, відносяться:

*1. Назва, номер договору (контракту), дата та місце його укладення.*

*2. Преамбула.*

У преамбулі зазначається повне найменування сторін – учасників зовнішньоекономічної операції, під якими вони офіційно зареєстровані, із зазначенням країни, скорочене визначення сторін як контрагентів («Продавець», «Покупець», «Замовник», «Постачальник» тощо), особа, від імені якої укладається зовнішньоекономічний договір (контракт), та найменування документів, якими керуються контрагенти при укладенні договору (контракту) (установчі документи тощо).

*3. Предмет договору (контракту)*

У цьому розділі визначається, який товар (роботи, послуги) один з контрагентів зобов'язаний поставити (здійснити) іншому із зазначенням точного найменування, марки, сорту або кінцевого результату роботи, що виконується.

У разі бартерного (товарообмінного) договору (контракту) або контракту на переробку товару визначається також точне найменування (марка, сорт) зустрічних поставок (або назва товару, що є кінцевою метою переробки товару).

Якщо товар (робота, послуга) потребує більш детальної характеристики або номенклатура товарів (робіт, послуг) досить велика, то все це зазначається у додатку (специфікації), який має бути невід'ємною частиною договору (контракту), про що робиться відповідна відмітка в тексті договору (контракту).

Для бартерного (товарообмінного) договору (контракту) згаданий додаток (специфікація), крім того балансується іще за загальною вартістю експорту та імпорту товарів (робіт, послуг).

У додатку до договору (контракту) про переробку товару зазначається відповідна технологічна схема такої переробки.

Технологічна схема переробки товару повинна відображати:

- усі основні етапи переробки сировини та процес перетворення

сировини в готову продукцію;

- кількісні показники сировини на кожному етапі переробки з обґрунтуванням технологічних втрат сировини;

- втрати виконавця переробки на кожному етапі переробки.

#### *4. Кількість та якість товару (обсяги виконання робіт, надання послуг).*

У цьому розділі визначається, залежно від номенклатури, одиниця виміру товару, прийнята для товарів такого виду (у тоннах, кілограмах, штуках тощо), його загальна кількість та якісні характеристики.

У тексті договору (контракту) про виконання робіт (надання послуг) визначаються конкретні обсяги робіт (послуг) та термін їх виконання.

#### *5. Базисні умови поставки товарів (приймання-здавання виконаних робіт або послуг)*

У цьому розділі зазначається вид транспорту та базисні умови поставки (відповідно до правил «Інкотермс», які визначають обов'язки контрагентів щодо поставки товару і встановлюють момент переходу ризиків від однієї сторони до іншої, а також конкретний строк поставки товару (окремих партій товару).

У випадку укладення договору (контракту) про виконання робіт (надання послуг) у цьому розділі визначаються умови та строки виконаних робіт (послуг).

#### *6. Ціна та загальна вартість договору (контракту)*

У цьому розділі визначається ціна одиниці виміру товару та загальна вартість товарів або вартість виконаних робіт (наданих послуг), що поставляються згідно з договором (контрактом), крім випадків, коли ціна товару розраховується за формулою, та валюта контракту. Якщо згідно з договором (контрактом) поставляються товари різної якості та асортименту, ціна встановлюється окремо за одиницю товару кожного сорту, марки, а окремим пунктом договору (контракту) зазначається його загальна вартість. У цьому разі цінові показники можуть бути зазначені в додатках (специфікаціях), на які робиться посилання в тексті договору (контракту).

При розрахунках ціни договору (контракту) за формулою зазначається орієнтовна вартість договору (контракту) на дату його укладення.

У договорі (контракті) про переробку товару крім того зазначається її застава вартість, ціна та загальна вартість готової продукції, загальна вартість переробки.

У бартерному (товарообмінному) договорі (контракті) зазначається загальна вартість товарів (робіт, послуг), що експортуються, та загальна вартість товарів (робіт, послуг), що імпортуються за цим договором (контрактом), з обов'язковим вираженням в іноземній валюті, віднесеній

Національним банком України до першої групи Класифікатора іноземних валют.

#### *7. Умови платежів*

Цей розділ визначає валюту платежу, спосіб, порядок та строки фінансових розрахунків та гарантії виконання сторонами взаємних платіжних зобов'язань. Залежно від обраних сторонами умов платежу в тексті договору (контракту) зазначаються:

- умови банківського переказу до (авансового платежу) та/або після відвантаження товару або умови документарного акредитива, або інкасо (з гарантією), визначені відповідно до постанови Кабінету Міністрів України і Національного банку України «Про типові платіжні умови зовнішньоекономічних договорів (контрактів) і типові форми захисних застережень до зовнішньоекономічних договорів (контрактів), які передбачають розрахунки в іноземній валюті»;

- умови за гарантією, якщо вона є або коли вона необхідна (вид гарантії: на вимогу, умовна), умови та термін дії гарантії, можливість зміни умов договору (контракту) без зміни гарантій.

#### *8. Умови приймання-здавання товару (робіт, послуг)*

У цьому розділі визначаються строки та місце фактичної передачі товару, перелік товаросупровідних документів.

Приймання-здавання проводиться за кількістю згідно з товаросупровідними документами, за якістю – згідно з документами, що засвідчують якість товару.

#### *9. Упаковка та маркування*

Цей розділ містить відомості про упаковку товару (ящики, мішки, контейнери тощо), нанесене на неї відповідне маркування (найменування продавця та покупця, номер договору (контракту), місце призначення, габарити, спеціальні умови складування і транспортування та інше), а за необхідності також умови її повернення.

#### *10. Форс-мажорні обставини*

Цей розділ містить відомості про те, за яких випадків умови договору (контракту) можуть бути не виконані сторонами (стихійні лиха, воєнні дії, ембарго, втручання з боку влади та інше). При цьому сторони звільняються від виконання зобов'язань на строк дії цих обставин, або можуть відмовитися від виконання договору (контракту) частково або в цілому без додаткової фінансової відповідальності. Строк дії форс-мажорних обставин підтверджується торгово-промисловою палатою відповідної країни.

#### *11. Санкції та рекламації*

Цей розділ встановлює порядок застосування штрафних санкцій,



відшкодування збитків та пред'явлення рекамацій у зв'язку з невиконанням або неналежним виконанням одним із контрагентів своїх зобов'язань.

При цьому мають бути чітко визначені розміри штрафних санкцій (у відсотках від вартості недопоставленого товару (робіт, послуг) або суми неоплачених коштів, строки виплати штрафів – від якого терміну вони встановлюються та протягом якого часу діють, або їх граничний розмір), строки, протягом яких рекамації можуть бути заявлені, права та обов'язки сторін договору (контракту) при цьому, способи врегулювання рекамацій.

### *12. Урегулювання спорів у судовому порядку*

У цьому розділі визначаються умови та порядок вирішення спорів у судовому порядку щодо тлумачення, невиконання та/або неналежного виконання договору (контракту) з визначенням назви суду або чітких критеріїв визначення суду будь-якою зі сторін залежно від предмета та характеру спору, а також погоджений сторонами вибір матеріального і процесуального права, яке буде застосовуватися цим судом, та правил процедури судового урегулювання.

*13. Місцезнаходження (місце проживання), поштові та платіжні реквізити сторін.*

При цьому зазначаються місцезнаходження (місце проживання), повні поштові та платіжні реквізити (N рахунку, назва та місцезнаходження банку) контрагентів договору (контракту).

## **ТЕМА 12 ЦІНА ТОВАРУ, ВАЛЮТНІ ТА ФІНАНСОВІ УМОВИ КОНТРАКТІВ, УМОВИ ПЛАТЕЖУ, ФОРМИ РОЗРАХУНКІВ**

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

### **1 Особливості сучасної зовнішньоторговельної цінової стратегії фірми**

Стратегія ціноутворення має сприяти досягненню певних цілей підприємства, які поділяються на три групи:

- фінансові, що ґрунтуються на прибутку (досягнення максимального прибутку, отримання задовільного або визначеного прибутку, швидке отримання готівки тощо);
- збутові, що ґрунтуються на цілях інтенсифікації чи екстенсифікації збуту (зростання реалізації, максимізація частки ринку, ефективна реалізація нового товару тощо);

- ситуаційні, що ґрунтуються на цілях збереження чи створення для підприємства більш прийнятних умов діяльності (запобігання небажаних дій уряду країни, що приймає; мінімізація наслідків діяльності конкурентів; стимулювання зацікавленості учасників каналів розподілення; стабілізація цін; запобігання виникненню «цінової війни» тощо).

Цінова політика виробників і експортерів товару, що залежить від цілей підприємства, слугує обґрунтуванням вибору ціни. Цілями підприємства, можуть бути: встановлення разової ціни при виході на ринок із новою продукцією (разовий договір на постачання); зміна ціни через зміну попиту; зміна ціни під тиском конкурентів; визначення оптимальних співвідношень цін між продуктами. Підприємство може одночасно мати кілька цілей, або чітко поділяти цілі на короткострокові та довгострокові.

Розрізняють **кілька видів цінових стратегій**:

*Стратегія відшкодування повних витрат.* Застосовується великими підприємствами чи підприємствами, що випускають унікальну продукцію або мають монопольне становище на ринку. Вони можуть встановлювати ціни на максимально високому рівні, що включає витрати виробництва та максимальний прибуток. Такі підприємства виконують роль цінових лідерів, а всі останні проводять політику слідування за лідером.

*Стратегія «зняття вершків».* Застосовується до захищених патентом нових товарів і полягає в послідовному охопленні різних доходних сегментів ринку. Застосовуючи цю стратегію, підприємство одержує можливість зняти «фінансові вершки». До того ж, висока ціна підтримує імідж товару високої якості, на який існує підвищений попит, і змінюється залежно від ступеня новизни товару, від стадії його життєвого циклу. В міру насичення ринку та старіння товару ціни падають.

*Стратегія прориву або проникнення на ринок.* ґрунтується на встановленні низьких цін для швидкого проникнення на нові для підприємства ринки. Застосовується щодо нових товарів, які порівняно легко можуть бути відтворені конкурентами і характеризується високою еластичністю попиту. Ця стратегія передбачає встановлення на новинку порівняно низьких цін з надією залучити велике число покупців і завоювати значну частку ринку. При цьому бажано, щоб конкуренти не могли впровадити нижчі ціни. Цією стратегією часто користуються японські підприємства. Вона ефективна за існування досить високого попиту на товар і за наявності товарів-замінників, а також за умови, що низькі ціни не приваблюють конкурентів і не відлякують покупців, оскільки не асоціюються з низькою якістю товару.

*Стратегія пов'язаного ціноутворення.* Її суть полягає у порівняно низькій ціні на основні вироби за одночасного високого рівня цін на супутні (компліментарні) товари, особливо на запасні частини, витратні матеріали.

*Стратегія престижних цін.* Застосовується всесвітньо відомими підприємствами, що мають гарну репутацію, на товари, аналогічні за своїми властивостями товарам інших маловідомих підприємств. У цьому випадку споживач платить за престиж торговельної марки.

*Стратегія цінової диференціації* полягає в тому, що на один і той же товар встановлюється різний рівень ціни для різних груп споживачів (за визначеними критеріями). Ця стратегія є типовим інструментом диференційованого опрацювання ринку. Передумовою для проведення стратегії цінової диференціації є можливість і необхідність, з позицій самого підприємства, сегментувати ринок за продуктовими, споживчими і географічними критеріями.

*Стратегії встановлення цін у рамках товарної номенклатури.* Підхід до вибору стратегії ціноутворення змінюється, якщо товар є частиною товарної номенклатури. У цьому випадку підприємство прагне розробити систему цін, яка забезпечувала б одержання максимального прибутку по номенклатурі в цілому.

*Стратегія цінового вирівнювання* ґрунтується на тісній інтеграції цінової та асортиментної політики підприємства. Це означає, що прибуток від товарів, які успішно реалізуються і входять до асортиментної програми, має обов'язково покривати збитки, що виникають по інших товарах цього асортименту.

*Стратегія трансфертних цін* застосовується міжнародними корпораціями, які мають численні закордонні філії. Основні принципи, що лежать в основі трансфертного ціноутворення, такі: максимізація прибутків для корпорації в цілому; мінімізація податків, що сплачуються корпорацією в цілому; мінімізація митних платежів; удосконалення системи контролю материнською компанією фінансових потоків філій; надання менеджменту всіх рівнів (як національного, так і міжнародного) однакових умов для встановлення і підтримки таких цін, які б забезпечували рентабельність філій і доброзичливе ставлення споживачів.

## **2 Основні ціни зовнішньоторговельних контрактів**

**Зовнішньоторговельна ціна** – це визначена зовнішньоторговельним контрактом ціна, за якою здійснюються експортні поставки товарів. В основу її визначення береться базова ціна з поправками на можливості відхилення якості запропонованих товарів від базових зразків чи зміни кон'юнктури ринку або

умов поставок товарів, транспортування, страхування тощо. Таким чином, основні цінові та валютні умови контракту включають: одиницю виміру ціни, базис ціни, спосіб фіксації ціни, рівень ціни, знижки, валюту ціни, валюту платежу, курс перерахунку валюти ціни у валюту платежу, валютні поправки.

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

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

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

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

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

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

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

Якщо валюти ціни та платежу не збігаються, то у контракти включається *курс перерахунку валют*, за яким валюта ціни перераховується у валюту платежу. При цьому необхідно враховувати, що існують різні значення валютних курсів залежно від часу та від валютного ринку тощо. Таким чином, у контракті для визначення курсу перерахунку валюти ціни у валюту платежу

слід зазначити час перерахунку курсу, ринок котирування (який беруться за базу перерахунку – як правило, це ринок країни платника), курс продавця чи курс покупця (звичайно береться середній між ними курс), а також курс якого виду платіжних засобів використовується.

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

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

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

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

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

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

- Рухомі ціни встановлюються тоді, коли об'єктом контракту є товари з довгим терміном створення і орієнтовно визначаються у момент підписання

контракту, але можуть коригуватися залежно від динаміки ринкових цін на відповідні товари.

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

- Ціна з наступною фіксацією у контракті не вказується, а лише описується спосіб установлення ціни в майбутньому, тобто на момент виконання угоди, або у зазначені договором строки на основі узгоджених джерел. Ці ціни застосовуються при поставках товарів з тривалим строком виготовлення, товарів, вартість яких ставиться у залежність від їх якості (в основному при продажу металів або хімікатів з певною часткою домішок або корисних речовин), а також товарів, ціна яких значно залежить від кон'юнктурних коливань, при продажу продукції з тривалим строком поставки або надання кредиту.

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

Цінова політика фірми повинна бути привабливою для потенційних партнерів. Для цього, зокрема, широко використовується практика застосування цінових знижок. Існують такі види знижок: бонусна знижка (знижка за оборот) не за окрему операцію, а за обговорений річний торговий оборот; кількісна знижка за величину чи серійність реалізованої продукції; дилерська знижка за посередницьку діяльність у реалізації експортної продукції; сезонна знижка на продукцію сезонного характеру; знижка «сконто» за дострокову оплату постачань; закрита знижка для внутрішньофірмової торгівлі чи торгівлі усередині замкнених економічних угруповань; спеціальна знижка для традиційних торгових партнерів; знижка для реалізації старої продукції; різні індивідуальні знижки.

Крім знижок, використовують *технічні і комерційні виправлення*.

Технічні виправлення включають наступні елементи:

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

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

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

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

Комерційні виправлення характеризують такі складові:

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

- виправлення за підсумками додаткових погоджень;

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

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

### **3 Основні умови, засоби та форми міжнародних розрахунків**

*Міжнародні розрахунки* – це платежі по грошовим вимогам і зобов'язанням, що виникають у зв'язку з економічними, політичними і культурними відносинами між юридичними особами і громадянами різних країн. В економічній сфері вони включають розрахунки по зовнішній торгівлі, кредитам, руху капіталів між країнами. Таким чином, міжнародні розрахунки охоплюють зовнішню торгівлю товарами й послугами, а також некомерційні операції, кредити і рух капіталу між державами. Більша частина всіх міжнародних розрахунків здійснюється в процесі опосередкування міжнародних торгових угод.

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

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

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

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

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

До **недокументарних форм розрахунків** відносяться: платіж на



відкритий рахунок, авансові платежі, банківський переказ, векселі та чеки. Розглянемо більш детально механізм використання кожного.

*Платіж на відкритий рахунок* є найменш вигідною формою розрахунків для експортера, тому що вона не дає йому ніяких гарантій своєчасного одержання платежу. Експортер поставляє покупцю товар разом з товаророзпорядчими документами і записує у своїх бухгалтерських документах у дебет відкритого покупцю рахунка суму покупки. Імпортер записує суму відвантаження в кредит рахунка постачальника. Протягом терміну, зазначеного в контракті, імпортер повинний оплатити вартість товару банківським переказом, чеком чи векселем. Після оплати сторони роблять у своїх документах зворотні записи.

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

*Банківський переказ* – це розрахункова банківська операція, що складається в перекладі платіжного доручення одного банку іншому. Платіжні доручення являють собою наказ клієнта, адресований своєму банку-кореспонденту, про виплату визначеної суми грошей переодержувачу (бенефіціару). Платіжні доручення приймаються банками тільки при наявності грошей на рахунках платників. При розрахунку дорученнями скорочується час і документообіг операції.

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

*Вексель* – це цінний папір, строго установленної форми, що дає безперечно право її власнику (векселедержателю) вимагати з боржника сплати позначеної грошової суми. При розрахунках по зовнішньоекономічних операціях використовуються прості і переказні векселі (тратти). Другі частіше використовуються. Переказний вексель (тратта) – це безумовна пропозиція трасанта (кредитора), адресоване трасатові (боржнику), оплатити третій особі (ремітентові) у встановлений термін зазначену суму. При цьому трасант є і кредитором стосовно трасата (боржнику), і боржником стосовно ремітента. Простий вексель використовується значно рідше і виставляється боржником (векседавцем), що бере зобов'язання сплатити кредитору визначену грошову суму у визначений термін і в зазначеному місці. У міжнародному платіжному обігу вексель виступає як оборотний фінансовий документ. Це означає, що з передачею векселя іншій особі до нього переходять усі права, вимоги і ризик по цьому документі. Передача векселя здійснюється шляхом простого вручення або за допомогою передатного підпису, який ставиться на зворотній стороні

векселя і називається індосаментом. Індосаменти бувають таких видів: бланковий, іменний (повний), передоручений.

### ***Документарні форми розрахунків***

**Акредитив** (лат. *accreditivus* – довірчий) – це документ, який містить грошове зобов'язання, відповідно до якого банк, що відкрив акредитив за дорученням клієнта (платника) і згідно з його вказівками (банк-емітент), зобов'язується провести платіж у разі подання одержувачем коштів або зазначеною ним особою (одержувач коштів, бенефіціар) документів і виконання інших умов, передбачених акредитивом. Акредитиви відкривають (виставляють) за домовленістю сторін, що беруть участь у торговій угоді, або в банку країни експортера або в банку країни імпортера.

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

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

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

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

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

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

Розглянемо послідовність акредитивної операції:

- імпортер у домовлені з експортером терміни дає доручення своєму банку про відкриття (виставляння) акредитива;

- банк імпортера просить банк експортера про відкриття акредитива на користь відповідного експортера і відразу чи в обумовлений термін переводить покриття (суму акредитива);

- експортер, одержавши повідомлення (авізо) від свого банку і перевіривши умови акредитива, направляє товар на адресу імпортера й оформляє необхідні для одержання платежу з акредитива документи;

- експортер передає у свій банк товаророзпорядчі й інші документи, зазначені в акредитиві й одержує належну йому суму платежу;

- товаророзпорядчі й інші документи банк експортера переказує банку імпортера;

- банк імпортера передає імпортеру отримані документи, що дають йому право одержати закуплений товар.

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

Розглянемо схему інкасової операції:

- експортер, відвантаживши товар відповідно до умов контракту, оформляє необхідні товарні й інші документи і передає їх у комерційний банк, обумовлений у контракті;

- банк експортера пересилає комплект документів своєму банку-кореспонденту в країні імпортера;

- банк імпортера сповіщає покупця і передає йому ці документи проти одержання відповідної суми платежу (при розрахунку готівкою) чи проти акцепту термінової тратти (при наданні імпортеру комерційного кредиту) у залежності від умов контракту;

- банк імпортера інформує банк експортера про зарахування на його кореспондентський рахунок отриманої від імпортера суми платежу (чи відразу ж переводить йому отриманий виторг);

- банк експортера робить виплату підприємству-експортеру за зроблену експортну операцію.

Інкасова форма розрахунків порівняно проста, але містить ряд недоліків (з погляду експортера). Виникає великий розрив у часі між відвантаженням товару на експорт і одержанням платежу, що приводить до уповільнення оборотності засобів експортера. Імпортер може відмовитися від оплати проти товарних документів (наприклад, імпортер розорився чи різко упала світова ціна замовленого товару і йому не вигідно викуповувати цей товар по зафіксованій у контракті більш високій ціні). З метою прискорення одержання

засобів від імпортера застосовується телеграфне інкасо. За домовленістю між експортером і імпортером зарахування засобів виробляється експортера про одержання їм товарних документів на підставі телеграфного повідомлення банку. Для запобігання невикupu товарних документів імпортером чи неточного виконання їм розрахунків застосовується інкасо товарних документів з банківською гарантією. Банк, що видав гарантію в забезпечення наявних платежів, зобов'язується здійснити платіж експортеру, якщо він не буде зроблений покупцем. Гарантії можуть бути разові (для окремих угод) і револьверні (на регулярні постачання між конкретними контрагентами і продовжувані автоматично та поповнювані по розміру гарантії).

## **ТЕМА 13 ОРГАНІЗАЦІЯ І ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ З ІНОЗЕМНИМ КАПІТАЛОМ**

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

### **1 Законодавство України про режим іноземного інвестування**

*Національне законодавство*, що визначає правовий режим іноземного інвестування, базується на загальних нормативних актах господарського законодавства, в тому числі відповідних положеннях Конституції України.

*Спеціальне правове регулювання* забезпечується низкою нормативно-правових актів (або спеціальних положень загальних актів господарського законодавства), серед яких:

- Господарський кодекс України та Митний кодекс України;
- закони України: «Про захист іноземних інвестицій на Україні», «Про режим іноземного інвестування», «Про зовнішньоекономічну діяльність», «Про правовий статус іноземців», «Про міжнародний комерційний арбітраж», «Про концесії», «Про угоди про розподіл продукції», «Про усунення дискримінації в оподаткуванні суб'єктів підприємницької діяльності, створених з використанням майна та коштів вітчизняного походження», «Про міжнародне приватне право»;
- укази Президента України: «Про консультативну раду з питань іноземних інвестицій в Україні», «Про деякі питання іноземного інвестування», «Про додаткові заходи щодо залучення іноземних інвестицій в економіку України», а також укази щодо Консультативної ради з питань іноземних інвестицій в Україні;
- Декрет Кабінету Міністрів України «Про систему валютного регулювання і валютного контролю» та постанови Кабінету Міністрів України:

Положення про порядок державної реєстрації іноземних інвестицій (затверджене постановою КМУ № 928), «Про порядок видачі, обліку і погашення векселів, виданих під час ввезення в Україну майна як внеску іноземного інвестора до статутного фонду підприємства з іноземними інвестиціями, а також за договорами (контрактами) про спільну інвестиційну діяльність, та сплати ввізного мита у разі відчуження цього майна», «Про затвердження Порядку визначення продукції власного виробництва підприємств з іноземними інвестиціями», «Про затвердження Положення про порядок державної реєстрації договорів (контрактів) про спільну інвестиційну діяльність за участю іноземного інвестора», «Про затвердження Порядку визначення країни походження товару, що переміщується через митний кордон України», «Про порядок ведення спеціальної митної статистики», «Про передачу Українського центру сприяння іноземному інвестуванню до сфери управління Державного агентства з інвестицій та інновацій» та інші;

- відповідні відомчі нормативно-правові акти.

*Міжнародні договори:* відповідні двосторонні угоди, ратифіковані Верховною Радою України; з міжнародними організаціями; універсальні договори (конвенції).

## **2 Особливості функціонування підприємств з іноземними інвестиціями**

На території України створюються і діють наступні форми підприємств за участю іноземного інвестора:

- підприємства з іноземними інвестиціями;
- іноземні підприємства;
- філії або представництва іноземної юридичної особи;
- інші форми, не заборонені законами України.

*Підприємство з іноземною інвестицією* — це підприємство (організація) будь-якої організаційно-правової форми, створене відповідно до законодавства України, іноземна інвестиція якого в статутному фонді становить не менше 10%. Моментом набуття статусу підприємства з іноземними інвестиціями вважається день зарахування іноземної інвестиції на його баланс.

Існує два варіанти зарахування іноземної інвестиції на баланс підприємства з іноземними інвестиціями: зі створенням юридичної особи та без створення юридичної особи.

Зарахування іноземної інвестиції на баланс підприємства із створенням юридичної особи передбачає створення підприємства, яке повністю або частково належить іноземному інвестору. В цьому випадку підприємство базується на спільному капіталі суб'єкта господарської діяльності України та

іноземного суб'єкта господарювання, на спільному управлінні та на спільному розподілі результатів і ризиків. Таке підприємство називається спільним підприємством. Спільне підприємство є юридичною особою і здійснює будь-яку діяльність, яка не суперечить законодавству України. Воно створюється за рішенням власників майна або уповноваженого ними органу. Якщо власників два і більше, таким рішенням є установчий договір.

Зарахування іноземної інвестиції на баланс підприємства без створення юридичної особи передбачає придбання майнових прав на підставі концесійних договорів та договорів (контрактів) про інвестиційну діяльність (виробничу кооперацію, спільне виробництво та інші види спільної інвестиційної діяльності). Шляхом укладання концесійного договору іноземним інвесторам надаються права на проведення господарської діяльності, пов'язаної з використанням об'єктів, що перебувають у державній або комунальній власності і передаються у концесію; договорів (контрактів) про спільну інвестиційну діяльність – в сфері виробничої кооперації, спільного виробництва тощо. Концесійні договори та договори про спільну інвестиційну діяльність підлягають реєстрації в регіональних органах державної влади для забезпечення сторонам договору відповідних гарантій.

*Іноземним підприємством* є унітарне або корпоративне підприємство, створене за законодавством України, що діє виключно на основі власності іноземців або іноземних юридичних осіб, або діюче підприємство, придбане повністю у власність цих осіб. Іноземні підприємства не можуть створюватися в галузях, визначених законом, що мають стратегічне значення для безпеки держави. Умови і порядок створення, вимоги до організації та діяльності іноземних підприємств визначаються Господарським кодексом України, Законом України «Про режим іноземного інвестування» та іншими законами.

*Філіями або представництвами* іноземної юридичної особи в Україні визнаються установи або особи, які представляють інтереси іноземного суб'єкта господарської діяльності в Україні і мають на це належним чином оформлені відповідні повноваження. Діяльність філій, представництв та інших відокремлених підрозділів підприємств, утворених за законодавством інших держав, здійснюється на території України відповідно до законодавства України. За юридичним статусом представництво іноземного суб'єкта господарювання в Україні не є юридичною особою, воно тільки виступає від імені і за дорученням головної фірми іноземного суб'єкта господарювання.

До *інших форм підприємств з іноземними інвестиціями* відносять придбання не забороненого законами України нерухомого чи рухомого майна, включаючи будинки, квартири, приміщення, обладнання, транспортні засоби та інші об'єкти власності, шляхом прямого одержання майна та майнових

комплексів або у вигляді акцій, облігацій та інших цінних паперів; придбання самостійно чи за участю українських юридичних або фізичних осіб прав на користування землею та використання природних ресурсів на території України; придбання інших майнових прав, господарська (підприємницька) діяльність на основі угод про розподіл продукції, та інші форми, які не заборонені законами України.

## **ТЕМА 14 ОРГАНІЗАЦІЯ ТА ТЕХНОЛОГІЯ МІЖНАРОДНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ**

1. Класифікація міжнародних перевезень.
2. Особливості регулювання міжнародних перевезень.

### **1 Класифікація міжнародних перевезень**

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

*Класифікація міжнародних перевезень* за деякими критеріями:

- за видами транспорту: повітряні, автомобільні, залізничні, морські, річкові, переміщення трубопровідним транспортом;
- в залежності від кількості транспорту, що використовується: прості (використовують лише один вид транспорту), змішані (застосовують декілька видів транспорту);
- в залежності від об'єкта: перевезення вантажів, пасажирів, багажу, вантажобагажу, пошти;
- в залежності від використання транспортних компаній: перевезення однією або кількома транспортними організаціями прямого сполучення (дають один документ, навіть якщо в перевезенні беруть участь декілька компаній), кількома послідовними перевізниками (замовник укладає з кожним співперевізником окремий договір зі застосуванням транспортної документації кожного співперевізника), непрямого сполучення (кожний зі співперевізників укладає свій договір перевезення, застосовуючи власну транспортну документацію й умови);

- в залежності від маршруту: міжнародні перевезення в суміжному сполученні (між двома країнами, що мають спільний кордон), в транзитному сполученні (з перетинанням території іноземної держави), наскрізного сполучення (коли для перевезення вантажу до пункту призначення, який розміщений у тій самій країні, що й пункт відправлення, необхідно перетнути територію іншої держави);
- в залежності від кількості пересадок: пересадочні, безпересадочні.

## **2 Особливості регулювання міжнародних перевезень**

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

Особливістю регулювання міжнародних перевезень є те, що його здійснюють міжнародні організації, найважливіші умови яких визначені в міжнародних транспортних конвенціях. Вони містять уніфіковані норми, необхідні для врегулювання суперечок, що найчастіше виникають при міжнародних перевезеннях. Норми цих конвенцій не допускають вибору, тобто їх необхідно неодмінно виконувати, а отже, вони можуть відобразитись у національному законодавстві без попередньої ратифікації, підписання або ж приєднання до них.

У залежності від виду транспорту, регулювання відбувається наступними документами:

- морські та річкові перевезення – Міжнародна конвенція з морського права, Брюссельська конвенція про уніфікацію деяких правил про коносамент (Гаагські правила), Міжнародна конвенція про обмеження відповідальності власників морських суден, Міжнародна конвенція про уніфікацію деяких перевезень морем багажу пасажирів, Конвенція ООН про морське перевезення вантажів, Конвенція про режим судноплавства на Дунаї, Конвенція про обмеження відповідальності власників суден внутрішнього плавання, Конвенція про договір міжнародного перевезення пасажирів та багажу внутрішніми водними шляхами та інші;
- повітряні перевезення – Рекомендації щодо затвердження єдиних правил авіаперевезень, рівня, побудови і правил застосування тарифів Міжнародної асоціації повітряного транспорту (ІАТА), Варшавська конвенція



для уніфікації деяких правил стосовно міжнародних повітряних перевезень, Токійська конвенція про злочини і деякі інші дії на борту повітряного судна, Монреальська конвенція про припинення незаконних дій, спрямованих проти безпеки цивільної авіації, тощо;

- залізничний транспорт – Угода про міжнародні залізничні перевезення (КОТИФ), Угода про міжнародне вантажне сполучення (УМВС), Угода про міжнародне пасажирське сполучення, Європейська угода про міжнародні магістральні залізничні лінії;

- автомобільні перевезення – Конвенція про оподаткування дорожніх транспортних засобів, що використовуються для міжнародних перевезень вантажів, Конвенція про договори міжнародного дорожнього перевезення вантажів автомобільним транспортом, Конвенція про шляховий рух, Конвенція про дорожні знаки та сигнали, Європейська угода про міжнародне перевезення небезпечних вантажів, Конвенція про договір міжнародного автомобільного перевезення пасажирів і багажу, Європейська угода про міжнародні автомагістралі, Митна конвенція про міжнародне перевезення вантажів з застосуванням книжки Міжнародного дорожнього перевезення (МДП) (Конвенція TIR), Конвенція про міжнародні автомобільні перевезення пасажирів і багажу тощо.

## **ТЕМА 15 МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ ЗОВНІШНЬОГО РИНКУ ПРИ ЗДІЙСНЕННІ ЕКСПОРТНО-ІМПОРТНИХ ОПЕРАЦІЙ**

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

### **1 Сутність, принципи й особливості міжнародного маркетингу**

*Міжнародний маркетинг* – це ринкова концепція управління міжнародною діяльністю фірми, орієнтована на запити кінцевих споживачів різних країн і формування їх переваг у відповідності зі стратегічними цілями оптимізації і розширення бізнесу в глобальних світових масштабах. У більш вузькому розумінні міжнародний маркетинг може бути охарактеризований як маркетинг на зовнішніх ринках, тобто уся робота з маркетингу, орієнтована на зарубіжні інтереси фірми, може бути віднесена до сфери міжнародного маркетингу.

Основні *принципи міжнародного маркетингу*:

- орієнтація кінцевих результатів виробництва на вимоги і побажання споживачів на зарубіжному ринку;

- спрямованість підприємства на довгостроковий результат своєї маркетингової діяльності;
- комплексний підхід до досягнення поставлених цілей;
- застосування стратегії і тактики активного пристосування до вимог потенційних покупців з одноразовим, цілеспрямованим впливом на них;
- швидке реагування на поточні зміни зовнішнього середовища.

*Особливості міжнародного маркетингу:*

- пред'явлення більш високих вимог до товарів, їх сервісу, реклами тощо, ніж на внутрішньому ринку, внаслідок сильної конкуренції;
- складність вивчення зовнішніх ринків;
- необхідність постійного і гнучкого використання маркетингових методів із урахуванням кон'юнктури зовнішнього ринку та прогнозів його розвитку, сформованої там практики, характеру експортних товарів;
- орієнтація на потреби і вимоги іноземних споживачів при виробництві товару.

## **2 Просування товарів на зовнішньому ринку і функції відділу маркетингу зовнішньоторговельного підприємства**

Просування продукту на зовнішній ринок здійснюється шляхом використання у визначеній пропорції реклами, методів стимулювання збуту, (продаж), персонального продажу і методів зв'язку з громадськістю.

*Реклама* – будь-яка оплачувана форма презентації і просування ідей, товарів і послуг, здійснювана конкретним замовником. У рамках маркетингової діяльності реклама повинна, по-перше, підготувати зовнішній ринок (споживача) до сприятливого сприйняття нового товару; по-друге, підтримувати попит на високому рівні на стадії масового виробництва товару; по-третє, сприяти розширенню ринку збуту. Залежно від стадії життєвого циклу товару змінюються масштаби й інтенсивність реклами, співвідношення між престижною рекламою (реклама фірми-експортера, компетентності її персоналу і т. д.) і товарною (тобто рекламою конкретного товару); змінюються також засоби її поширення, обновляються її аргументи, підбираються більш свіжі, більш оригінальні ідеї. Інформативна реклама використовується для інформування споживачів про нові продукти з метою створення початкового попиту. Спонукальна реклама використовується для створення в обраному сегменті споживачів попиту на будь-який продукт шляхом донесення споживачам, що рекламований продукт є найкращим у рамках наявних у них засобів. Порівняльна реклама здійснює пряме або непряме порівняння визначеної марки продукту з іншими марками. Реклама-нагадування нагадує споживачам про існуючі продукти.

*Стимулювання збуту (продаж)* – це короткострокові заохочувальні міри, що сприяють продажу або збуту продукції і послуг. Якщо реклама закликає «Купіть наш продукт», то стимулювання збуту засновано на призові «Купіть його зараз». Стимулювання продаж включає стимулювання споживачів, стимулювання торгівлі і стимулювання реалізаторів самої організації. Стимулювання збуту спрямовано на збільшення споживачами обсягу покупок. Використовуються такі основні методи: надання зразків для демонстрації; використання купонів, повернення частини ціни або торгової знижки; пакетні продажі за зниженими цінами; премії; сувеніри з рекламою; заохочення постійної клієнтури; конкурси, тоталізатори й ігри, що дають споживачу шанс що-небудь виграти. Одним із маркетингових рішень, що поліпшують вихід підприємства на зовнішній ринок та сприяють пошуку нових партнерів, є участь у виставках, ярмарках, товарних, фондових біржах, аукціонах, міжнародних торгах. Особисті контакти між стендистами (представниками продавця) і потенційними покупцями дозволяють сформувати атмосферу довіри і доброзичливості, що сприяє розвитку ділових відносин. Фірма-експонент (яка виставляє зразки своїх товарів) може виступити з доповідями на симпозіумах, що звичайно проходять у рамках виставки (ярмарки), поширити при цьому друкарську рекламу, показати кіно- або телефільми, подарувати рекламні пакети і т. п. Успішна виставкова діяльність відіграє іноді більшу роль, ніж публікація рекламних оголошень у пресі про товари виробничого призначення. Кожен з цих видів виставкової діяльності має свої особливості, переваги та недоліки, але всі вони разом ведуть до більшої інтенсифікації маркетингової діяльності підприємства, а, як наслідок, до прискорення виходу на зовнішній ринок, до збільшення прибутку та формування іміджу на міжнародному ринку.

Під *персональним продажем* розуміється усна презентація товару з метою його збуту в розмові з одним чи декількома потенційними покупцями. Це найбільш ефективний інструмент просування продукту на визначених етапах його збуту, особливо для створення в покупців сприятливого відношення до запропонованих продуктів, у першу чергу, до продукції виробничого призначення. Проте це найбільш дорогий метод просування.

*Зв'язки із громадськістю* припускають створення позитивних відносин із різноманітними державними і суспільними структурами шляхом формування сприятливої думки про компанію, її товари і нейтралізації негативних подій і чуток. Цей метод включає також зв'язок із пресою, поширення інформації про діяльність компанії, лобістську діяльність у законодавчих і урядових органах із метою прийняття або скасування визначених рішень, роз'яснювальну роботу щодо положення компанії, її продуктів, соціальної ролі.

## ТЕМА 16 ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ЗЕД

1. Аналіз виконання зобов'язань у зовнішньоторгових контрактах.
2. Комплексний аналіз та оцінка виконання зовнішньоекономічної діяльності підприємства.
3. Аналіз раціональності використання коштів у зовнішньоекономічній діяльності підприємства.

### **1 Аналіз виконання зобов'язань у зовнішньоторгових контрактах**

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

Аналіз виконання експортних та імпортних операцій включає:

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

Послідовність виконання аналізу виконання зобов'язань може бути такою:

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

За результатами аналізу готується аналітична інформація за такими напрямками:

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

В процесі виконання економічного аналізу виконання зобов'язань за зовнішньоторговими угодами визначається кількість та загальна сума укладених угод; кількість та сума виконаних угод; кількість, види та сума прострочених угод; причини невиконання умов контрактів.

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

## **2 Комплексний аналіз та оцінка виконання зовнішньоекономічної діяльності підприємства**

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

- абсолютні показники (обсяг експорту; обсяг імпорту; обсяг накладних витрат на виконання зовнішньоторгівельного контракту; кількість та сума отриманих рекламаций у виконанні зовнішньоторгівельного контракту; кількість задоволених рекламаций);
- відносні показники (індекси динаміки експорту та імпорту за вартістю, за фізичним обсягом, за ціною, за кількістю та за структурою; коефіцієнти виконання зобов'язань з експорту та імпорту за вартістю, за фізичним обсягом, за ціною; середня тривалість обороту експортно-імпортних операцій; коефіцієнт віддачі коштів експортно-імпортних операцій);
- показники структури зовнішньоекономічної діяльності (товарна структура зовнішньоекономічної діяльності; географічна структура зовнішньоекономічної діяльності; структура накладних витрат зовнішньоекономічної діяльності);
- показники ефективності зовнішньоекономічної діяльності (валютна ефективність експорту/імпорту; абсолютна ефективність експорту/імпорту; економічний ефект від експорту/імпорту; ефективність реалізації експортної продукції на внутрішньому ринку; ефективність придбання та використання імпортного обладнання; ефективність придбання та продажу ліцензій).

## **3 Аналіз раціональності використання коштів у зовнішньоекономічній діяльності підприємства**

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

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

Оборот коштів у товарах починається з моменту переходу товаросупровідних документів від постачальника до підприємства та закінчується випискою рахунку за товар іноземному покупцеві, після чого

оборот коштів продовжується у сфері розрахунків.

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

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

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

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

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

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

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

витрат, проаналізувати зміни за окремими видами накладних витрат.

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

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

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

## СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гребельник О. П. Основи зовнішньоекономічної діяльності. Підручник / О. П. Гребельник. – вид. 3-тє перероб та допов. – Центр навч. літ., 2008. – 432 с.
2. Георгіаді Н. Г. Основи зовнішньоекономічної діяльності: теоретичні основи і прикладні аспекти: навч.-метод. посіб. / Н. Г. Георгіаді. – Львів : Інтеллект-Захід, 2006. – 260 с.
3. Господарський кодекс України // [Електронний ресурс. Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/436-15>]. Доступ – 23.10.2013 р.
4. Декрет Кабінету Міністрів України «Про систему валютного регулювання і валютного контролю» // [Електронний ресурс. Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/15-93>]. Доступ – 23.10.2013 р.
5. Довідник ЗЕДівця. – 2-е видання, переробл. і доп. – Харків : Фактор, 2008. – 656 с.
6. Закон України «Про загальні засади створення і функціонування спеціальних (вільних) економічних зон» // [Електронний ресурс. Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2673-12>]. Доступ – 23.10.2013 р.
7. Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» // [Електронний ресурс. Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/959-12>]. Доступ – 23.10.2013 р.
8. Закон України «Про порядок здійснення розрахунків в іноземній валюті» // [Електронний ресурс. Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/185/94-%D0%B2%D1%80>]. Доступ – 23.10.2013 р.
9. Закон України «Про торгово-промислові палати в Україні» // [Електронний ресурс. Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/671/97-%D0%B2%D1%80>]. Доступ – 23.10.2013 р.
10. Закон України «Про регулювання товарообмінних (бартерних) операцій у галузі зовнішньоекономічної діяльності» // [Електронний ресурс. Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/351-14>]. Доступ – 23.10.2013 р.
11. Зовнішньоекономічні операції і контракти : навч. посіб. / кол. авт. В. В. Козик, Л. А. Панкова, Я. С. Карп'як та ін. – Київ : 2004. – 608 с.
12. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства : навч. посіб. / М. І. Дідківський. – Київ : Знання, 2006. – 462 с.



13. Інструкція про порядок справляння акцизного податку при ввезенні товарів на митну територію України суб'єктами господарської діяльності // [Електронний ресурс. Режим доступу: [http://minrd.gov.ua/data/normativ/000/000/62522/409\\_11.doc](http://minrd.gov.ua/data/normativ/000/000/62522/409_11.doc)]. Доступ – 23.10.2013 р.

14. Митний кодекс України // [Електронний ресурс. Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/4495-17/page>]. Доступ – 23.10.2013 р.

15. Пазуха М. Д. Зовнішньоекономічна діяльність (загальні положення) / М. Д. Пазуха. – Київ : Центр навч. літ-ри, 2008. – 230 с.

16. Податковий кодекс України // [Електронний ресурс. Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>]. Доступ – 23.10.2013 р.

17. Положення Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України «Про форму зовнішньоекономічних договорів (контрактів)» // [Електронний ресурс. Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0833-01>]. Доступ – 23.10.2013 р.

18. Постанова Кабінету міністрів України «Про деякі питання регулювання товарообмінних (бартерних) операцій у галузі зовнішньоекономічної діяльності» // [Електронний ресурс. Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/756-99-%D0%BF>]. Доступ – 23.10.2013 р.

19. Розпорядження Кабінету міністрів України «Про перелік офшорних зон» // [Електронний ресурс. Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/143-2011-%D1%80>]. Доступ – 23.10.2013 р.

20. Руденко Л. В. Міжнародні кредитно-розрахункові та валютні операції: підручник / Л. В. Руденко. – вид. 2-ге, переробл. і допов. – Київ : Центр навч. літ-ри, 2007. – 632 с.

21. Сміяна Л. С. Правові основи зовнішньоекономічної діяльності / Л. С. Сміяна. – Київ : КНТ, 2008. – 416 с.

22. Угода про субсидії і компенсаційні заходи // [Електронний ресурс. Режим доступу: [http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/981\\_015](http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/981_015)]. Доступ – 23.10.2013 р.

*Навчальне видання*

**НАУМОВ Максим Сергійович**

Конспект лекцій з дисципліни

**«ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ»**

*(для студентів 3 курсу денної та заочної форм навчання  
напряму підготовки 6.140103 – Туризм)*

Відповідальний за випуск *Н. В. Можайкіна*

Редактор *О. А. Норик*

Комп'ютерне верстання *І. В. Волосожарова*

План 2015, поз. 110 Л

---

Підп. до друку 30. 12. 2015р.  
Друк на ризографі  
Зам. №

Формат 60 x 84/16  
Ум. друк. арк. 5,1  
Тираж 50 пр.

Видавець і виготовлювач:  
Харківський національний університет  
міського господарства імені О. М. Бекетова,  
вул. Революції, 12, Харків, 61002  
Електронна адреса: [rectorat@kname.edu.ua](mailto:rectorat@kname.edu.ua)  
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи:  
ДК № 4705 від 28.03.2014 р.