

ПЕРЕДМОВА

Від часу лібералізації зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД) в Україні питанням організації та управління зовнішньоекономічними операціями приділяється підвищена увага як на теоретичному, так і практичному рівнях. Досить динамічно розвивається законодавче підґрунтя цієї сфери економічної діяльності, що зумовлено загальносвітовими тенденціями уніфікації методологічної бази міжнародної торгівлі, посиленням інтеграційних процесів, появою нових форм і методів торгівлі.

В умовах позитивної динаміки міжнародного товарообігу, збільшення і розширення асортименту продукції, що представлена на міжнародних ринках, скорочення життєвого циклу товарів і відповідно посилення конкурентної боротьби для вітчизняних суб'єктів господарювання особливу актуальність становлять питання, пов'язані з виходом на зовнішні ринки та утриманням на них довготривалих, стійких і надійних позицій.

Питання захисту вітчизняних експортерів та імпортерів стали актуальними у зв'язку зі вступом України до СОТ. Як інститут міжнародних економічних відносин СОТ регламентує взаємозв'язок між країнами в сфері міжнародної торгівлі згідно з принципами максимальної відкритості національних ринків. Враховуючи це, суб'єкти господарювання України повинні вміти захищати власні інтереси відповідно до існуючих на світовому ринку правил гри, добре знати його особливості та традиції. Підвищити ефективність зовнішньоекономічних операцій та уникнути звинувачень у порушенні ринкових принципів функціонування світової економіки допомагає знання і використання інформації про кон'юнктуру світового ринку, особливо про ціни і цінові параметри ринків конкретних товарів і послуг.

Викладання дисципліни «Зовнішньоекономічна діяльність підприємства» у вищих навчальних закладах відповідає вимогам галузевих освітніх стандартів, узгоджується з навчальними програмами, є важливою складовою комплексу заходів з підготовки кваліфікованих фахівців відповідно до забезпечення потреб підприємств різних форм власності в працівниках з глибокими знаннями сучасних економічних відносин у сфері зовнішньоекономічної діяльності суб'єктів господарювання.

У запропонованому навчальному посібнику «Зовнішньоекономічна діяльність підприємства» розглядаються теоретичні та практичні аспекти зовнішньоекономічної діяльності. Зокрема, у посібнику відображено ключові поняття і визначено категорійний апарат стосовно цього виду діяльності; представлено зовнішньоекономічну діяльність не як епізодичне явище, а як процес, який характеризує притаманні йому особливості та закономірності розвитку; розглянуто форми організації, методи регулювання, теоретико-методологічні та емпіричні підходи до аналізу та управління основними процесами, що здійснюється вітчизняними підприємствами на зовнішніх ринках; досліджено зовнішньоторговельні угоди з виділенням таких їх видів, як експортно-імпортні операції за участю посередників, зустрічні операції, електронні угоди, торгівля послугами, лізинг тощо; проаналізовані особливості укладання та виконання зовнішньоторговельних контрактів; виділені специфічні аспекти ціноутворення у ході здійснення зовнішньоекономічної діяльності; розкрито сутність міжнародної інвестиційної діяльності; визначено методи оцінки ефективності зовнішньоекономічної діяльності.

Метою дисципліни «Зовнішньоекономічна діяльність підприємства» є аналіз закономірностей, умов, процесів і специфічних особливостей зовнішньоекономічної діяльності суб'єктів господарювання, а також підготовка майбутніх спеціалістів до практичної діяльності на підприємствах, що працюють на зовнішніх ринках.

Завдання дисципліни — засвоєння майбутніми фахівцями теоретичних основ зовнішньоекономічної діяльності, і набуття практичних навичок роботи у сфері міжнародних економічних відносин за ринкових умов господарювання.

Об'єктом дисципліни є економічна діяльність суб'єктів господарювання на зовнішніх ринках, яка регламентована дією інститутів наддержавного і міждержавного рівня і безпосередньо підпорядкована рівню державного регулювання, заходи якого спрямовані на розвиток господарських зв'язків між національними суб'єктами господарювання та їх зарубіжними партнерами.

Предметом дисципліни «Зовнішньоекономічна діяльність підприємства» є вивчення закономірностей, особливостей реалізації зовнішньоекономічних зв'язків первинними суб'єктами господарювання.

Навчальний посібник «Зовнішньоекономічна діяльність підприємства» допоможе користувачеві розібратися з термінами, що використовуються в теорії і практиці зовнішньоекономічної діяльності, опанувати зміст господарських операцій і процедур, здобути необхідні у професійній діяльності знання щодо зовнішньоекономічних контактів, системи міжнародних економічних зв'язків, практики міжнародного співробітництва. Посібник розрахований на широке коло читачів — студентів, аспірантів, викладачів, а також підприємців і фахівців, діяльність яких пов'язана зі здійсненням господарських операцій на зовнішньому ринку.

Колектив авторів навчального посібника «Зовнішньоекономічна діяльність підприємства» буде вдячний усім, хто висловить зауваження і пропозиції з метою поліпшення якості посібника.

1

Розділ

ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ: СУТНІСТЬ, ВИДИ, ФАКТОРИ РОЗВИТКУ

1.1. Поняття та сутність зовнішньоекономічної діяльності

Економічні перетворення, які відбуваються в Україні, мають на меті поступову інтеграцію українських підприємств до системи міжнародних економічних зв'язків, з одного боку, і залучення іноземних підприємців до діяльності в Україні — з другого.

Значимість таких зв'язків у розвитку країн, у тому числі й України, постійно зростає. Історичний розвиток ряду країн підтверджує позитивний вплив як вигідність розширення участі кожної з них у міжнародному поділі праці та у різноманітних формах міжнародних зв'язків.

Очевидним є той факт, що зовнішньоекономічна діяльність кожної країни є важливою умовою її економічного зростання. Особливо це актуально за сучасних умов, коли набувають інтенсивного розвитку процеси міжнародної економічної інтеграції, транснаціоналізації, міжнародного поділу праці, глобалізації світового господарства.

Зовнішньоекономічна діяльність сприяє розвитку перспективних напрямів експортного потенціалу; саме за рахунок зовнішньоекономічної діяльності наша країна вирішує проблему нестачі енергоносіїв, новітніх машин та устаткування, технологій, деяких товарів народного споживання.

Економічна сутність зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД) виявляється в такому:

- це важливий і потужний фактор економічного зростання і розвитку кожної країни (національний аспект ЗЕД);
- це спосіб включення економіки кожної країни до системи світового господарства, а отже, і до процесів міжнародного поділу праці та міжнародної кооперації, що особливо актуально в умовах зростаючих тенденцій до глобалізації (регіональний і глобальний аспект ЗЕД) [3].

Поняття «зовнішньоекономічна діяльність» з'явилося в Україні з початком економічної реформи 1987 року, сутність якої полягала

у поступовій відміні монополії держави на здійснення будь-яких економічних операцій, у тому числі й зовнішньоекономічних, наданні підприємствам права безпосереднього виходу на зовнішні ринки, а також стимулюванні розвитку ЗЕД на рівні суб'єктів господарювання.

Після проголошення в 1991 р. незалежності України були здійснені заходи, спрямовані на суттєву лібералізацію зовнішньоекономічної діяльності в країні, розширення прав підприємств і організацій у цій сфері [4]. У цей період прийняті важливі законодавчі акти (дод. А), зокрема, Закони України «Про зовнішньоекономічну діяльність» (1991) (дод. Б), «Про митну справу в Україні» (1991), «Про єдиний митний тариф» (1992), «Про порядок здійснення розрахунків в іноземній валюті» (1994), «Про операції з давальницькою сировиною» (1995), «Про режим іноземного інвестування» (1996) та ін.

На підставі основних господарських підходів до ведення ЗЕД відокремлені та сформувався два основні поняття — «зовнішньоекономічні зв'язки» (ЗЕЗ) і «зовнішньоекономічна діяльність» (ЗЕД).

Зовнішньоекономічні зв'язки (ЗЕЗ) — це сукупність форм, засобів і методів зовнішньоекономічних відносин між країнами. Як економічна категорія «зовнішньоекономічні зв'язки» відображає систему економічних взаємин, що виникають внаслідок руху ресурсів всіх видів між державами та економічними суб'єктами різних держав. Ці двосторонні відносини охоплюють всі сфери економічного життя держави і передусім виробничу, торговельну, інвестиційну та фінансову діяльність.

Через механізм зовнішньоекономічних зв'язків попит на товари і послуги світового ринку переноситься на внутрішній ринок тієї чи іншої держави. Це обумовлює розвиток виробничих сил, що, в свою чергу, сприяє розвитку промисловості, сільського господарства, торгівлі, сфери послуг і фінансових установ.

Класифікаційна система зовнішньоекономічних зв'язків складається з видів і форм зв'язків. За напрямом товарного потоку зовнішньоекономічні зв'язки поділяються на такі види — експортні та імпорتنі, а за структурною ознакою — на зовнішньоторговельні, фінансові, виробничі та інвестиційні. До форм зовнішньоекономічних зв'язків відносять торгівлю, бартер, туризм, інжиніринг, франчайзинг, лізинг, інформаційний обмін, консалтинг тощо.

Зовнішньоекономічні зв'язки формуються і здійснюються під впливом різноманітних регуляторів, що діють на виникнення зв'язків і спрямовують їх розвиток в єдину ефективну політико-економічну систему, яка захищає інтереси держави.

Зовнішньоекономічні зв'язки держави оцінюються за допомогою абсолютних і відносних показників, показників структури, інтенсивності та ефективності зовнішньоекономічної діяльності. Ці показники дають можливість проаналізувати стан зовнішньоекономічних зв'язків, фізичні обсяги, структуру, диверсифікованість, географічну концентрацію експорту (імпорту), якісні та кількісні зміни, інтенсивність та ефективність таких зв'язків. Наявність зазначеного інструментарію є надзвичайно важливим для аналітики, оскільки без цього не можливо належним чином оцінювати зв'язки однієї країни з іншими, робити коректні узагальнення і висновки.

Зовнішньоекономічна діяльність як економічна категорія висвітлює передусім відповідні (пов'язані зі здійсненням міжнародного бізнесу) функції виробничих структур (фірм, організацій, підприємств, об'єднань та ін.). Згідно з Законом України «Про зовнішньоекономічну діяльність» поширеним є таке визначення: *зовнішньоекономічна діяльність (ЗЕД)* — 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 [8].

ЗЕД в усіх країнах *спрямована на таке:*

- реалізацію переваг міжнародного поділу праці, що сприяє зростанню ефективності національних економік;
- сприяння вирівнюванню темпів економічного розвитку;
- порівнянність витрат виробництва на національному і світовому рівнях.

Функції ЗЕД:

- організація міжнародного обміну природними ресурсами і результатами праці в їх матеріальній та вартісній формах;
- міжнародне визначення споживної вартості продуктів, що виготовляються відповідно до міжнародного поділу праці;
- організація міжнародного грошового обігу.

Матеріальною основою ЗЕД є зовнішньоекономічний комплекс країни (регіону), що являє собою сукупність галузей, підгалузей, об'єднань, підприємств і організацій, які виробляють продукцію на експорт чи використовують імпорту продукцію та здійснюють інші види і форми ЗЕД.

Важливим завданням розвитку зовнішньоекономічного комплексу кожної країни є об'єднання виробничих і зовнішньоекономічних видів діяльності в єдину органічну, успішно функціонуючу систему. Для України умовами успішного розвитку зовнішньоекономічного комплексу у наш час є:

- зміцнення і нарощування експортного потенціалу;
- розширення самостійності суб'єктів господарювання у провадженні зовнішньоекономічної діяльності;
- підвищення конкурентоспроможності виробничо-господарського комплексу країни взагалі та суб'єктів її господарювання зокрема.

Одним із основних суб'єктів ЗЕД є підприємство. Світова практика показує, що близько 85 % зовнішньоекономічних операцій здійснюють підприємства, фірми, організації, а 15 % — міністерства, відомства, союзи підприємств.

Підприємство — це самостійний суб'єкт господарської діяльності, який виготовляє продукцію або надає послуги з метою задоволення потреб суспільства та одержання прибутку.

Зовнішньоекономічна діяльність підприємства ґрунтується на можливості одержання економічних вигод виходячи з переваг міжнародного поділу праці, міжнародних ділових відносин. Це пов'язано з тим, що виробництво певного товару, його збут або надання певного виду послуг в іншій країні має більше переваг, ніж така діяльність всередині країни. Таким чином, ЗЕД здійснюється в тій країні і з тими партнерами, які є найвигіднішими.

Зовнішньоекономічна діяльність підприємства (ЗЕДП) — це сфера господарської діяльності, пов'язана з міжнародною виробничою і науково-технічною кооперацією, експортом та імпортом продукції, виходом підприємства на зовнішній ринок.

Зовнішньоекономічна діяльність підприємства є складовою загальної діяльності, а отже, взаємопов'язаною з нею і спільно вмотивованою підприємства; водночас зовнішньоекономічна діяльність має суттєву специфіку, яка полягає у тому, що здійснюється на іншому, міжнародному, рівні, у взаємозв'язку з суб'єктами господарювання інших країн.

Основні мотиви розвитку ЗЕД:

- розширення ринку збуту своєї продукції за національні межі з метою збільшення прибутку;
- закупка необхідної сировини, комплектуючих виробів, нових технологій і обладнання;
- залучення інжинірингових та інших послуг для потреб виробництва, з урахуванням їх унікальності, вищої якості і нижчих цін порівняно з внутрішнім ринком;
- залучення іноземних інвестицій з метою модернізації виробництва, зміцнення експортного потенціалу і конкурентних позицій на світових товарних ринках;

• участь у міжнародному поділі праці, спеціалізації і кооперуванні виробництва з метою успішного розвитку своєї економіки [2].

Структурною одиницею ЗЕД є зовнішньоекономічна операція.

Зовнішньоекономічна операція (ЗЕО) — це комплекс дій контрагентів різних країн з підготовки, укладання і виконання торгової, інвестиційної чи іншої угоди економічного характеру [2].

ЗЕО можуть здійснюватися за такими *основними напрямками*:

• міжнародна торгівля (експортно-імпортні операції, включаючи реекспорт та реімпорт, операції зустрічної торгівлі, торгові операції суперницького типу);

• міжнародний трансфер технологій (укладання ліцензійних і франчайзингових угод, інжиніринг, реінжиніринг, консалтинг тощо);

• міжнародні інвестиції (створення спільних підприємств з іноземним капіталом, інвестиції в межах вільних економічних зон).

1.2. Види зовнішньоекономічної діяльності

Відповідно до Закону України «Про ЗЕД» (ст. 4) в нашій країні суб'єктами ЗЕД здійснюються такі види діяльності (дод. Д):

- експорт та імпорт товарів, капіталів і робочої сили;
- надання суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності послуг іноземним суб'єктам господарської діяльності;
 - наукова, науково-технічна, науково-виробнича, виробнича, навчальна та інша кооперація з іноземними суб'єктами господарської діяльності;
 - навчання і 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 і страхових установ за межами України; створення іноземними суб'єктами господарської діяльності зазначених установ на території України у випадках, передбачених її законом;
- спільна підприємницька діяльність між суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності України та іноземними суб'єктами господарської діяльності, що включає створення спільних підприємств різних ви-

дів і форм, проведення спільних господарських операцій і 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, торгових марок та інших нематеріальних об'єктів власності з боку суб'єктів господарської діяльності;

- аналогічна діяльність за межами України;

- організація і здійснення діяльності в сфері проведення виставок, аукціонів, торгів, конференцій, симпозіумів, семінарів та інших подібних заходів, здійснюваних на комерційній основі, за участю суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності;

- організація і здійснення оптової, консигнаційної та роздрібно торгівлі на території України за іноземну валюту у випадках, передбачених законодавством України;

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

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

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

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

- робота іноземних фізичних осіб на контрактній платній основі з суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності як на території України, так і за її межами та інші не заборонені законодавством України види зовнішньоекономічної діяльності [8].

1.3. Суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності

Суб'єкти ЗЕД — це суб'єкти господарської діяльності, що належать до різних форм власності, самостійно здійснюючи зовнішньоекономічні операції з закордонними партнерами (рис. 1.1).

У ст. 3 «Суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності» Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність» [8] міститься перелік суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності, в якій зазначається, що суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності в нашій країні є:

- фізичні особи-громадяни України, іноземні громадяни та особи без громадянства, що мають цивільну правоздатність і дієздатність відповідно до законів України і постійно мешкають на її території;
- юридичні особи, зареєстровані як такі в Україні і постійне місце знаходження яких на її території;
- об'єднання фізичних, юридичних, фізичних і юридичних осіб, що не є юридичними особами відповідно до законів України, але які мають постійне місцезнаходження на території України і яким законами України не заборонено здійснювати господарську діяльність;
- структурні одиниці суб'єктів господарської діяльності, іноземних суб'єктів господарської діяльності, що не є юридичними особами відповідно до законодавства України (філії, відділення тощо), але мають постійне місцезнаходження на території України;
- інші суб'єкти господарської діяльності, передбачені законами України, у тому числі держава в особі її органів, органів місцевого самоврядування в особі створених ними зовнішньоекономічних організацій, що беруть участь у господарській діяльності на території України.

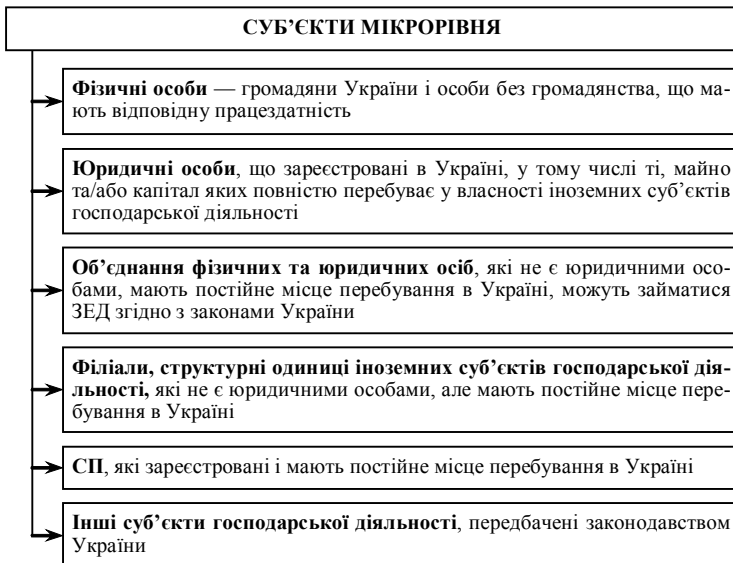


Рис. 1.1. Суб'єкти ЗЕД України мікроекономічного рівня діяльності [8]

Для всіх суб'єктів макrorівня властиві спільні *цілі*, а саме:

- максимізація індивідуального прибутку;
- розширення виробництва;
- розширення ринків збуту завдяки проникненню в господарську сферу зарубіжних країн;
- підвищення ефективності виробництва через наближення до іноземного споживача;
- подолання інституційних, тарифних та нетарифних перешкод;
- розв'язання проблем, пов'язаних з нестабільністю міжнародних цін.

Суб'єктами *макроекономічного рівня* є Україна, як держава, в особі її повноважних органів у межах їх компетенції, а також недержавні органи управління (рис. 1.2).

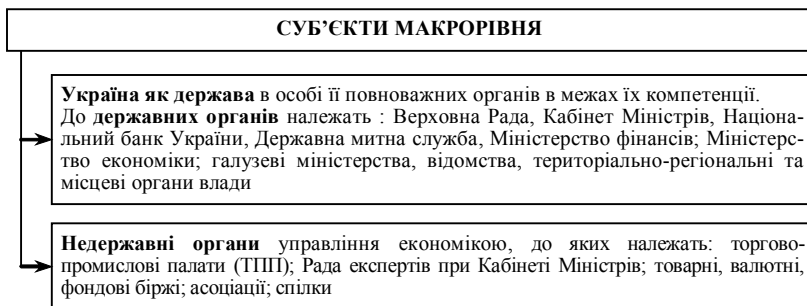


Рис 1.2. Суб'єкти ЗЕД України макроекономічного рівня діяльності [8]

Завдання вищеназваних органів такі:

- гарантування довгострокової міжнародної конкурентоспроможності та економічної безпеки країни;
- максимізація випуску продукції через структурні вдосконалення;
- контроль за станом внутрішнього ринку через стимулювання його засобами зовнішньої конкуренції;
- збільшення зайнятості;
- поліпшення умов формування бюджету;
- оптимізація розподілу доходів в масштабах економіки.

Міждержавний рівень *зовнішньоекономічної діяльності утворюють*:

1. *Загальноекономічні міждержавні організації орієнтовані на налагодження координації та співробітництва країн для вирішення ши-*

рокого кола не тільки економічних, а й політичних, соціально-культурних, екологічних та інших проблем.

2. *Міжнародні неурядові економічні організації* — це будь-які міжнародні організації, створені не на основі міждержавної угоди.

3. *Міжнародні організації з регулювання світової торгівлі* — здійснюють координацію і багатостороннє регулювання міждержавних торгово-економічних відносин. Напрями їх діяльності передбачають створення правової основи економічних відносин; вироблення домовленостей, щодо застосування комплексу засобів впливу на міждержавні зв'язки; сприяють досягненню домовленостей і розв'язанню спірних проблем; обмін інформацією і досвідом.

4. *Міжнародні валютно-кредитні організації* сприяють здійсненню валютно-кредитних відносин та розрахункових (рис. 1.3).

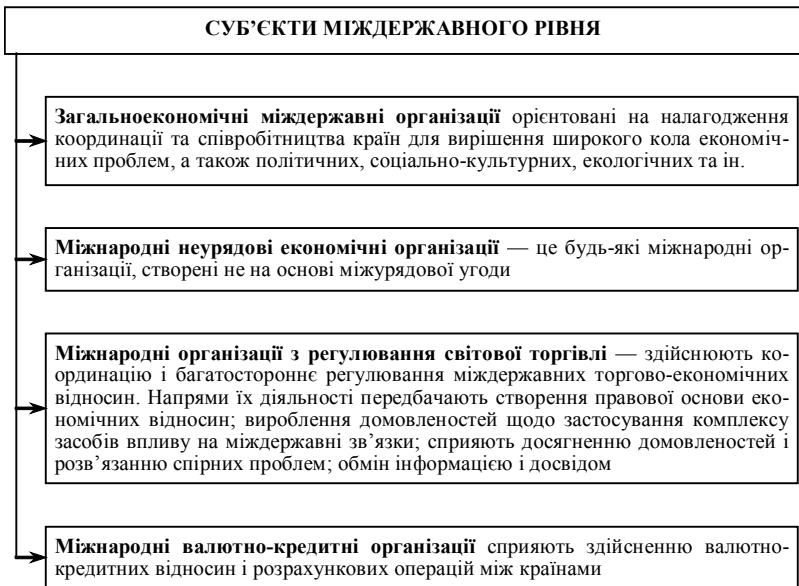


Рис 1.3. Суб'єкти ЗЕД міждержавного рівня діяльності [8]

Існують різні науково-практичні підходи у визначенні суб'єктів ЗЕД. Таке різноманіття пов'язано з різними критеріями, що взяті за основу класифікації (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

**КЛАСИФІКАЦІЯ СУБ'ЄКТІВ ЗЕД ЗА РІЗНИМИ
КРИТЕРІАЛЬНИМИ ОЗНАКАМИ.**

Ознака класифікації	Суб'єкти ЗЕД
За рівнями економічної діяльності	мікроекономічний
	макроекономічний
	міждержавний або наддержавний.
За характером власності	приватні
	кооперативні
	державні
За обсягом операцій	великі
	середні
	малі
За належністю капіталу	національні
	змішані.
	іноземні
За правовим статусом	повні товариства
	товариства з обмеженою відповідальністю
	акціонерні товариства відкритого і закритого типу
	командитні товариства
За сферою господарської діяльності	промислові
	сільськогосподарські
	торгові
	транспортні
	страхові
	посередницькі
	туристичні та ін.

Варіанти взаємодії національних суб'єктів господарювання є досить різноманітними. Формалізуючи такі ситуації, можна у вигляді схем відобразити п'ять випадків (рис. 1.4, 1.5, 1.6, 1.7, 1.8).



Рис. 1.4. Господарські зв'язки між національними суб'єктами господарювання та їх іноземними партнерами на території України

Примітка: У — національний суб'єкт господарювання; В — зарубіжний контрагент національного суб'єкта господарювання; МГК — міжнародний господарський контракт.

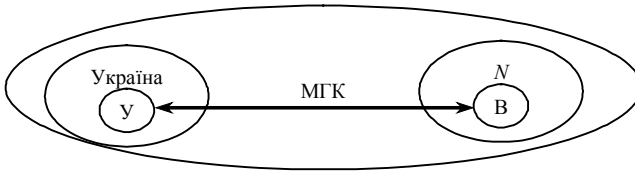


Рис. 1.5. Господарські зв'язки між національними суб'єктами господарювання, розташовані на території України, та їх зарубіжними партнерами, що перебувають у своїй або іншій країні

Примітка: У — національний суб'єкт господарювання; В — зарубіжний контрагент національного суб'єкта господарювання; N — зарубіжна країна; МГК — міжнародний господарський контракт.

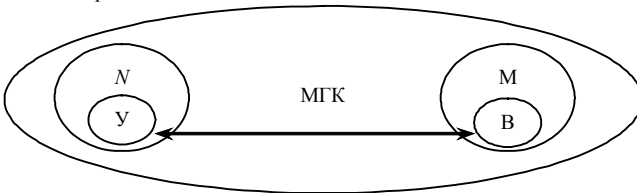


Рис. 1.6. Господарські зв'язки між національними суб'єктами господарювання, які розташовані за межами України, та їх зарубіжними партнерами, що перебувають у своїй або іншій країні

Примітка: У — національний суб'єкт господарювання; В — зарубіжний контрагент національного суб'єкта господарювання; N, М — зарубіжні країни; МГК — міжнародний господарський контракт.



Рис. 1.7. Господарські зв'язки між національними суб'єктами господарювання, які розташовані за межами України, та їх зарубіжними партнерами, на території третьої країни.

Примітка: У — національний суб'єкт господарювання; В — зарубіжний контрагент національного суб'єкта господарювання; МГК — міжнародний господарський контракт.

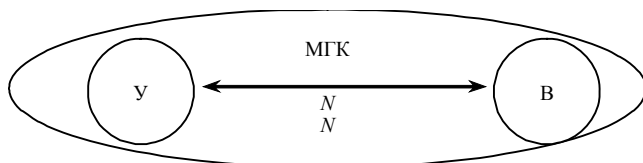


Рис. 1.8. Господарські зв'язки між національними суб'єктами господарювання, які розташовані за межами України, та їх зарубіжними партнерами, в країні — місці перебування останніх.

Примітка: У — національний суб'єкт господарювання; В — зарубіжний контрагент національного суб'єкта господарювання; МГК — міжнародний господарський контракт [7].

Усі суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності мають рівне право здійснювати будь-які її види, прямо не заборонені законами України, незалежно від форм власності та інших ознак. Фізичні особи мають право здійснювати зовнішньоекономічну діяльність з моменту набуття ними цивільної дієздатності згідно з законами України. Фізичні особи, які мають постійне місце проживання на території України, мають зазначене право, якщо вони зареєстровані як підприємці згідно з Законом України «Про підприємництво». Юридичні особи мають право здійснювати зовнішньоекономічну діяльність відповідно до їх статутних документів з моменту набуття ними статусу юридичної особи.

Втручання державних органів у зовнішньоекономічну діяльність її суб'єктів у випадках, не передбачених законом, у тому числі через видання підзаконних актів, які створюють для її здійснення умови, гірші від встановлених законом, є обмеженням права здійснення зовнішньо-

економічної діяльності і як таке забороняється. До суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності може бути застосована санкція у вигляді тимчасового призупинення права здійснення такої діяльності у випадках порушення чинних законів України, що стосуються цієї діяльності.

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

1.4. Принципи зовнішньоекономічної діяльності

Принципи ЗЕД можна згрупувати таким чином: загальні, специфічні і національні.

Загальні принципи зовнішньоекономічної діяльності — це невелика кількість загально визначених правил, що стали своєрідними загально-відомими істинами (аксіомами), яких дотримуються всі учасники міжнародних ділових операцій. І хоча в різноманітних виданнях набір цих принципів може відрізнятися, однак у кінцевому результаті вони зводяться до трьох головних: *науковість, системність, взаємовигідність*.

Принцип науковості ЗЕД означає, що розвиток цієї діяльності здійснюється відповідно до об'єктивних економічних законів; *принцип системності* ЗЕД — що між окремими її складовими існують міцні взаємозв'язки; *принцип взаємовигідності* ЗЕД означає, що кожний партнер, який бере участь у міжнародних операціях, одержує свій прибуток.

Крім наведених загальних принципів управління ЗЕД багато специфічних принципів, яких також слід дотримуватися.

Специфічні принципи ЗЕД закріплені у відповідних міжнародних правових актах і є обов'язковими для виконання всіма державами, що підписали той або інший акт.

Найбільш повний перелік принципів організації міжнародних економічних відносин відображає *Хартія економічних прав і обов'язків держав* — документ, прийнятий IV Спеціальною Сесією Генеральної Асамблеї ООН (1974), отже, зазначені вище принципи такі:

- суверенітет;
- територіальна цілісність і політична незалежність держав;
- суверенна рівність усіх держав;

- ненапад і невтручання у внутрішні справи;
- взаємна і справедлива вигода;
- мирне співіснування;
- рівноправність і самовизначення народів;
- мирне регулювання спорів;
- усунення несправедливості, що виникає в результаті застосування сили і позбавляє націю засобів для її нормального розвитку;
- сумлінне виконання міжнародних зобов'язань;
- повага до прав людини та основних свобод;
- відсутність прагнення до гегемонії в сферах впливу;
- сприяння міжнародній соціальній справедливості;
- міжнародне співробітництво з метою розвитку;
- вільний доступ до морів для країн, що їх не мають.

Значна частина специфічних принципів діє на регіональному рівні. Для України особливий інтерес становлять *принципи ЗЕД у Європейському Союзі, які містяться в так званій Білій книзі (1985)* і включають:

- ◆ контроль і оформлення документів на товари, що перетинають національні кордони;
- ◆ свободу пересування осіб для працевлаштування або постійне місце проживання в будь-якій країні;
- ◆ уніфікацію технічних норм і стандартів;
- ◆ відкриття споживчих ринків;
- ◆ лібералізацію фінансових послуг;
- ◆ поступове відкриття ринку інформаційних послуг;
- ◆ лібералізацію транспортних послуг;
- ◆ створення сприятливих умов для промислового співробітництва з урахуванням законодавства про права на інтелектуальну і промислову власність;
- ◆ усунення фіскальних бар'єрів.

Національні принципи ЗЕД закріплюються в законодавчих актах відповідних країн. Оскільки всі країни використовують тією чи іншою мірою механізми державного регулювання ЗЕД, то існує і відповідна правова основа таких дій.

Щодо зовнішньоекономічної діяльності українських підприємств, то її принципи закріплені в ст. 2 Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність» [8]. Причому ці принципи охоплюють і діяльність іноземних суб'єктів господарської діяльності в Україні.

Суб'єкти господарської діяльності України та іноземні суб'єкти господарської діяльності у здійсненні зовнішньоекономічної діяльності керуються відповідними вихідними положеннями.

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

- у виключному праві народу України самостійно та незалежно здійснювати зовнішньоекономічну діяльність на території України, керуючись законами, що діють на території України;
- обов'язку України неухильно виконувати всі договори і зобов'язання України в галузі міжнародних економічних відносин.

2. *Принципом свободи* зовнішньоекономічного підприємництва, що полягає:

- у праві суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності добровільно вступати у зовнішньоекономічні зв'язки;
- у праві суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності здійснювати її в будь-яких формах, які прямо не заборонені чинними законами України;
- в обов'язку дотримуватися при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності порядку, встановленого законами України;
- у виключному праві власності суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності на всі одержані ними результати зовнішньоекономічної діяльності.

3. *Принципом юридичної рівності і недискримінації*, що полягає:

- у рівності перед законом усіх суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності, незалежно від форм власності, у тому числі держави у разі здійснення зовнішньоекономічної діяльності;
- у забороні будь-яких, крім передбачених цим Законом, дій держави, результатом яких є обмеження прав і дискримінація суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності, а також іноземних суб'єктів господарської діяльності за формами власності, місцем розташування та іншими ознаками;
- неприпустимості обмежувальної діяльності з боку будь-яких її суб'єктів, крім випадків, передбачених законом.

4. *Принципом верховенства закону*, що полягає:

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

5. *Принципом захисту інтересів суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності*, який полягає у тому, що Україна як держава:

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

- здійснює рівний захист всіх суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності України за межами України згідно з нормами міжнародного права;

- здійснює захист державних інтересів України як на її території, так і за її межами лише відповідно до законів України, умов підписаних нею міжнародних договорів та норм міжнародного права.

6. *Принципом еквівалентності обміну*, неприпустимості демпінгу при ввезенні та вивезенні товарів.

1.5. Основні напрями розвитку зовнішньоекономічних зв'язків України

У наш час Україна послідовно розвиває зовнішні економічні зв'язки з країнами всіх континентів. Як незалежна держава, зберігши висококваліфіковані кадри, здатні до наукомісткої праці, володіючи значними земельними та сировинними ресурсами, маючи сприятливий клімат, вигідне географічне положення у Центральній Європі, кордони з багатьма державами, вихід до моря, Україна має достатньо потужний потенціал для ефективної інтеграції до світової економіки, а отже, і успішного розвитку.

У перші роки незалежності зовнішня економічна діяльність України була незначною і нерациональною, з властивою вузькою географією, нерозвиненою структурою і перевагою імпорту над експортом. Причиною такої ситуації був досить високий рівень інтеграції і кооперування всіх без винятку галузей господарства України з господарствами колишніх республік Радянського Союзу.

Така ситуація обумовила в 1991 р. денонсування попереднього Союзного договору і підписання угоди про утворення Співдружності Незалежних Держав (СНД), до якої спочатку ввійшли Росія, Україна і Білорусь, а згодом приєдналися інші республіки колишнього СРСР, крім країн Балтії. Проте з часом структура і динаміка зовнішньоекономічних зв'язків поступово змінюється як в кількісному, так і якісному аспектах (табл. 1.2).

У 2009 р. зовнішньоекономічні операції Україна здійснювала з 212 країнами (проти 216 країн у 2008 р., 187 країн в 2000 р., 185 країнами у 1995 р. і 135 країнами у 1994 р.) [12].

Таблиця 1.2

БАЛАНС ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ, млрд дол. США

Рік	Зовнішньоторговельний оборот	Експорт	Імпорт	Сальдо
1993	18,8	8,7	10,1	—1,4
1994	24,8	11,6	13,1	—1,5
1995	29,3	14,0	15,2	—1,1
1996	37,3	19,1	18,2	0,9
1997	37,5	19,0	18,5	0,5
1998	32,6	16,5	16,1	0,4
1999	28,2	15,2	13,0	2,2
2000	33,2	18,1	15,1	3,0
2001	36,7	19,8	16,9	2,9
2002	40,2	22,0	18,2	3,8
2003	51,8	27,3	24,5	2,8
2004	69,1	38,0	31,1	6,9
2005	79,5	40,4	32,5	1,3
2006	94,7	45,9	48,8	—2,9
2007	123,9	58,3	65,6	—7,3
2008	170,7	78,7	92,0	—13,3
2009	99,8	49,2	50,6	—1,4

Джерело: Складено на основі даних Держкомстату [12].

До країн СНД експортовано 34 % усіх товарів, до країн ЄС — 23,8 % (у 2008 р. — відповідно 34,4 і 26,9 %). Найбільші експортні поставки здійснювались до Російської Федерації — 21,1 %, Туреччини — 5,3, Китаю — 3,8, Казахстану — 3,7, Білорусі — 3,3, Німеччини і Польщі — по 3,1 % загального обсягу експорту. У 2009 р. зменшилися обсяги експорту до більшості головних торгових партнерів, крім Китаю та Індії (табл. 1.3, 1.4). Обсяги експорту в 2009 р. порівняно з 2008 р. зменшилися на 62,5 %, імпорту — на 55,0 %. Від'ємне сальдо становило 1,4 млрд дол. (2008 р. — 13,3 млрд дол.).

Таблиця 1.3

**КРАЇНИ СВІТУ — ОСНОВНІ ТОРГОВЕЛЬНІ ПАРТНЕРИ
УКРАЇНИ ЗА ПІДСУМКАМИ 2009 р.**

Країни СНД	Країни Європи	Країни Азії	Країни Америки
Російська Федерація	Польща	Туреччина	США
Казахстан	Німеччина	Китай	Віргінські Острови
Білорусь	Італія	Індія	Бразилія
Молдова	Франція	Республіка Корея	Мексика
	Угорщина		
	Литва		
	Іспанія		
	Словаччина		
	Нідерланди		
	Австрія		
	Чеська Республіка		

Джерело: Складено на основі даних Держкомстату [12].

Таблиця 1.4

**ГЕОГРАФІЧНА СТРУКТУРА
ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ ТОВАРАМИ (2007—2009 рр.), %**

Показ- ники	Країни СНД	Інші країни					
			Європи	Азії	Америци	Африки	Австралії
Експорт							
2007	36,9	63,1	31,8	20,1	5,1	5,9	0,1
2008	35,5	64,5	28,6	23,0	7,2	5,5	0,1
2009	34,0	66,0	26,0	30,4	2,8	6,6	0,2
Імпорт							
2007	46,8	53,2	35,7	13,4	3,2	0,7	0,2
2008	38,8	61,2	36,7	17,8	4,4	1,7	0,6
2009	43,4	56,6	35,7	14,3	4,8	1,3	0,5

Джерело: [16].

Російська Федерація залишається основним торговим партнером України, частка якої становить 21,1 % в українському експорті та 28,0 % українського імпорту. Найбільшими партнерами з експорту також були: Туреччина, Китай, Німеччина, Польща, Білорусь; Казахстан, Італія, Індія. За 2009 р. експортні поставки найбільше зросли до Китаю — у 2,6 рази (за рахунок поставляння чорних металів, а також руд, шлаків і золи) та Індії — на 13,1 % (за рахунок постачання жирів і олій тваринного або рослинного походження і чорних металів). Зменшився обсяг експорту до Італії — 39,5 % від рівня 2008 р., Туреччини — 42,7 %, Польщі — 50,2, Російської Федерації — 50,6, Білорусі — 59,4, Німеччини — 64,9, Казахстану — 83,1 %.

Основу товарної структури зовнішньої торгівлі України, як і раніше, становлять мінеральні продукти, недорогочінні метали і вироби з них, механічні та електричні машини, продукція хімічної та пов'язаних з нею галузей промисловості, продукти рослинного походження.

Основним позитивним впливом на динаміку українського експорту до країн ЄС, США, країн Африканського континенту, Азійсько-Тихоокеанського регіону є припинення квотування української металопродукції та продукції хімічної промисловості у зв'язку зі вступом України до СОТ.

У 2009 р. порівняно з 2008 р. зменшилися обсяги імпорту до України всіх головних торгових країн-партнерів. Імпортні поставляння з Китаю становили 47,2 %, Польщі — 47,9, Німеччини — 51,7, Білорусі — 55, Російської Федерації — 60,5, Казахстану — 68,3, Узбекистану — 81,9 % від обсягів 2008 р.

У загальному обсязі імпорту товарів збільшилась частка енергетичних матеріалів, нафти та продуктів її перегонки, електричних машин, полімерних матеріалів, пластмас, фармацевтичної продукції, паперу та картону. Зменшилась частка механічних машин, чорних металів, наземних транспортних засобів, крім залізничних.

Від'ємне сальдо наявне в торгівлі з такими країнами:

- *СНД:* Росія, — 4,7 млрд дол. США; Узбекистан — 1,2 млрд дол., Казахстан — 0,6 млрд дол., Туркменістан — 0,4 млрд дол., Білорусь — 0,4 млрд дол.;

- *ЄС:* Німеччина — 2,6 млрд дол. США; Польща — 1,0 млрд дол.; Франція — 0,5 млрд дол.; Чехія — 0,3 млрд дол.;

- *США:* близько 1,0 млрд дол. США;

- *Азія:* Китай — 1,2 млрд дол. США.

Серед регіонів України найбільші обсяги зовнішньоекономічних операцій припадають на м. Київ, Донецьку, Дніпропетровську, Одеську, Запорізьку, Київську та Харківську обл. [16].

Вплив *фінансової та економічної кризи*, виникнення якої в Україні стало очевидним восени 2008 року, мав наслідком погіршення низки фінансово-економічних показників в усіх галузях економіки. Негативні зміни відбулися і в зовнішньоекономічній діяльності країни. У цьому зв'язку насамперед потрібно зазначити істотне скорочення попиту на залізо і сталь, що призвело до зменшення обсягів експорту продукції чорної металургії (на 55,4 %) і надходження валюти до української економіки.

Також суттєво знизився експорт продукції хімічної галузі та мінеральних продуктів (на 48,6 і 44,6 % відповідно). Необхідно додати, що до основних країн — імпортерів українських чорних металів у 2009 р., крім Туреччини та Росії, приєдналися Ліван і Китай — частка кожної з цих країн зросла до 6,0 %.

Дещо меншим було падіння експорту машин та устаткування (на 36,8 %) і продукції АПК (на 12,2 %). Таке невелике зменшення експорту продовольчих товарів відбулось насамперед за рахунок достатньо високих обсягів експорту зерна (знизилась всього на 4 %) та олій (знизилась на 7,7 %).

У географічному розподілі експорту в 2009 р. порівняно з 2008 р. найбільше скоротились обсяги поставок до Європи, Америки та Російської Федерації (відповідно у 1,9; 3,7 та 1,9 рази). Відповідно частка Європи в загальному обсязі експорту знизилась з 29,1 до 25,4 %, Америки — з 6,1 до 2,8 %, Російської Федерації — з 23,2 до 21,0 %. Серед регіонів найменше знизилась частка експорту до країн Азії — на 23,6 %, що зумовило зростання частки цього регіону до 30 % (у 2008 р. — 23,5 %).

Імпорт. У 2009 р. в Україну було ввезено товарів на загальну суму 45,0 млрд дол. США, що на 46,2 % менше, ніж у минулому році. Зменшення вартісних обсягів імпорту в 2009 р. обумовлено зменшенням фізичних обсягів імпорту (на 43,2 %).

За *товарними групами* у 2009 р. найбільше знизилась вартісна частка імпорту машинобудівної та металургійної продукції (на 66 і 58,1 % відповідно). Зменшення імпорту машинобудівної продукції відбулось здебільшого за рахунок падіння майже вшестеро імпорту наземних транспортних засобів. Імпорт мінеральних продуктів скоротився на 35,5 % у першу чергу через зменшення вартісних обсягів нафти і нафтопродуктів (на 33,8 і 54,8 % відповідно). Вартісна частка імпорту газу майже не змінилась. Фізичні обсяги імпорту газу зменшились на 28 % за одночасного підвищення ціни на 17,1 %. Як наслідок — частка імпорту природного газу в товарній структурі імпорту зросла до 16,5 % (у 2008 р. — 9 %). Імпорт хімічної продукції впав на

30,9 % за рахунок падіння імпорту пластмас на 39,1 %. Імпорт продукції АПК скоротився найменше — на 23,5 %, причому найбільше впав імпорт олії та м'яса (на 38,9 і 32,6 % відповідно), а імпорт цитрусових навіть збільшився на 8,6 %.

У географічному походженні імпорту товарів зросла частка країн СНД (з 38,6 до 43,4 %) і особливо Росії (з 23,2 до 29,4 %) за рахунок енергетичної складової. Відповідно знизилась частка країн далекого зарубіжжя (з 61,4 до 56,6 %) через падіння обсягів імпорту з Азії в 2,4 рази, з Америки та Європи — в 1,9 рази.

Аналіз зовнішньоекономічної діяльності України у 2009 р. дає підстави констатувати такі ознаки розвитку зовнішньоекономічної діяльності в Україні:

- наявність впродовж останніх років від'ємного сальдо зовнішньоторговельного обороту;

- закріплення сировинної структури товарного експорту, яка не відповідає національним пріоритетам;

- посилення залежності загальної торгової динаміки від коливань динаміки експорту недорогочінних металів, враховуючи, що експорт металопродукції становить від 40 до 45 % загального експорту товарів, коливання цін на світовому ринку металів впливають на всю економіку країни;

- невисокі обсяги зовнішньої торгівлі, навіть порівняно з постсоціалістичними країнами, — унаслідок переважно сировинної структури експорту, вартісні обсяги середньомісячного експорту товарів до України у вимірі на душу населення досі в кілька разів нижчі, ніж у країнах Центральної та Східної Європи.

Виходячи з зазначеного з метою запобігання розвитку негативних тенденцій і поліпшення становища у зовнішньоторговельній сфері України, на нашу думку, потрібно:

- активізувати переговорний процес щодо створення зони вільної торгівлі «плюс» між Україною та Європейським Союзом — обіцяний Україні статус асоційованого членства в ЄС відкриває певні перспективи, адже всі нові члени Євросоюзу пройшли через це;

- прискорити діяльність із гармонізації сертифікації української продукції відповідно до стандартів ЄС у зв'язку з тим, що досі чимало українських підприємств акцентують увагу на низькій вартості робочої сили і сировини, а не на підвищенні якості продукції;

- активізувати співпрацю зі структурами СОТ щодо реалізації позитивного потенціалу членства України — українські підприємці до цього часу не відчули переваг участі країни в СОТ, тому чимало залежить від діяльності представництва України при СОТ, активності тор-

говельно-економічних місій України за кордоном, кваліфікованої роботи юристів щодо скасування антидемпінгових санкцій проти України, відшкодування збитків, завданих країнами, які не входять до СОТ;

- використати можливості для активізації зовнішньої торгівлі, які відкриваються завдяки проведенню фінальної частини європейського Чемпіонату з футболу в 2012 р. — підготовка до змагань є сприятливою нагодою для поліпшення іміджу країни, для розбудови в кооперації з іноземними партнерами сучасної інфраструктури (доріг, готелів, стадіонів), імпорту в Україну сучасного устаткування, створення спільних підприємств для випуску спортивного інвентаря, виготовлення спеціального одягу, атрибутики для українського та іноземного споживача, що повинно сприятливо позначитися, зокрема, на збільшенні обсягів випуску продукції української легкої промисловості;

- сприяти динамічному розвитку експорту сільськогосподарської продукції — потужний аграрний потенціал України дає змогу динамічно нарощувати експортні поставки продовольчих товарів. Проте застаріла транспортна інфраструктура, брак зерносховищ, відсутність держави як потужного гравця на ринку для забезпечення прийнятних для виробників цін, відсутність системи сертифікації продукції, гармонізованої відповідно до норм ЄС не дозволяють аграрному сектору повністю реалізувати експортні можливості;

- забезпечити створення структури кредитного сприяння експорту — це особливо важливо в умовах погіршення становища банківського сектору України під впливом як внутрішніх суперечностей, так і світової фінансової кризи;

- ініціювати використання гривні у зовнішньоторговельних розрахунках — доцільно розпочати роботу щодо поступового поширення використання гривні в експортно-імпортних операціях передусім із сусідніми країнами-партнерами — Білоруссю, Грузією, Молдовою та ін. Це дасть змогу зменшити курсові ризики учасників зовнішньої торгівлі [12; 16].



Основні терміни та поняття

Зовнішньоекономічні зв'язки, зовнішньоекономічна діяльність, зовнішньоекономічна діяльність підприємства, зовнішньоекономічна операція, зовнішньоекономічний потенціал, імпортер, експортер, суб'єкт зовнішньоекономічної діяльності.



Контрольні запитання, завдання та проблеми для обговорення

1. Наведіть визначення таких понять: «зовнішньоекономічні зв'язки», «зовнішньоекономічна діяльність», «зовнішньоекономічна операція».
2. Поясніть відмінність термінів «зовнішньоекономічні зв'язки», «зовнішньоекономічна діяльність», «зовнішньоекономічна операція».
3. Що являє собою зовнішньоекономічний комплекс країни? Проаналізуйте його на прикладі України.
4. Якими принципами керуються суб'єкти ЗЕД в Україні?
5. Яким чином класифікуються суб'єкти ЗЕД?
6. Назвіть основні цілі суб'єктів, що здійснюють ЗЕД.
7. Назвіть основні види ЗЕД.
8. Охарактеризуйте сучасний стан ЗЕД України.
9. Назвіть основні напрями розвитку зовнішньоекономічних зв'язків України.
10. Обґрунтуйте основні напрями покращення міжнародної економічної діяльності України за сучасних фінансово-економічних умов.



Тести

- 1. ЗЕД — це діяльність, яка пов'язана з відносинами між:**
 - а) двома резидентами;
 - б) двома нерезидентами;
 - в) державою і нерезидентом.
- 2. Хто з названих може бути суб'єктами ЗЕД в Україні:**
 - а) громадяни України, права яких не обмежені законом;
 - б) юридичні особи, що зареєстровані в Україні;
 - в) уряд США;
- 3. За дієздатністю суб'єкти ЗЕД поділяються так:**
 - а) держава і власники;
 - б) підприємства і фірми;
 - в) фізичні та юридичні особи.
- 4. Що з перерахованого належить до основних видів ЗЕД:**
 - а) науково-виробнича кооперація з іноземними суб'єктами господарювання;
 - б) комплектація імпортованих закупівель;
 - в) отримання картки суб'єкта ЗЕД на митниці.

5. Обов'язок дотримуватись при здійсненні ЗЕД порядку, встановленого законодавством України, — це:

- а) принцип верховенства закону;
- б) принцип юридичної рівності;
- в) принцип свободи зовнішньоекономічного підприємництва.

6. Обов'язок України щодо виконання договорів і зобов'язань у сфері міжнародних економічних відносин — це:

- а) принцип юридичної рівності та недискримінації;
- б) принцип суверенітету народу України;
- в) принцип верховенства закону.

7. Принцип верховенства закону — це:

- а) рівність перед законом всіх суб'єктів ЗЕД;
- б) регулювання ЗЕД тільки законами України;
- в) обов'язок додержуватися при здійсненні ЗЕД тільки порядку, встановленого законодавством.

8. Принцип рівності передбачає:

- а) рівність перед законом всіх суб'єктів ЗЕД;
- б) регулювання ЗЕД тільки законами України;
- в) обов'язок додержуватися при здійсненні ЗЕД порядку, встановленого законодавством.

9. Демпінг — це продаж за кордоном товарів за цінами, які порівняно з цінами у країнах експорту є:

- а) дещо вищі;
- б) такі самі;
- в) нижчі.

10. Визначте пріоритетний напрям державної політики в Україні стосовно імпорту на сучасному етапі:

- а) структурна перебудова імпорту;
- б) поступове розширення селективного імпорту дефіцитної сировини з країн, що розвиваються;
- в) стимулювання конкурентного середовища на внутрішньому ринку.



Література

1. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: [підручник для вузів] / І. В. Багрова, Н. І. Редіна, В. Є. Власюк, О. О. Гетьман. — К. : ЦНЛ, 2004. — 580 с.
2. Торгова Л. В. Основи зовнішньоекономічної діяльності: навчально-методичний посіб. : [для студ. вищ. навч. закл.] / Торгова Л. В., Хитра О. В. — Львів : «Новий світ-2000», 2006. — 512 с.
3. Гребельник О. П. Основи зовнішньоекономічної діяльності. 3-тє видання перероблене та доповнене : підруч. [для студ. вищ. навч. закл.] / О. Гребельник — К. : Центр учбової літератури, 2008. — 432 с.

4. Дідівський М. І. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства : навч. посібник [для студ. вищ. навч. закл.] / М. Дідівський — К. : Знання, 2006. — 462 с. — (Вища освіта XXI століття).
5. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: : підруч. [для студ. вищ. навч. закл.] / Ю. В. Макогон, В. С. Рижиков, та ін. / — К. : ЦНЛ, 2006 — 424 с.
6. Козак Ю. Г. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств / Ю. Г. Козак, Н. С. Логвінова, І. Ю. Сіваченко; 2-ге видання перероблене та доповнене. — К. : ЦНЛ, 2006. — 792 с.
7. Румянцев А. П. Зовнішньоекономічна діяльність : навчальний посібник [для студ. вищ. навч. закл.] / Румянцев А. П., Румянцева Н. С. — К. : ЦНЛ, 2004. — 377 с.
8. Закон України від 16.04.91 р. № 956-XII «Про зовнішньоекономічну діяльність». [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.kmu.gov.ua/dmsu/control/uk/faq/fulllist?themeld=340403&qilstind=11>
9. Закон України від 05.02.92 р. № 2097-XII «Про Єдиний митний тариф» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.kmu.gov.ua/dmsu/control/uk/publish/article?art_id=299265&cat_id=292232
10. Закон України від 05.04.01 р. № 2371-III «Про Митний тариф України» (зі змінами та доповненнями) [Електронний ресурс].— Режим доступу: http://www.kmu.gov.ua/dmsu/control/uk/publish/article?art_id=1388775&cat_id=295973
11. Митний кодекс України: Зі змінами і доповненнями, внесеними Законами України від 28 листопада 2002 року [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.kmu.gov.ua/dmsu/control/uk/publish/printable_article?art_id=339742
12. Інформаційно-аналітичні матеріали [Держкомстат України, 1998—2009] [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/operativ>
13. Про стан платіжного балансу в 2009 році. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: www.bank.gov.ua/Balance/PB/2009/State_2009
14. Інформаційно-аналітичні матеріали. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.pravda.com.ua/news/2009/6/17/96732.htm>
15. Економічна політика України: таблиця основних показників економічного розвитку України. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=223022095&cat_id=43255
16. Зовнішня торгівля України товарами та послугами. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://ukrexport.gov.ua/ukr/economica/ukr/2185.html>

2

Розділ

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

2.1. Меркантилізм (mercantilism)

Меркантилізм — теорія і політика торгового капіталу періоду первісного нагромадження (європейські держави XVI—XVIII ст.). Згідно з підходами меркантилізму економічний добробут визначається кількістю придбаних дорогоцінних металів. Основний зміст меркантилізму полягає в обмеженні імпорту та збільшенні експорту для того, щоб в країні накопичувалось істинне, на думку прихильників меркантилізму, багатство — золото, срібло тощо, а сальдо торгового балансу було б незмінно активним.

Представниками цієї економічної думки можна назвати таких науковців, як У. Стаффорд (W. Stafford), Т. Ман (T. Mann), Д. Стюарт (J. Steuart), А. де Монкретьєн (A. de Montchrestien), А. Серра (A. Serra) та ін. У своїй еволюції меркантилізм пройшов два етапи: 1) ранній меркантилізм XVI ст., 2) пізній меркантилізм XVII—XVIII ст.

1. *Ранній меркантилізм*, або інакше — *монетаризм*, засновувався на теорії «грошового балансу». Залучення та утримання грошей в країні забезпечувало збільшення багатства суспільства і держави. Вивіз грошей був заборонений як громадянам країни, так і іноземцям; металеві і паперові знаки мали витратитися лише всередині країни. *Основні положення раннього меркантилізму*: а) багатство суспільства створюється у сфері обігу; б) основним багатством є золоті та срібні гроші, в) мета державної політики у сфері зовнішньої торгівлі — нагромадження в країні таких надходжень (золота і срібла).

2. *Пізній меркантилізм* засновувався на теорії *активного торговельного балансу*. На теоретичній основі пізнього меркантилізму почав формуватися *протекціонізм* економічної політики держави. Одним з основних положень теорії меркантилізму XVII—XVIII ст. є перевищення експорту над імпортом, що забезпечує приплив грошей з-за кордону і сприяє зростанню національного багатства. Звідси відповідна зовнішньоторговельна політика держави: субсидії експортним галузям і суб'єктам господарювання, заохочення експорту готової продукції та

заборона вивозу сировини, обмеження імпорту тих товарів, які можуть становити конкуренцію вітчизняним аналогам та ін.

Основні положення пізнього меркантилізму: а) вивіз товарів за кордон має перевищувати ввіз, при цьому цінність імпорту визначається лише тим, наскільки він стимулює, а отже, зростанню сприяє експорт; б) для забезпечення активного торгового балансу можуть бути використані два способи — по-перше, вивіз готової продукції (більш дохідної порівняно з сировиною); по-друге, через надання посередницьких послуг у здійсненні зовнішньоторговельних операцій за наявності контролю держави за вивозом коштів за кордон; в) застосування мита дозволяє заохочувати вивіз товарів і обмежувати ввіз.

Сучасний протекціонізм розглядається не як обов'язкова та виняткова модель розвитку, а як окремий випадок економічної політики. Мотиви сучасного протекціонізму: захист новітніх («молодих») видів виробництва і галузей; запобігання виникненню на національному ринку явищ імпортного демпінгу; сприяння диверсифікації виробництва; створення умов для збільшення зайнятості; підтримка оборонної промисловості тощо.

2.2. Теорія абсолютних переваг (absolute advantage theory)

А. Сміт (A. Smith) запропонував теорію *абсолютних переваг*, яку протиставив меркантилізму. Теорія А. Сміта стала підґрунтям політики *фритредерства* — вільної торгівлі.

Абсолютні переваги — це можливість країни виробляти певний товар із меншими витратами порівняно з іншими країнами. А. Смітом було доведено, що зовнішня торгівля створює позитивний ефект збільшення національного багатства, без застосування додаткових ресурсів. Обґрунтування цього положення полягає у такому. Зазвичай експортується той товар, який ціниться вище за кордоном, ніж в країні його виготовлення, оскільки там він дефіцитний. Через це товар дає експортний дохід, який вищий порівняно з тим, який утворюється на внутрішньому ринку. В умовах закритої економіки і за відсутності зовнішньої торгівлі для аналогічного приросту доходу необхідно було б залучати додаткові ресурси — без цього такий приріст був би неможливим.

На підставі доказів, що зовнішня торгівля веде до збільшення національного багатства А. Сміт вивів *правила ефективних експортних позицій* країни, а саме: 1) експортувати варто той товар, відповідно якого в країні досягнуті абсолютні конкурентні переваги; 2) абсолютні переваги досягаються тоді, коли національний товар має більш низькі витрати порівняно з витратами інших держав на виробництво аналога.

Здійснюючи експорт товарів, за якими витрати виробництва нижчі, ніж за кордоном, варто одночасно імпортувати ті товари, що мають більш високий рівень витрат всередині країни порівняно з виробництвом поза її межами. Як наслідок, кожна з країн буде виробляти дешевші товари понад внутрішньої потреби, здійснюючи обмін надлишками із закордонними партнерами за наявності взаємної вигоди.

Таким чином, в економічній системі А. Сміта були визначені об'єктивні умови міжнародної спеціалізації, а саме: якщо витрати виробництва певного товару однієї нації нижчі порівняно з витратами виробництва іншої нації, то перша з них має абсолютні переваги і може спеціалізуватися на виробництві та торгівлі цього блага. За умов пріоритетного розвитку галузей, що досягли абсолютних переваг, результатом орієнтації країн на ефективну спеціалізацію стає природний процес міжнародного поділу праці.

Взаємні вигоди учасників міжнародної торгівлі, за А. Смітом, визначаються так: 1) міжнародна спеціалізація веде до збільшення загальної кількості товарів, що випускаються у всіх учасників світової торгівлі; 2) світова торгівля дозволяє одержати більше товарів, у ширшому асортименті та за нижчими цінами.

А. Сміт виділяв: 1) *природні переваги* країни (кліматичні, природні умови) і 2) *набуті переваги*, ті, які визначаються спеціалізацією виробництва. Сучасний підхід до використання теорії абсолютних переваг потребує урахування таких визначальних факторів, як використання наукових і технологічних досягнень, оскільки саме вони забезпечують набуті конкурентні якості країни.

2.3. Теорія порівняльних переваг (comparative advantage theory)

Порівняльні переваги — це здатність виробляти товар із більш низькими витратами порівняно з виробництвом товарів у інших галузях країни (із більш низькими витратами заміщення).

Першість стосовно виникнення ідеї порівняльних переваг належить Р. Торренсу (R. Torrens). Д. Рікардо (D. Ricardo) науково довів цю ідею та

представив концептуально. Зважаючи на це назва концептуального підходу відображає подвійне авторство — теорія Рікардо — Торренса.

Завдяки обґрунтуванню ідеї порівняльних переваг стало доведеним вигідність міжнародної торгівлі навіть у тому випадку, коли не існує певних абсолютних переваг, але є для цього підстави з позиції зіставлення цін (витрат) на внутрішньому ринку різних країн.

Порівняльні переваги можна спостерігати там, де для виробництва двох товарів необхідна різна кількість праці. Коли виробництво характеризується різними витратами праці. Це означає, що внутрішні альтернативні вартості двох товарів у різних країнах різні, внаслідок цього внутрішні співвідношення цін до встановлення торговельних відносин також різні, отже, виникають підстави для виникнення альтернативної вартості.

Згідно з цією теорією необхідним є зіставлення витрат виробництва не тільки однотипних товарів різних країн, а й різнорідних товарів усередині країни. Може скластися ситуація, за якої продукція певної галузі окремо взятої країни має нижчі витрати, ніж у інших країнах, але вищі, ніж продукція вітчизняної найбільш розвиненої галузі. Тому слід відмовитись від порівняльно менш ефективного виробництва, а ресурси, що вивільнилися, спрямувати у більш ефективне виробництво. Це означає, що експортна галузь має бути більш високопродуктивною порівняно з іншими галузями країни. Тоді збільшення частки цього виду виробництва дозволить країні збільшити свій національний дохід.

Критерії вибору експортного та імпортного спрямування для максимізації вигоди від зовнішньої торгівлі, за Д. Рікардо: 1) екпортується товар, який має порівняльні переваги стосовно інших товарів внутрішнього ринку, а імпортується той, який таких переваг не досяг; 2) експортний товар може стати імпортом для іншої країни у разі, якщо його порівняльні національні витрати будуть нижчі, ніж відносні витрати аналога в іншій країні.

Висновки Д. Рікардо побудовані на вимірі відносних цін у годинах праці. У наш час до таких самих висновків можна дійти, піддавши порівнянню ціни (витрати) у доларовому еквіваленті або в євро, унаслідок того, що всі види валют функціонують у режимі обмінного валютного курсу.

2.4. Закони Дж. С. Мілла (J. S. Mill)

Подальшу розробку теоретичних проблем із напрямку дослідження порівняльних переваг і поглиблення цього спрямування відображають праці Дж. С. Мілла, який сформулював закони інтернаціональної вартості і міжнародної конкуренції.

Закон інтернаціональної вартості відображає діапазон світової ціни товару. Дж. С. Мілл довів, що нижчі порівняльні ціни товару будуть виштовхувати його з країни, і він стане об'єктом зовнішньоекономічної експансії. Товар же з відносно високими цінами буде поступатися місцем імпорту. Світова ціна встановлюється у межах відносних цін, які існували в країнах до початку обміну.

Сутність законів міжнародної конкуренції полягає у такому:

- спеціалізація веде до рівноваги у вигодах;
- умовою повної або часткової спеціалізації є нерівність у доходах від виробництва;
- можливість повної виробничої спеціалізації визначається еластичністю заміни у споживанні товарів, що виробляються, і відносним вирівнюванням абсолютних вигод держав, які беруть участь у міжнародному обміні.

2.5. Теорія Хекшера — Оліна (Heckscher — Ohlin theory)

Теорія Хекшера — Оліна — це вчення, згідно з яким країна обирає спрямування експортного виробництва, заснованого на використанні насиченого ресурсу, а спрямуванням для імпорту є виробництво, яке передбачає використання рідкісного ресурсу.

Е. Хекшер (E. Heckscher) і Б. Олін (B. Ohlin) запропонували *двофакторну модель зовнішньої торгівлі*, включивши до її складу, крім праці, дію ще одного фактора виробництва — капіталу, розвинувши таким чином теорію порівняльних переваг Д. Рікардо.

Теорія Е. Хекшера та Б. Оліна при обґрунтуванні можливості країн щодо участі у міжнародному обміні спирається на науковий прийом, застосований Д. Рікардо, — порівняння відносних цін. Але якщо Д. Рікардо в основу дослідження було покладено відносні ціни товарів, то Е. Хекшером та Б. Оліним — відносні ціни ресурсів. За теорією Хекшера — Оліна, фактори виробництва розподілені між країнами нерівномірно, вони є диференційованими за ознаками кількості та якості. Відносні ціни ресурсів залежать від їх насиченості та рідкісності. Насичений ресурс дешевший, рідкісний — відносно дорогий.

Із цього витікає *визначення критеріїв вибору спрямувань зовнішньої торгівлі* залежно від наявності ресурсів, а саме: 1) експорту має підлягати товар, який містить насичений ресурс, а імпортуватися той, при виробни-

цтві якого використовується рідкісний ресурс; 2) спеціалізація всередині країни має будуватися на використанні більш дешевого ресурсу — якщо капітал є дешевим, то орієнтуватися треба на капіталомістку продукцію, якщо праця є дешевою — то на трудомістку.

Сучасна структура зовнішньої торгівлі різних країн у цілому підтверджує правильність теорії Хекшера — Оліна, згідно з якою модель міжнародної торгівлі пов'язана зі структурою економіки країн, які вступають у зовнішньоторговельні відносини, а також із внутрішнім розподілом прибутків. Однак за сучасних умов не можна ігнорувати процеси, які відбуваються у міжнародному переміщенні факторів виробництва і зумовлюють послаблення значимості індивідуальних відмінностей країн, заснованих на ресурсному потенціалі. Міжнародний рух капіталу змінює зовнішню торгівлю, приводить до однакової забезпеченості факторами виробництва у різних країнах і ліквідує різницю у нормах прибутку.

2.6. Теорема вирівнювання цін факторів виробництва (the factor price equalization theorem)

Ситуація на внутрішньому ринку ресурсів окремих країн і експорт товарів взаємопов'язані. Якщо припустити, що має місце надлишок капіталу, то це зумовлює спеціалізацію на виробництві капіталомістких товарів і перелив надлишкового фактора виробництва в експортні галузі, що супроводжується зростанням цін на капітал. Аналогічно за надлишку праці виробляється більше трудомістких товарів, при цьому за рахунок збільшення попиту на працю береться зростання заробітної плати (ціна праці). Відповідні зміни відбуватимуться в іншій країні (країна-партнер) з тією лише різницею, що дефіцитний, у першій країні, фактор виробництва є надлишковим, і навпаки. Отже, у процесі міжнародної торгівлі відбувається вирівнювання цін факторів виробництва.

Вагомий внесок у розвиток і уточнення моделі Хекшера — Оліна здійснив П. Самуелсон (P. Samuelson). Зроблений ним *економічний синтез можна подати у вигляді теореми*: у разі однорідності факторів виробництва, ідентичності техніки, досконалої конкуренції та повної мобільності товарів міжнародний обмін вирівнює ціну факторів виробництва між країнами. Теорема вирівнювання цін факторів виробництва

тва відома також під назвою *теорема HOS* — теорема Хекшера — Оліна — Семюелсона.

Дослідження П. Семюелсона доводять, що в умовах сучасних економічних відносин виділяють не поглиблення розбіжності національних цін на ресурси, а наближення до певного міжнародного рівня (тобто відбувається вирівнювання цін).

2.7. Теорема Столпера — Семюелсона (Stolper — Samuelson theorem)

Теорема Столпера — Семюелсона показує як розподіляються доходи від зовнішньої торгівлі між власниками факторів виробництва. Послідовний вплив взаємопов'язаних економічних ефектів є таким: зростання світових цін на експортний товар зумовлює збільшення його пропозиції на зовнішньому ринку, це стимулює виробництво. Зростання ж обсягів готової продукції потребує більшого залучення ресурсів; на внутрішньому ринку підвищується попит на ресурсоінтенсивний фактор, а разом з тим і ціни на нього. Така ситуація веде до збільшення доходів власників відповідного (ресурсоінтенсивного фактора) і одночасно зменшує доходи власників інших факторів виробництва. Отже, підвищення світових цін створює переваги у доходах власників інтенсивних факторів виробництва і, навпаки, погіршує стан власників інших факторів виробництва.

Визначальне положення теореми виведеної В. Столпером (W. Stolper) і П. Семюелсоном (P. Samuelson) можна сформулювати так: якщо відсутнє спільне виробництво, а економіка характеризується досконалою конкуренцією (тобто ціна кінцевого продукту дорівнює сумі цін факторів виробництва), то ціна продукту змінюється на стільки, наскільки в середньому змінюється ціна факторів виробництва.

За умов здійснення зовнішньої торгівлі, наприклад, праценадлишковою країною, ціна праці має зростати більшою мірою порівняно з ціною товару для того, щоб було компенсовано зменшення ціни капіталу. Таке випереджальне збільшення ціни праці у зіставленні з ціною товару, що реалізується на зовнішньому ринку, має назву *ефект підсилення* (magnification effect).

Порівнюючи виробництво працемісткого товару і капіталомісткого, необхідно зазначити таке: оскільки зростання відносних витрат на виробництво працемісткого товару супроводжується збільшенням від-

ношення ціни праці до ціни капіталу, тоді ціна послуг праці зростає стосовно обох товарів, а ціна послуг капіталу — знижується. Відповідно реальна винагорода власників праці зростає, а власників капіталу — знижується.

2.8. Парадокс Леонт'єва (Leontief paradox)

В. Леонт'єв здійснив емпіричну перевірку основних положень теорії Хекшера — Оліна і дійшов парадоксальних висновків. Використовуючи модель міжгалузевго балансу «витрати-випуск», В. Леонт'єв показав, що в американському експорті переважають не капіталомісткі товари, як виходило з теорії Хекшера — Оліна, а трудомісткі. Отже, імпорт був представлений здебільшого капіталомісткими товарами.

Подальший науковий пошук, який мав за мету *пояснення парадоксу Леонт'єва*, привів до думки щодо необхідності введення розширеного тлумачення теорії Хекшера — Оліна. *Сутність розширеного підходу* полягає у тому, що, визначаючи місце країни у міжнародній торгівлі і здійснюючи аналіз її зовнішньоторговельних потоків, слід враховувати щонайменше три додаткові обставини: 1) неоднорідність ресурсів; 2) використання у виробничих процесах природних ресурсів, беручи до уваги масштаби вкладення капіталу; 3) залежність місця країни у міжнародному поділі праці від впливу зовнішньоторговельної політики держави.

1. *Неоднорідність ресурсів* обґрунтована на основі більш докладної (чотирифакторної) моделі факторів виробництва, яка дістала назву «модель кваліфікації робочої сили». Така модель відображає відносні ціни чотирьох факторів: капіталу, землі, кваліфікованої і некваліфікованої праці, і стала основою вирішення парадоксу Леонт'єва. Саме рівень кваліфікації робочої сили став причиною того, що в американському експорті виявилась відносна надлишковість праці як економічного ресурсу, а в експорті країн, що розвиваються, була представлена продукція, що потребувала значних витрат некваліфікованої праці.

Результатом подальшого поглиблення досліджень парадоксу Леонт'єва стало *нове уявлення про капітал*: виокремились такі складові, як фізичний капітал, людський капітал і капітал знань. Крім того, до факторів виробництва почали застосовувати *ієрархічні принципи*, що передбачає виділення: а) базисних факторів (пов'язаних з природними

ресурсами, кліматичними умовами, географічним положенням країни) і б) розвинених факторів, тобто тих факторів виробництва, які є продуктом економічного розвитку (нові технології, кваліфікована робоча сила, сучасна інфраструктура). У диференційований аналіз факторів виробництва включений також *аспект мобільності ресурсів*: чим вища мобільність ресурсу, тим більше можливостей щодо здійснення зовнішньоекономічної експансії.

2. Положення про використання у виробничих процесах природних ресурсів, враховуючи масштаби вкладення капіталу, дозволило пояснити капіталомісткість експорту країн, що розвиваються (багатих природними ресурсами) на фоні того, що капітал у цих країнах не є відносно надлишковим фактором виробництва.

3. Вплив зовнішньоторговельної політики держави як фактора, що суттєво визначає місце країни у міжнародному поділі праці, є об'єктивно зумовленим, враховуючи роль державного регулювання в системі ринкових відносин сучасного типу. Наприклад, зовнішньоторговельна політика може стимулювати вітчизняне виробництво таких товарів і послуг, які передбачають використання стосовно дефіцитних факторів виробництва або будь-що інше.

2.9. Модель альтернативних витрат Г. Хаберлера (G. Haberler)

На відміну від підходів Д. Рікардо, який брав за вихідну умову побудови моделі кількість товарів, що виробляється, і розглядав розбіжність у затратах робочого часу на їх виробництво, Г. Хаберлер (G. Haberler) запропонував інтерпретувати цей підхід інакше — на основі альтернативних витрат (або витрат заміщення).

Модель альтернативних витрат Г. Хаберлера передбачає графічну побудову та аналіз кривої виробничих можливостей у рамках ситуації двокрайнової економіки і дозволяє визначити оптимальне співвідношення у виробництві товарів за умов використання наявних ресурсів і новітньої (найліпшої) технології. Країни, як показують дослідження Г. Хаберлера, експортують переважно продукцію тих галузей, в яких вони володіють ексклюзивною технологією. У разі поширення такої технології та її доступності до використання в інших країнах експорт згаданої країни поступово падає, що породжує зміни у структурі світової торгівлі. Потрібно зазначити, що підходи, запропо-

новані Г. Хаберлером стосовно використання стандартної моделі економіки як основного інструмента дослідження процесів міжнародної торгівлі, тісно пов'язані з теорією технологічного розриву.

2.10. Теорія технологічного розриву (theory of technological gap)

Теорія технологічного розриву розроблена М. Познером (М. Posner, який довів, що кожна індустріальна країна здатна зробити прорив у будь-якому напрямі науки, техніки, технології, у результаті якого одержані винаходи можуть бути освоєнні виробництвом. Такі процеси, що відбуваються в індустріальних країнах, не збігаються у часі, тому у тих країнах, в яких були досягнуті технологічні переваги, виникають одночасно і переваги конкурентні. Це дає можливість зазначеним країнам діставати монопольну ренту. При цьому зазначена ситуація може виникнути за однакової ресурсної забезпеченості країн — учасниць світової торгівлі.

Визначення періоду, впродовж якого країна — продуцент інновації буде найактивніше експортувати новий вид продукції, зроблено М. Познером на основі порівняння імітаційного лага з лагом попиту.

Імітаційний лаг (imitation lag) визначається як проміжок часу між появою новітнього продукту в одній з країн і налагодженням випуску такого товару національними виробниками в інших країнах. *Лаг попиту* (demand lag) визначається як проміжок часу між моментом появи нового продукту на ринку країни і тим моментом часу, коли споживачі визнають цей продукт як товар-замінник існуючим виробам або як якісно новий предмет споживання. Їх різниця, обчислена в одиницях виміру часу, показує тривалість *чисто-го лага*, тобто періоду, коли експортні операції найбільш дієві та результативні.

Наукові підходи М. Познера справедливі як для визначення умов експорту готових продуктів, так і для експорту технологій. Закономірно, що в умовах сучасних світогосподарських процесів для утримання країною позиції провідного експортера потрібні системні заходи державного регулювання зі сприяння розвитку інноваційної діяльності, постійна та активна підтримка процесів, пов'язаних із проведенням науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт та впровадження їх результатів у практику.

2.11. Теорія життєвого циклу товару (product cycle theory)

Теорія життєвого циклу товару — це теорія, яка пояснює мотиви і спрямування зовнішньої торгівлі, зумовлені невідповідністю фаз життєвого циклу товарів у різних країнах.

Автором теорії життєвого циклу товару є Р. Вернон (R. Vernon). Як і М. Познер, він спрямував наукові дослідження на з'ясування конкурентних переваг національних фірм в умовах розриву різних країн, викликані існуючими умовами виробництва. Але Р. Вернон такий розрив пов'язав не з розбіжністю в освоєнні технічного прогресу, а з місцеположенням товару у точці проходження ним фази розвитку виробництва.

Р. Вернон досліджував якісні зміни у сприйнятті товару покупцем, що відбуваються протягом життя товару — від впровадження, зростання, зрілості і до спаду. В теорії продуктового циклу, як правило, виділяються *три етапи*: 1) поява нового продукту на ринку (new product stage); 2) зрілість продукту (standardized product stage); 3) випуск стандартизованого продукту (maturing product stage).

Переміщення товару з внутрішнього ринку на зовнішній виникає мірою досягнення фази зростання та особливо зрілості. Підставою для цього слугує те, що національні ринки освоюють різні цикли виробництва неодноразом, тобто має місце розбіжність фаз життєвого циклу в окремих країнах. Це дозволяє, по-перше, одержувати на зовнішньому ринку монополістичний прибуток; по-друге, подовжувати життя товару в найбільш продуктивній фазі, яка дає фірмі найбільшу масу прибутку, якщо товар буде експортуватися.

Отже, міжнаціональні перепади фаз життєвого циклу товару створюють умови для одержання монопольного прибутку винятково при здійсненні зовнішньоекономічних стратегій.

2.12. Теорія конкурентних переваг М. Портера (Porter's competitive advantage theory)

М. Портер (M. Porter) поєднав макроекономічний аналіз конкурентних переваг країни з дослідженням відмінностей розвитку фірм, що застосовують зовнішньоекономічні стратегії. За М. Порте-

ром, наявність в країні природних ресурсів не може стати конкурентною перевагою нації. Навпаки, країни з багатими природними ресурсами можуть відставати в економічному розвитку, а ті країни, які відчувають нестачу природних ресурсів, — активно розвиватися. Такий розвиток пов'язаний із набутими перевагами, але не з факторами виробництва і тим більше не з використанням природних ресурсів. М. Портер довів, що успіхи країн з багатою експортною складовою зумовлені сучасними конкурентними перевагами фірм, які ґрунтуються на постійно здійснюваних інноваціях та оновленні технологій.

У своїй теорії М. Портер виділив чотири детермінанти («ромб національних переваг») — складові успіху, які визначають стан середовища, всередині якого формуються конкурентні переваги галузей і фірм, а саме:

1. *Параметри факторів виробництва.* Це насамперед фактори, пов'язані з науково-технічним прогресом, — інформаційна, наукова і технічна забезпеченість та стан ринкової, виробничої і соціальної інфраструктури, а також, крім того, традиційні фактори виробництва — праця, земля, капітал, підприємницька активність.

2. *Стратегія фірми* має відповідати становищу фірми у галузі і стану ринку. Правильно обрана стратегія передбачає формування прогресивної бізнес-структури, заснованої на ефективному менеджменті.

3. *Параметри попиту.* Це насамперед місткість ринку, його динаміка, диференціація, рівень вимог покупців до якості товару.

4. *Споріднені і підтримуючі галузі* забезпечують експортні галузі необхідними матеріалами, комплектуючими виробами, інформацією. Це єдність взаємопов'язаних галузей — кластер.

М. Портер підкреслював, що на світовому ринку існує конкуренція фірми, а не урядів. Уряди можуть лише сприяти успіху конкурентної боротьби вітчизняних виробників. Держава може посилити фактори успіху фірми шляхом виваженої економічної політики, підтримки інноваційного процесу і стимулювання експорту.

2.13. Теорія внутрішньогалузевої торгівлі (intra-industry trade theory)

Історичними передумовами виникнення теорії внутрішньогалузевої торгівлі стали процеси активного розвитку міжнародного виробничого кооперування. Такий вид міжнародного співробітництва

засновується на взаємодії окремих виробничих циклів, що відбувається за дислокації певних ланок виробничого ланцюга у різних країнах. При цьому зазначені виробничі цикли є тісно поєднаними і технологічно, а також економічно цілісними. Обмін готовими виробами, які належать до однієї й тієї ж номенклатури, а також окремими вузлами, деталями, компонентами кінцевого продукту, зумовив появу *внутрішньогалузевої торгівлі* (intra-industry trade), яка стала інтенсивно розвиватися разом з міжгалузевою торгівлею (inter-industry trade) і навіть витискати її.

Провідна роль у розвитку теоретичних та емпіричних досліджень внутрішньогалузевої торгівлі належить таким науковцям, як Х. Грубель (G. Grubel), П. Ллойд (P. Lloyd), Б. Баласса (B. Balassa), К. Ланкастер (K. Lancaster), П. Кругман (P. Krugman), П. Армінгтон (P. Armington), Е. Хелпман (E. Helpman) та ін.

Проведені дослідження (передусім Х. Грубеля і П. Ллойда, а також їхніми послідовниками) показали, що інтенсивність внутрішньогалузевої торгівлі, порівняно з базовими галузями, тим вища, чим більш технологічно насиченою є галузь. Особливо високою буде частка внутрішньогалузевої торгівлі в торгівлі хімічними продуктами, машинами, транспортними засобами, тобто науково- і техномісткими товарами. Закономірно, що чим більш промислово розвиненою є країна, тим вищою у структурі виробництва буде частка науково- і техномісткими галузей, тим більшою може бути частка внутрішньогалузевої торгівлі у зовнішньому товарообігу.

Х. Грубель також досліджував феномен внутрішньогалузевої торгівлі і в іншому аспекті. Зокрема, він дав пояснення цього явища через розбіжність розподілу доходів у різних країнах.

Суттєво доповнив теорію внутрішньогалузевої торгівлі Б. Баласса, показавши у своїх дослідженнях, що крім ефекту масштабу, виникнення і розширення внутрішньогалузевої торгівлі може бути пов'язано географічною близькістю прикордонних регіонів, розбіжностями у смаках і перевагах споживачів різних країн, у сільськогосподарських сезонах.

Для визначення галузевої співпорядкованості товарної номенклатури при здійсненні внутрішньогалузевої торгівлі Х. Грубель і П. Ллойд запропонували використовувати Стандартну міжнародну торгово-класифікацію (Standart International Trade Classification — SITC).

Внутрішньогалузева торгівля зумовлена низкою причин. Науковці передусім називають диференціацію продуктів, яка в умовах сучасного стану монополістичної конкуренції стає ширшою, ефект масштабу, географічне розташування виробництва і споживання, розбіжність

розподілу доходів у різних країнах, рівень агрегування товарної групи (товарної позиції).

Для пояснення феномена внутрішньогалузевої торгівлі часто використовують ідеї М. Кемпа і П. Кругмана та теорію перехресного попиту С. Ліндера.

2.14. Сучасна теорія ефекту масштабу

За напрямом дослідження проявів ефекту масштабу в умовах сучасного стану ринкових структур найбільший внесок зробили М. Кемп (M. Kemp) і П. Кругман (P. Krugman). Вони довели, що незважаючи на той факт, що певні країни володіють приблизно однако-вим ресурсним потенціалом, однаково існують умови, за яких товарообмін між ними буде вигідним, а саме — за умов спеціалізації у галузях, яким властивий ефект масового виробництва.

Спільний інтерес країн — учасниць товарообміну полягає у тому, що виникає можливість розширити виробництво і знизити витрати — реалізувати ефект масштабу. Для цього потрібен місткий ринок, тобто світовий.

Модель М. Кемпа, яка графічно відображає трансформацію виробничих потужностей при випуску двох товарів, демонструє можливі випадки розвитку зовнішньої торгівлі. За наявності зростаючого ефекту масштабу розвиток зовнішньої торгівлі може зумовити такі зміни в економіці: 1) виробництво може повністю спеціалізуватися на одному з двох товарів, який і буде експортуватися, або 2) вироблятимуться обидва товари, тоді для з'ясування орієнтирів експорту має залучатися додаткова інформація.

Модель П. Кругмана заснована на принципі одночасного вивчення двох економічних явищ — масштабів виробництва і монополістичної конкуренції. П. Кругман спростовує висновки традиційної теорії міжнародної торгівлі стосовно того, що за умов ідентичності смаків та уподобань споживачів у двох взятих за приклад країнах, майже при однаковому рівні і подібній структурі доходів населення та наявності приблизно однакових факторів виробництва (за показниками обсягу і структури), — міжнародний товарообмін неможливий. П. Кругман доводить, що якщо торгівля між такими країнами відбуватиметься, то це приятиме збільшенню обсягів торгівлі для кожної фірми у кожній з країн. Як наслідок, розширення ринку веде до зниження витрат у роз-

рахунку на одиницю продукції, що реалізується, тобто відбувається економія витрат на масштабах виробництва.

2.15. Теорія перехресного попиту С. Ліндера (overlapping demand theory)

Теорія перехресного попиту С. Ліндера (S. Linder), або *теорія подібності переваг*, пояснює міжнародну торгівлю серед розвинутих країн, спираючись на факт відповідності обсягу і структури попиту певному рівню доходів на душу населення.

Країна, яка досягла високого рівня споживання може експортувати товарні надлишки, але цей товар має відповідати можливостям споживача з певним рівнем добробуту. Тому експортний товар певного рівня споживання має шукати ринок збуту серед країн з аналогічним середньодушовим доходом.

С. Ліндер стверджував, що насиченість попиту на внутрішньому ринку є головною умовою того, що товаропотоки спрямовуватимуться назовні. Проте оптимальний результат експорту може бути досягнутий у тому випадку, коли інша країна матиме структуру попиту подібну до структури попиту країни походження товару. Передумовою найбільш інтенсивної взаємної торгівлі є високий рівень доходу населення, який властивий країнам-партнерам, — за таких умов спостерігається найбільший перетин структур попиту.

С. Ліндер вважав, що його висновки можуть бути застосовані тільки до торгівлі продукцією обробної промисловості, а торгівля природними ресурсами має пояснюватися традиційно — на основі теорії порівняльних переваг і концепції Хекшера — Оліна.

На відміну від концепції Хекшера — Оліна, яка засновується на аналізі пропозиції товарів на світовому ринку, концепція С. Ліндера ґрунтується на аналізі попиту. Зокрема, С. Ліндер враховує фактор «смаки і переваги споживача» і стверджує, що вони значною мірою обумовлюються доходами людей, а отже, для окремо взятої країни середній дохід у розрахунку на душу населення зумовлює специфіковану для кожної країни структуру попиту. У свою чергу унікальна структура попиту кореспондується зі структурою виробництва товарів і товарний асортимент у підсумку визначає експорт країни. Коли країни (кожна зі своєю специфікою внутрішнього споживання) вступають у відносини товарного обміну, то до його сфери потрапляють ті товари,

які споживаються у обох країнах, тобто на які існує перехресний попит (overlapping demand).

2.16. Теорема Рибчинського (Rybczynski theorem)

Наукова ідея Т. Рибчинського, представлена як обґрунтована ним теорема на основі аналізу зовнішньоторговельної моделі загальної рівноваги. *Зміст теореми Рибчинського* полягає у тому, що збільшення одного фактора виробництва (наприклад, капіталу) повинно зумовити абсолютне розширення виробництва того товару, випуск якого пов'язаний з відносно інтенсивнішим використанням саме цього фактора (порівняно з іншим, наприклад, працею) і до скорочення виробництва іншого товару, випуск якого засновується на посиленому використанні іншого фактора (тобто праці).

Якщо капіталоозброєність праці в економіці у цілому зростає, то виробництво розширюється саме у капіталомісткій галузі, тоді як у працемісткій галузі обсяг виробництва скорочується. Отже, збільшення пропозиції і використання одного з факторів виробництва веде до непропорційно більшого зростання виробництва і доходів у тій галузі, в якій цей фактор виробництва використовується найбільш інтенсивно, і зменшення виробництва і доходів у галузі, в якій він застосовується менш інтенсивно. Таке співвідношення дозволяє встановити зв'язок між розвитком зовнішньої торгівлі та економічним зростанням.

Т. Рибчинський, досліджуючи результати впливу зовнішньої торгівлі на розвиток внутрішнього ринку і формування його структури, висловив думку, що за незмінності цін на товари і фактори виробництва, збільшення одного виду виробництва завдяки успішному експорту зумовить скорочення випуску і частку інших галузей. Така ситуація найбільш показова для малих країн — Голландії (так звана голландська хвороба), Великої Британії, Норвегії та інших країн, в яких унаслідок інтенсивної розробки родовищ корисних копалин відбулось прискорене перетікання ресурсів із галузі в галузь. У Голландії, наприклад, превалююча орієнтація ресурсів на видобуток нафти погіршила умови економічного розвитку машинобудівної галузі.

Теорема Т. Рибчинського заклала основу теорії деіндустріалізації, у рамках якої досліджується ефект руйнівного економічного зростання.

2.17. Теорія митного союзу (theory of Customs Union)

Теорія митного союзу є найбільш розвиненим у сучасній науковій літературі спрямуванням досліджень інтеграційних процесів. Митний союз є одним з п'яти етапів інтеграції. Згідно з критерієм ускладнення організаційної форми об'єднання місце митного союзу визначається так: преференційні угоди, зони вільної торгівлі, митний союз, спільний ринок, економічний союз. Одним із засновників теорії митного союзу є Дж. Вінер (J. Viner), який представив свої ідеї у книзі «The Customs Union Issue» (1950); з його послідовників найбільш відомі праці Дж. Міда (J. Meade), зокрема, «The Theory of Customs Union» (1955).

Дж. Вінером визначені два ефекти — *ефект розширення торгівлі* (trade creation) та *ефект згортання торгівлі* (trade diversion). Виникнення ефекту розширення торгівлі (trade creation) пов'язано з тим, що за умов інтеграційного об'єднання внаслідок лібералізації відносин між членами такого угруповання збільшуються внутрішні товаропотоки. Виникнення ефекту згортання торгівлі (trade diversion) зумовлено тим, що практика протекціонізму, яка застосовується країнами-членами інтеграційного об'єднання, зменшує торгівлю з третіми країнами.

Ефект розширення торгівлі виявляється тоді, коли економічно обгрунтованим (з огляду на більш ефективне використання ресурсів та нижчі витрати виробництва) є надходження певного товару з інших країн інтеграційного об'єднання, ніж виготовлення такого продукту у межах національної системи господарювання. За зазначених умов дія ефекту розширення торгівлі — позитивна.

Ефект згортання торгівлі виникає у разі, якщо витрати на виробництво певного товару у третіх країнах нижчі, ніж у країнах-постачальниках, які є членами інтеграційного об'єднання. За таких умов для національної економіки окремо взятої країни — члена угруповання, імпорт товарів із третіх країн був би більш вигідним, ніж його ввіз з якоїсь з країн об'єднання. Це означає, що дія ефекту згортання торгівлі — негативна.

Обидва ефекти діють разом, тому загальний результат участі певної країни в інтеграційному процесі визначається через зіставлення приросту / зниження добробуту країни, а саме, в абсолютному вимірі ефект розширення торгівлі має перевищувати ефект згортання торгівлі.



Основні терміни та поняття

Актив торгового балансу, лаг імітаційний, лаг попиту, лаг чистий, меркантилізм, митий союз, монетаризм, протекціонізм, перевага абсолютна, перевага відносна, фритредерство.



Контрольні запитання, завдання та проблеми для обговорення

1. У чому полягає основний зміст меркантилізму?
2. Розкрийте сутність теорії абсолютних переваг А. Сміта.
3. Назвіть і прокоментуйте правила ефективних експортних позицій, введених А. Смітом.
4. Дайте визначення порівняльних переваг.
5. Сформулюйте закон інтернаціональної вартості і закони міжнародної конкуренції Дж. С. Мілла.
6. Поясніть сутність двофакторної моделі зовнішньої торгівлі Е. Хекшера і Б. Оліна.
7. Які визначальні положення економічної теорії взяті для обґрунтування і доведення теореми вирівнювання цін факторів виробництва?
8. Використовуючи знання теореми Столпера — Семюелсона поясніть сутність ефекту підсилення (magnification effect).
9. Поясніть зміст формально-логічної суперечності, яку виявив В. Леонтьєв, здійснюючи емпіричну перевірку основних положень теорії Хекшера — Оліна.
10. Порівняйте підходи Д. Рікардо і Г. Хаберлера до моделювання кривої виробничих можливостей за ситуації міжнародного обміну між двома країнами.
11. Як засновуючись на висновках теорії технологічного розриву М. Познера (порівнюючи імітаційний лаг із лагом попиту), визначити період, упродовж якого країна — продуцент інновації буде найактивніше експортувати новий вид продукції?
12. Зробіть порівняльний аналіз наукових підходів до визначення переваг країн у міжнародній економічній діяльності: а) за А. Смітом (теорія абсолютних переваг); б) за Р. Торренсом і Д. Рікардо (теорія порівняльних переваг); в) за М. Портером (теорія конкурентних переваг).
13. Визначте сутність сучасної теорії ефекту масштабу і приведіть за приклади відмінності наукових підходів М. Кемпа і П. Кругмана.

14. Сформулюйте теорему Т. Рибчинського.
15. Які висновки для економічної політики можна зробити, ґрунтуючись на теорії митного союзу?



Тести

1. Відмінність теорії і політики раннього і пізнього меркантилізму полягає у такому:

- а) ранній меркантилізм засновувався на теорії грошового балансу, а пізній — на теорії активного торгового балансу;
б) ранній меркантилізм засновувався на теорії активного торгового балансу, а пізній — на теорії грошового балансу;
в) ранній меркантилізм відображав реалії XVI ст., пізній — реалії економіки і політики XVII—XVIII ст., а сутнісні підходи теорії активного торгового балансу і грошового балансу повністю збігаються.

2. А. Сміт виділяв такі конкурентні переваги країн:

- а) функціональні та організаційні;
б) дійсні і псевдоіснуючі;
в) природні і набуті;
г) економічні і політичні.

3. Критерії вибору експортного та імпортного спрямування для максимізації вигоди від зовнішньої торгівлі, за Д. Рікардо, такі:

- а) перший — імпортується товар, який має порівняльні переваги стосовно інших товарів внутрішнього ринку, а експортується той, який таких переваг не досяг; другий — імпортний товар може стати для іншої країни експортний у разі, якщо його порівняльні національні витрати будуть нижчі, ніж відносні витрати аналога в іншій країні;
б) перший — експортується товар, який має порівняльні переваги стосовно інших товарів внутрішнього ринку, а імпортується той, який таких переваг не досяг; другий — експортний товар може стати імпортним для іншої країни у разі, якщо його порівняльні національні витрати будуть нижчі, ніж відносні витрати аналога в іншій країні;
в) перший — експортується товар, який має порівняльні переваги стосовно інших товарів внутрішнього ринку, а імпортується той, який має абсолютні; другий — експортний товар може стати імпортним для іншої країни у разі, якщо його порівняльні національні витрати будуть нижчі, ніж відносні витрати аналога в іншій країні, а абсолютні незмінні.

4. Застосування принципу порівняльних переваг у теорії Е. Хекшера та Б. Оліна відрізняється від підходу Д. Рікардо тим, що:

а) при обґрунтуванні можливості країн брати участь у міжнародному обміні Д. Рікардо спирався на порівняння відносних цін ресурсів, а Е. Хекшер та Б. Олін — на порівняння відносних цін товарів;

б) при обґрунтуванні можливості країн брати участь у міжнародному обміні Д. Рікардо спирався на порівняння відносних цін товарів, а Е. Хекшер та Б. Олін — на порівняння відносних цін ресурсів;

в) при обґрунтуванні можливості країн брати участь у міжнародному обміні Д. Рікардо спирався на порівняння відносних цін суто на готовий продукт, а Е. Хекшер та Б. Олін — на порівняння відносних цін товарів з урахуванням вартості супутніх послуг, пов'язаних з просуванням товарів на зовнішньому ринку;

г) при обґрунтуванні можливості країн брати участь у міжнародному обміні Д. Рікардо спирався на порівняння відносних цін на товари і ресурси, а Е. Хекшер та Б. Олін — на порівняння відносних цін тільки ресурсів.

5. Наукове судження про те, що у разі однорідності факторів виробництва, ідентичності техніки, досконалої конкуренції і повної мобільності товарів міжнародний обмін вирівнює ціну факторів виробництва між країнами відоме як:

а) парадокс Леонтьєва;

б) теорема Столпера — Семюелсона;

в) теорема Рибчинського;

г) теорема Хекшера — Оліна — Семюелсона.

6. Розширений підхід до трактування теорії Хекшера — Оліна у рамках пояснення парадоксу Леонтьєва полягає в урахуванні таких основних додаткових факторів:

а) неоднорідність ресурсів; використання у виробничих процесах природних ресурсів, урахування масштаби вкладення капіталу; залежність місця країни у міжнародному поділі праці від впливу зовнішньоторговельної політики держави;

б) рівень економічного розвитку країн; сила політичної влади; соціальна нерівномірність суспільства;

в) рівень міжнародної конкуренції; нерівномірність науково-технічного розвитку; неоднорідність ресурсного забезпечення країн.

7. Визначальне наукове положення про те, що розрив країн за розвитком виробництва є умовою реалізації конкурентних переваг і одержання монопольної ренти у зовнішньоекономічних відносинах стосовно названих нижче теоретичних підходів ідентифікується так:

- а) наукове положення є спільним для теорії життєвого циклу товару (Р. Вернон), теорії технологічного розриву (М. Познер), теорії перехресного попиту (С. Ліндера);
- б) наукове положення є спільним для теорії життєвого циклу товару (Р. Вернон) і теорії технологічного розриву (М. Познер);
- в) наукове положення є властивим тільки для теорії технологічного розриву (М. Познер).

8. Відмінності внутрішньогалузевого обміну порівняно з міжгалузевим описує:

- а) теорія меркантилізму;
- б) теорія внутрішньогалузевої торгівлі;
- в) теорія життєвого циклу товару;
- г) теорія Хекшера — Оліна.

9. Яке з наведених суджень дає уявлення про зміст теорії перехресного попиту (теорії подібності переваг) С. Ліндера:

- а) експортується той товар, який ціниться вище за кордоном, ніж у країні його виготовлення, оскільки там він дефіцитний; через це товар дає експортний дохід, який вищий порівняно з тим, який утворюється на внутрішньому ринку;
- б) смаки і переваги споживача значною мірою обумовлені доходами людей, а отже, середній дохід у розрахунку на душу населення визначає специфіковану для кожної країни структуру попиту, яка, у свою чергу, кореспондується зі структурою виробництва товарів, і товарний асортимент у підсумку визначає експорт країни; коли країни взаємодіють, то до сфери обміну потрапляють ті товари, які споживаються в обох країнах;
- в) країни експортують переважно продукцію тих галузей, в яких вони володіють ексклюзивною технологією; у разі поширення такої технології та її доступності до використання в інших країнах експорт країни — власника технології поступово падає, що породжує зміни у структурі світової торгівлі.

10. За теорією митного союзу (Дж. Вінер), загальний результат участі країни в інтеграційному процесі визначається таким чином:

- а) через зіставлення приросту / зниження добробуту країни, а саме, в абсолютному вимірі ефект розширення торгівлі має перевищувати ефект згортання торгівлі;
- б) через спеціалізацію всередині країни, яка має засновуватися на використанні більш дешевого ресурсу, тоді експорту має підлягати товар, який містить насичений ресурс, а імпортуватися той, при виробництві якого використовується рідкісний ресурс;
- в) через зіставлення ціни ресурсоінтенсивного для певної країни фактора з ціною товару на світовому ринку, якщо виникає випереджальне збільшення ціни ресурсу порівняно з ціною товару, то виявляється ефект підсилення (magnification effect).



Література

1. *Бураковський І.* Теорія міжнародної торгівлі / Бураковський І. — К. : Основи, 2000. — 241 с.
2. *Фигурнова Н. П.* Международная экономика : учеб. пособ. / Фигурнова Н. П. — М. : Омега — Л, 2005. — 509 с.
3. *Савельєв Є. В.* Міжнародна економіка: теорія міжнародної торгівлі і фінансів : підручник для магістрів з міжнародної економіки і державної служби / Савельєв Є. В. — Тернопіль : Економічна думка, 2001. — 504 с.
4. *Торгова Л. В.* Основи зовнішньоекономічної діяльності : навч. посіб. / Торгова Л. В., Хитра О. В. — Львів : Новий Світ-2006, 2006. — 512 с.
5. Управление внешнеэкономической деятельностью : учеб. пособ. / под ред. А. И. Кредисова. — 2-е изд. — К. : ВИРА-Р, 2001. — 640 с.

3

Розділ

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

3.1. Місце державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності в системі регулювання світогосподарських зв'язків

Регулювання світогосподарських зв'язків являє собою рівневу систему цілеспрямованої дії суб'єктів регулювання на основі певних принципів з використанням деяких інструментів регулювання та інституційно-правових структур (рис. 3.1).

РІВНІ	СУБ'ЄКТИ регулювання принципи ЦІЛІ інструменти (методи) інституційно-правові структури
-------	---

Рис. 3.1. Система регулювання світогосподарських зв'язків

Завдяки тісному взаємозв'язку зазначених елементів таку систему регулювання іноді називають механізмом, маючи на увазі внутрішню будову як сукупність взаємопов'язаних і взаємозалежних елементів, які, передаючи рух від одного елемента до іншого, працюють на досягнення певної мети. Для позначення такої системи використовують також синоніми: механізм регулювання міжнародних економічних відносин, механізм функціонування зовнішньоекономічної діяльності.

Отже, на кожному рівні регулювання є суб'єкти, які використовують певні принципи, інструменти та інститути для досягнення поставленої мети. Зазначені елементи потребують конкретизації.

Існують різні підходи до визначення рівнів системи регулювання світогосподарських зв'язків. Наприклад, виокремлюють варіанти таких рівнів: 1) національний і міжнародний рівні; 2) фірмовий, національний, міжнародний і наднаціональний; 3) корпоративний, національний, міждержавний, наднаціональний і глобальний.

Доцільним, на наш погляд, є визначення *трьох рівнів*, які враховують особливості вже існуючих в літературі варіантів рівневих структур, які відповідають виділеним в економічній теорії основним рівням економіки, а також є необхідними і достатніми для системного висвітлення рівневої структури регулювання світогосподарських зв'язків (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

**РІВНЕВА СТРУКТУРА СИСТЕМИ РЕГУЛЮВАННЯ
СВІТОГОСПОДАРСЬКИХ ЗВ'ЯЗКІВ**

Назва рівня		Зміст регулювання
Метаекономічний	наднаціональний	Вплив міжнародного економічного права та міжнародних інститутів на міжнародні економічні відносини в цілому
	міжнародний	Вплив договірних відносин між окремими країнами світу на розвиток взаємодії між ними
Макроекономічний (національний)		Вплив держави (уряду) на сферу зовнішньоекономічної діяльності даної країни
Мікроекономічний		Вплив суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності один на одного на основі укладених між ними угод

Кожен із зазначених рівнів функціонує порівняно самостійно. Так, з огляду на сутність регулюючого впливу, на *мікрорівні* фактично відбувається саморегулювання суб'єктів цього рівня, яке здійснюється у вигляді менеджменту зовнішньоекономічної діяльності підприємств, створення ними правового поля через укладення між собою зовнішньоекономічних угод і виконання їх умов, коригування власних дій під регулюючим впливом з боку інших суб'єктів та рівнів, які стосовно даного підприємства є зовнішніми.

Так, за сучасних умов на рівні великих національних і транснаціональних корпорацій одним із таких регулюючих впливів є обмежувальна ділова (або торговельна) практика, сутнісною ознакою якої є обмеження свободи підприємництва інших учасників ринку, примушення їх до застосування небажаних методів господарювання в комерційній або виробничій сферах діяльності.

На макроекономічному (національному) рівні регулювання відбувається через встановлення основним його суб'єктом — державою, правил гри, які б відповідали національним інтересам та були адекватні режиму міжнародної економічної діяльності. Характер і напрями регулюючого впливу держави на ЗЕД визначаються багатьма факторами, зокрема, рівнем розвитку та масштабами національного господарського комплексу, ступенем його інтеграції до світового господарства тощо.

Держави можуть бути різними за соціально-економічними системами, політичними режимами, формами правління і державного устрою, але кожна з них на основі суверенітету має право бути суб'єктом міжнародних економічних відносин. При цьому держава як суб'єкт міжнародних економічних відносин виконує подвійну роль: 1) через уповноважені органи може бути безпосереднім учасником міжнародних операцій; 2) через нормативно-законодавче регулювання, розвиток інфраструктури може опосередковано впливати на міжнародну діяльність інших суб'єктів. Національний рівень характеризується розгалуженою системою інструментів державного регулювання.

Мегаекономічний рівень у свою чергу містить два рівні регулювання: міжнародний і наднаціональний. *Міжнародний* (або міждержавний, міжнаціональний) рівень являє собою систему узгодженого впливу двох або більше держав, які не є членами інтеграційного угруповання, на міжнародні економічні відносини взагалі чи на їх конкретні сфери (міжнародну торгівлю, експорт та імпорт капіталу, міжнародну міграцію робочої сили). Прикладом такого регулювання слугує визначення певних міжнародних економічних режимів — комплексу правил, регламентацій і звичаєвих норм, що утворюються на базі міжнародних угод та встановлюють передумови міжнародної господарської діяльності та співробітництва щодо міжнародної економічної діяльності.

Міжнародні режими можуть бути зафіксовані у формі багатосторонніх угод, які регулюють певну сукупність економічних взаємовідносин між державами і за своїм змістом можуть бути преференційними або дискримінаційними. Міжнародні режими відіграють значну роль у регулюванні міжнародних економічних відносин, здійснюючи комплексний вплив на систему економічної взаємодії.

На *наднаціональному* рівні регулювання ЗЕД здійснюється за допомогою спільних заходів країн, які є учасниками інтеграційних угруповань, зокрема, є членами міжнародних організацій. За економічною сутністю інструменти наднаціонального регулювання ідентичні заходам національних зовнішньоторговельних політик, але їх особливістю є колективний, узгоджений характер і спільні дії щодо досягнення економічних, соціальних і політичних інтересів країн-учасниць, що

збігаються. Міжнародні економічні організації займаються координацією економічних процесів, узгодженням певних інструментів регулювання, цілей національних економічних політик з метою регулюючого впливу на світові господарські зв'язки, тому даний рівень включає широкий спектр принципів, правил, міжнародних договорів та угод, що розробляються міжнародними організаціями.

Усі зазначені вище рівні регулювання світогосподарських зв'язків є взаємопов'язаними і взаємозалежними, а межі між ними — умовними. Так, через розвиток інтернаціоналізації капіталу і виробництва та зростання потужностей транснаціональних та багатонаціональних компаній віднесення їх до мікрорівня викликає певні сумніви, оскільки відомо, що за масштабами діяльності такі корпорації досягають рівня ВВП окремих країн.

Досить тонкою є також межа між наднаціональним і міжнаціональним рівнем регулювання, оскільки визначення міжнародного режиму дає змогу віднести його до міжнародної організації, хоча ці поняття і не зовсім збігаються. Водночас досить тісним є взаємообумовленість понять, що розглядаються, а саме: міжнародні організації являють собою інструмент сприяння функціонуванню міжнародних режимів, а міжнародні режими, в свою чергу, впливають на створення і діяльність міжнародних організацій.

Незважаючи на таку відносну автономність та одночасну взаємообумовленість кожного із розглянутих рівнів, провідне місце в системі регулювання світогосподарських зв'язків посідає макроекономічний рівень, тобто *державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності*, що впливає передусім із тієї значної ролі, яку відіграє держава у регулюванні економіки.

Такий переважаючий рівень впливу держави на міжнародні економічні відносини пояснюється її особливими характеристиками як суб'єкта міжнародних економічних відносин: статусом основного адміністративного утворення у світі, наявністю економічного суверенітету і правового імунітету, верховенством законодавства даної держави, впливом на товарні потоки національного походження, можливістю прямої та опосередкованої участі у ЗЕД інших суб'єктів, значними можливостями реалізації принципів міжнародних економічних відносин. Саме такими особливостями обумовлена пріоритетність держави серед інших суб'єктів регулювання ЗЕД і висхідний рівень державного регулювання ЗЕД у формуванні механізму регулювання міжнародних економічних відносин.

Державне регулювання ЗЕД слід розглядати у двох аспектах: у широкому плані — з позицій регулюючого впливу держави на ЗЕД

взагалі, та у вузькому значенні — як вироблення і реалізацію певної зовнішньоекономічної політики.

Зовнішньоекономічна політика держави — важлива складова зовнішньої політики держави і являє собою систему принципів і методів, що визначають діяльність органів державної влади та державного управління, спрямованих на забезпечення національних економічних інтересів у сфері розвитку та взаємодії національних економік у цілому і національних суб'єктів міжнародного бізнесу зокрема.

Державна зовнішньоекономічна політика є певною відповіддю на посилення впливу світового господарства на національний економічний розвиток. Залежно від системи пріоритетів окремої держави в галузі зовнішньоекономічних зв'язків розрізняють такі різновиди зовнішньоекономічної політики (табл. 3.2).

Таблиця 3.2

**ВИДИ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ПОЛІТИКИ ДЕРЖАВИ
(ЗА ПРІОРИТЕТАМИ)**

Назва виду	Зміст зовнішньоекономічної політики держави
Пасивна	Погодження на часткову або повну втрату самостійності країни у проведенні економічної політики
Експлуатаційна	Намагання використати зростаючу взаємозалежність країни, зокрема, через лібералізацію економічних відносин
Захисна	Утримання певного рівня економічної автономності країни, зокрема, через введення обмежуючих режимів
Агресивна	Контроль руху факторів виробництва однієї країни стосовно інших
Конструктивна	Узгодження умов регулювання світогосподарських зв'язків з окремих питань

За економічною природою, цілями і впливом на структуру, обсяги та динаміку зовнішньої торгівлі прийнято виокремлювати два основні типи зовнішньоекономічних політик — протекціоністську і ліберальну. Протекціонізм як державна політика захисту внутрішнього ринку від іноземної конкуренції протягом історії розвитку міжнародних торговельно-економічних відносин еволюціонував від простих державних заходів до складних систем регулювання торгівлі, що застосовуються інтеграційними угрупованнями.

Крайнім виявом протекціонізму є автаркія (від гр. *autarkeia* — самовдоволення) — політика відособлення країни від економіки інших

країн з метою створення замкненого національного господарства, що характеризується самозабезпеченням.

Протекціонізм виник як державна політика, і тривалий час його інструменти застосовувались тільки національними урядами. Розвиток інтеграційних процесів зумовив появу протекціонізму, який провадять інтеграційні угруповання стосовно третіх країн, тобто за кількістю суб'єктів.

Так, країни ЄС вже на початку 90-х років мали єдину зовнішньоторговельну політику з неприхованими елементами колективного протекціонізму. У таких випадках протекціонізм називається або наднаціональним (за назвою типу міжнародної організації, що керує інтеграційним угрупованням), або колективним (за ознакою кількості суб'єктів протекціоністських заходів), або протекціонізмом інтеграційних угруповань.

У разі застосування інструментів протекціонізму одним суб'єктом — державою, протекціонізм набуває форми державного, або національного. З огляду на об'єкт захисту розрізняють селективний (захисний), наступальний (агресивний) і тотальний (суцільний) протекціонізм. З огляду на спрямованість заходів протекціонізм поділяють на обмежувальний (імпортний) і стимулюючий (експортний). За терміном дії протекціоністські заходи умовно поділяються на довгострокові, короткострокові та одноразові.

Ліберальна зовнішньоторговельна політика — це політика розширення свободи економічних дій і зняття обмежень на діяльність у сфері міжнародної торгівлі для національних суб'єктів господарювання, а також спрощення доступу на внутрішній ринок для зарубіжних суб'єктів. Відомо, що чим динамічнішим є процес лібералізації торгівлі, тим більше потерпають від іноземної конкуренції галузі, які не можуть швидко адаптуватися до нових реалій міжнародного поділу праці. Тому сама лібералізація породжує протекціоністські вимоги та настрої виробників і населення в цілому.

Лібералізація торгівлі є відзеркаленням об'єктивного процесу інтернаціоналізації національних економік. Сьогодні виокремлюють такі її типи: двостороння; багатостороння (наднаціональна); глобальна. Двостороння лібералізація міжнародної торгівлі відбувається у разі надання країнами одна іншій торговельних преференцій, що знижують кількість і рівень обмежень на проведення експортно-імпортних операцій. Багатостороння лібералізація зумовлена укладанням багатосторонньої угоди про зону вільної торгівлі, вступом до митного союзу або іншого економічного інтеграційного угруповання. Саме тому цей тип лібералізації можна назвати наднаціональним. Глобальна лібералізація зовнішньоторговельної політики країни здійснюється у разі вступу до системи ГАТТ-СОТ та мірою участі в діяльності цієї міжнародної організації.

Абстрактні цілі регулювання зовнішньоекономічної діяльності реалізуються кожною країною не ізольовано, а в певних пропорціях, з певними акцентами на певних історичних етапах. Так, у Законі України «Про зовнішньоекономічну діяльність», який є основним нормативно-правовим документом у цій сфері, зафіксовані цілі регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні:

- забезпечення збалансованості економіки та рівноваги внутрішнього ринку України;
- стимулювання прогресивних структурних змін в економіці, у тому числі зовнішньоекономічних зв'язків суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності України;
- створення найбільш сприятливих умов для долучення економіки України до системи світового поділу праці та її наближення до ринкових структур розвинених зарубіжних країн.

Разом з цілями регулювання зовнішньоекономічної діяльності даний Закон визначає таке: суб'єктів, інструменти, правові режими, систему та структуру державного регулювання ЗЕД. Перелік і повноваження органів державної влади, що здійснюють регулювання зовнішньоекономічної діяльності, а також форми її державного регулювання та контролю визначаються Господарським кодексом України, законом про зовнішньоекономічну діяльність та ін.

3.2. Структура державного регулювання ЗЕД

Кожна держава самостійно формує систему і структуру регулювання зовнішньоекономічної діяльності, яка повинна забезпечувати: захист економічних інтересів країни і законних інтересів усіх суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності; створення однакових можливостей для суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності у розвитку всіх законних видів бізнесу незалежно від форм власності, а також усі напрями використання доходів і вкладання інвестицій; заохочення конкуренції та ліквідацію монополізму у сфері зовнішньоекономічної діяльності. Органи державної влади, органи місцевого самоврядування не мають права втручатися в оперативну діяльність суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності, крім випадків, передбачених законом.

Суб'єктами регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні згідно з відповідним законом є:

- Україна як держава в особі її органів у межах їх компетенції;
- недержавні органи управління економікою (товарні, фондові, валютні біржі, торговельні палати, асоціації, спілки та інші організації координаційного типу), що діють на підставі їх статутних документів;

- суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності на підставі відповідних координаційних угод, що укладаються між ними.

Для регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні використовуються певні інструменти, а саме:

- закони України;
- передбачені в законах України акти тарифного і нетарифного регулювання, які видаються державними органами України в межах їх компетенції;

- економічні заходи оперативного регулювання (валютно-фінансового, кредитного та іншого) в межах законів України;

- рішення недержавних органів управління економікою, які приймаються за їх статутними документами в межах законів України;

- угоди, які укладаються між суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності і не суперечать законам України.

Для регулювання господарської діяльності іноземних підприємств, суб'єктів бізнесу встановлюються такі правові режими:

- ◆ національний режим, який означає, що іноземні суб'єкти господарської діяльності мають такі права і обов'язки, як і місцеві підприємці;

- ◆ режим найбільшого сприяння надається іноземним суб'єктам підприємницької діяльності на основі взаємних угод і застосовується у сфері зовнішньої торгівлі;

- ◆ спеціальний режим, який застосовується на територіях спеціальних економічних зон, а також митних союзів, до яких входить Україна, та у випадках встановлення спеціального режиму згідно з міжнародними угодами.

Принципова структура органів державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності приблизно однакова як для розвинених країн, так і для інших груп країн і містить такі інституції, як показано у табл. 3.3.

Суб'єктами адміністративно-правового регулювання у сфері економіки є: президент України, Кабінет Міністрів України, профільні міністерства, державні комітети (державні служби), інші центральні органи виконавчої влади зі спеціальним статусом, урядові органи державного управління місцеві державні адміністрації та їх структурні підрозділи, виконавчі органи сільських, селищних, міських рад.

Таблиця 3.3

**СИСТЕМА ОРГАНІВ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ
ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

Принципова система органів державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності	Система органів державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні
Парламент країни	Верховна Рада України
Кабінет міністрів	Кабінет Міністрів України
Профільні міністерства	Міністерство економіки України, Міністерство закордонних справ України
Центральний банк країни	Національний банк України
Митні органи	Державна митна служба України
Відповідні державні комітети (державні служби) та відомства	Антимонопольний комітет України, Державна служба експортного контролю України, Міжвідомча комісія з міжнародної торгівлі
Органи місцевого управління зовнішньоекономічною діяльністю	Місцеві ради народних депутатів України та їх виконавчі і розпорядчі органи, територіальні підрозділи (відділення) органів державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності України

Найбільш значущим за юридичною силою обсягом повноважень щодо управління економічними процесами в державі володіє президент України, які встановлені Конституцією України (ст. 106) і насамперед полягають у тому, що президент України визначає основні напрями зовнішньої і внутрішньої політики, зокрема, економічної, впливає на розстановку кадрів, створення управлінських структур у даній сфері. Це зумовлено тим, що президент України:

- забезпечує державну незалежність, національну безпеку і правонаступництво держави;
- звертається з посланням до народу та із щорічним і позачерговими посланнями до Верховної Ради України про внутрішнє і зовнішнє становище країни;
- представляє державу в міжнародних відносинах, здійснює управління зовнішньоекономічною діяльністю держави, веде переговори та укладає міжнародні договори України;
- призначає за згодою Верховної Ради Прем'єр-міністра України; припиняє повноваження Прем'єр-міністра України та приймає рішення про його відставку;

• призначає за поданням Прем'єр-міністра України членів КМУ, керівників інших центральних органів виконавчої влади, а також голів місцевих державних адміністрацій та припиняє їхні повноваження на цих посадах;

• призначає на посади та звільняє з посад за згодою Верховної Ради України голову Антимонопольного Комітету України, голову Фонду державного майна України;

• утворює, реорганізовує та ліквідує за поданням Прем'єр-міністра України міністерства та інші центральні органи виконавчої влади, діючи в межах коштів, передбачених на утримання органів виконавчої влади;

• скасовує акти Кабінету Міністрів України та акти Ради міністрів Автономної Республіки Крим;

• підписує закони, прийняті Верховною Радою України;

• має право вето щодо прийнятих Верховною Радою України законів із наступним поверненням їх на повторний розгляд Верховної Ради України.

Найвищим органом, що здійснює державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні, є Верховна Рада України — центральний орган законодавчої влади, до компетенції якого 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 підлягає ліцензуванню або забороняється.

Кабінет Міністрів України є центральним органом виконавчої влади, який у напрямі регулювання зовнішньоекономічної діяльності виконує такі функції:

- вживання заходів до здійснення зовнішньоекономічної політики України відповідно до законів України;

- здійснення координації діяльності міністерств, державних комітетів та відомств України з регулювання зовнішньоекономічної діяльності; координація роботи торговельних представництв України в іноземних державах;

- прийняття нормативних актів управління з питань зовнішньоекономічної діяльності у випадках, передбачених законами України;

- проведення переговорів і укладання міжурядових договорів України з питань зовнішньоекономічної діяльності у випадках, передбачених законами України про міжнародні договори України, забезпечення виконання міжнародних договорів України з питань зовнішньоекономічної діяльності всіма державними органами управління, підпорядкованими Кабінету Міністрів України, та залучення до їх виконання інших суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності на договірних засадах;

- внесення на розгляд Верховної Ради України (відповідно до своєї компетенції, визначеної законами України) пропозицій 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 вона має згідно з законами України;

- забезпечення складання платіжного балансу, зведеного валютного плану України;

- здійснення заходів щодо забезпечення раціонального використання коштів Державного валютного фонду України.

Міністерство економіки України (Мінекономіки) є головним (повідним) органом у системі центральних органів виконавчої влади, діяльність якого спрямовується і координується Кабінетом Міністрів України. Відповідно до покладених на нього завдань, у напрямі регулювання зовнішньоекономічної діяльності, Міністерство економіки України здійснює функції:

- ♦ забезпечення і координація в межах повноважень виконання українською стороною зобов'язань за міжнародними договорами України з ЄС;

- ♦ забезпечення реалізації державної зовнішньоекономічної політики, розробка концепції та стратегії розвитку зовнішньоекономічного потенціалу держави, механізму державного регулювання зовнішніх економічних зв'язків;

- ♦ розробка заходів, спрямованих на нарощення інвестиційних ресурсів, створення сприятливого інвестиційного клімату, та організація їх здійснення;

◆ координація і забезпечення разом з іншими центральними та місцевими органами виконавчої влади реалізації державної політики у сфері економічного та технічного співробітництва з іноземними державами та міжнародними організаціями щодо виконання економічних програм і проектів.

Основною структурною одиницею міністерств є управління (департамент). У структурі центрального апарату Міністерства економіки України налічується 29 департаментів і 15 інших самостійних підрозділів. Безпосередньо виконання функції регулювання зовнішньоекономічної діяльності в структурі Мінекономіки покладено на Департамент державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності, до складу якого входять: 1) відділ нетарифних інструментів зовнішньоекономічної діяльності; 2) відділ забезпечення нетарифного регулювання; 3) відділ контролю у сфері зовнішньоекономічної діяльності; 4) відділ державного регулювання зовнішньоторговельних операцій.

Серед інших департаментів, пов'язаних із регулюванням зовнішньоекономічної діяльності: Департамент державної політики у сфері зовнішньої торгівлі, Департамент міжнародної технічної допомоги та співробітництва з міжнародними фінансовими організаціями, Департамент з питань торговельного захисту, Департамент торговельно-економічних відносин з країнами СНД та Російською Федерацією, Департамент двостороннього торговельно-економічного співробітництва, Департамент співробітництва з Європейським Союзом, Департамент торговельних переговорів та співробітництва з СОТ.

За характером діяльності всі управління (департаменти) міністерства можна об'єднати в три групи: 1) торговельно-політичні; 2) головні галузеві управління; 3) функціональні управління та відділи. Торговельно-політичні управління (регіональні) займаються питаннями розвитку торговельних взаємозв'язків з окремими групами країн. Вони виробляють основи торговельної політики країни, а також заходи щодо зміцнення економічних зв'язків із зарубіжними країнами. Головні товарні (галузеві) управління здійснюють контроль за виконанням експортних та імпорتنих планів; вивчають комерційні умови експорту й імпорту; розглядають заявки іноземних держав на постачання і закупівлю товарів, проводять переговори з іноземними делегаціями з питань експорту й імпорту; спостерігають за товарною структурою зовнішньої торгівлі та оптимізують її відповідно до потреб внутрішнього ринку; видають дозволи на ввіз і вивіз товарів; беруть участь у підготовці типових контрактів і загальних умов поставок.

Серед функціональних управлінь та відділів існує кілька типів. Зокрема, договірно-правове управління (готує проекти торговельних до-

говорів і угод, урядових постанов; контролює виконання правових умов договорів і угод); валютне управління (складає валютні баланси з торгівлі з окремими країнами, видає дозволи на платежі в іноземній валюті); митне управління (керує місцевими митними організаціями і контролює дотримання ними вимог законодавства і правил митної справи; вивчає питання митної політики, розробляє проекти митних тарифів, бере участь у розробці проектів міжнародних угод у частині, що стосується митної справи); управління цін (здійснює загальний контроль за ціновими умовами контрактів) та ін.

Міністерство закордонних справ України (МЗС) є центральним органом виконавчої влади, який забезпечує проведення зовнішньої політики держави і координацію діяльності у сфері зовнішніх зносин України. МЗС здійснює повноваження безпосередньо і через закордонні дипломатичні установи України, представництва МЗС на території України, організації та установи, що належать до сфери його управління. Головними завданнями Міністерства закордонних справ є:

- участь у забезпеченні національних інтересів і безпеки України шляхом підтримання мирного і взаємовигідного співробітництва з членами міжнародного співтовариства;
- сприяння забезпеченню стабільності міжнародного становища України, піднесенню її міжнародного авторитету, поширенню у світі образу України як надійного і передбачуваного партнера;
- створення сприятливих зовнішніх умов для зміцнення незалежності, державного суверенітету, економічної самостійності та збереження територіальної цілісності України;
- забезпечення відповідно до наданих повноважень цілісності та узгодженості зовнішньополітичного курсу України та ін. Структурними підрозділами Міністерства зовнішніх справ (МЗС) є департаменти і управління.

До системи органів дипломатичної служби належать посольства, постійні представництва і місії, генеральні консульства, представництва МЗС у регіонах, Дипломатична академія при МЗС.

Торгові представництва країни (торговельно-економічна місія у складі дипломатичних представництв за кордоном) в іноземних державах захищають за кордоном права України у сфері зовнішньої торгівлі. Функції та завдання торговельних представництв такі: 1) представлення інтересів своєї країни у сфері зовнішньої торгівлі і сприяння розвитку торговельних та інших господарських відносин даної країни з країною перебування торговельного представництва; 2) регулювання зовнішньої торгівлі своєї країни з країною перебування торговельного представництва; 3) здійснення зовнішньої торгівлі своєї країни з краї-

ною перебування торговельного представництва; 4) вивчення загальних економічних умов, зовнішньоекономічних зв'язків і кон'юнктури ринків країни перебування, враховуючи національні інтереси здійснення зовнішньої торгівлі, і подання відповідної інформації в Міністерство економіки та Міністерство закордонних справ своєї країни, а також зовнішньоторговельним організаціям та іншим зацікавленим організаціям і компаніям своєї країни.

Торговельні представництва країни, як правило, є частиною відповідних повноважних представництв цієї держави за кордоном; вони входять до складу посольства або місії певної країни; безпосередньо підпорядковуються Міністерству зовнішньої торгівлі. Торговельно-економічна місія у складі дипломатичного представництва України за кордоном представляє та захищає у державі перебування інтереси України у галузі зовнішньоекономічної діяльності. Основними завданнями і функціями торговельно-економічної місії є:

- захист економічних інтересів України, у тому числі у сфері оподаткування суб'єктів підприємницької діяльності України у державі перебування;
- сприяння розвитку торговельно-економічних зв'язків України, залученню іноземних інвестицій до пріоритетних сфер економіки України і виконання міжнародних договорів України, укладених із державою перебування;
- інформування Міністерства економіки, Міністерства зовнішніх справ та інших органів виконавчої влади про цінову, податкову, тарифну політику, яку проводить держава перебування, стосовно товарів, що експортують з України;
- підготовка висновків щодо доцільності імпорту товарів і послуг, залучення кредитів із держави перебування виходячи із запропонованих державою перебування цін, тарифів, кредитних ставок тощо.

Національний банк України (НБУ) є центральним банком України, особливим центральним органом державного управління, її емісійним центром, проводить єдину державну політику в галузі грошового обігу, кредиту, зміцнення грошової одиниці, організує міжбанківські розрахунки, координує діяльність банківської системи в цілому, визначає курс грошової одиниці стосовно валют інших країн. Національний банк встановлює вид грошових знаків, їх номінал, відмінні ознаки і систему захисту. До функцій НБУ входять:

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

- представлення інтересів України у відносинах з центральними банками інших держав, міжнародними банками та іншими фінансово-кредитними установами та укладання відповідні міжбанківські угоди;
- регулювання курсу національної валюти України до грошових одиниць інших держав;
- здійснення обліку і розрахунків з наданих і одержаних державних кредитів і позик, провадження операцій з централізованими валютними ресурсами, які виділяються з Державного валютного фонду України у розпорядження Національного банку України;
- гарантування кредитів, що надаються суб'єктам зовнішньоекономічної діяльності іноземними банками, фінансовими та іншими міжнародними організаціями під заставу Державного валютного фонду та іншого державного майна України;
- здійснення інші функції відповідно до Закону України «Про банки і банківську діяльність» (872-12) та інших законів України.

Митні органи — це державні установи, які контролюють експортно-імпорتنі потоки на митному кордоні країни; ведуть митну статистику, розробляють митні правила і процедури, стягують митні збори, мито, податки.

Державна митна служба України є спеціальним уповноваженим центральним органом виконавчої влади в галузі митної справи, основним завданням якого є здійснення митного контролю в Україні згідно з чинними законами України.

Регіональна митниця — орган, який на закріпленій за ним території в межах компетенції здійснює митну справу і забезпечує комплексний контроль за додержанням законодавства України з митної політики, здійснює керівництво і координацію підпорядкованих митниць і спеціалізованих митних установ та організацій.

Митниця — це орган, який безпосередньо забезпечує виконання законодавства України з питань митної справи, справляння податків і зборів та виконання інших завдань, покладених на митну службу України.

Антимонопольний комітет України є державним органом зі спеціальним статусом, метою діяльності якого є забезпечення державного захисту конкуренції у підприємницькій діяльності. Цей комітет підконтрольний Президенту та підзвітний Верховній Раді України. Основним його завданням у сфері зовнішньоекономічної діяльності є здійснення контролю за додержанням суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності антимонопольного законодавства. Систему органів Антимонопольного комітету України складають Комітет і його територіальні відділення (в Автономній Республіці Крим, областях, містах Києві та Севастополі), повноваження яких визначаються комітетом у

межах компетенції. За потреби можуть створюватись міжобласні територіальні відділення.

Державна служба експортного контролю України — це центральний орган виконавчої влади зі спеціальним статусом, діяльність якого спрямовується і координується Кабінетом Міністрів України. Основними завданнями Держекспортконтролю України є:

- участь у формуванні та забезпечення реалізації державної політики у сфері державного експортного контролю щодо забезпечення захисту інтересів національної безпеки, виконання міжнародних зобов'язань України, пов'язаних із розповсюдженням зброї масового знищення, обмеженням передавання звичайних видів озброєння, зміцнення міжнародного авторитету України;

- реалізація заходів, спрямованих на встановлення та забезпечення державного контролю за здійсненням міжнародного передавання товарів військового призначення і подвійного використання (далі — товари, що підлягають державному експортному контролю), контролю за використанням цих товарів у заявлених цілях, у тому числі щодо недопущення використання товарів, що підлягають державному експортному контролю, у терористичних та інших протиправних цілях;

- участь у розробленні проектів законодавчих та інших нормативно-правових актів, пов'язаних з регулюванням діяльності у сфері державного експортного контролю;

- здійснення у межах компетенції заходів з розвитку співробітництва з відповідними органами іноземних держав та організаціями міжнародних режимів експортного контролю.

Міжвідомча комісія з міжнародної торгівлі:

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

- приймає рішення про порушення і проведення антидемпінгових, антисубсидійних або спеціальних розслідувань і застосування відповідно антидемпінгових, компенсаційних або спеціальних заходів.

До органів місцевого управління зовнішньоекономічною діяльністю належать:

- місцеві ради народних депутатів України та їх виконавчі і розпорядчі органи;

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

Компетенція місцевих рад народних депутатів України та їх виконавчих і розпорядчих органів визначається Законами України «Про зовнішньоекономічну діяльність» і «Про місцеві ради народних депу-

татів Української РСР та місцеве самоврядування». Нормативні акти місцевих рад народних депутатів України та підпорядкованих їм виконавчих органів стосовно регулювання зовнішньоекономічної діяльності приймаються тільки у випадках, безпосередньо передбачених законами України. Місцеві ради народних депутатів України та їх виконавчі органи діють як суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності лише через створені ними зовнішньоекономічні комерційні організації, які мають статус юридичної особи України.

Територіальні підрозділи (відділення) можуть створюватися органами державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності України, 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. На даний час основним органом державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності на місцевому рівні є управління зовнішніх відносин і зовнішньоекономічної діяльності обласної державної адміністрації, а для міст Києва і Севастополя — міської державної адміністрації. Подібні управління в регіонах є органами державної виконавчої влади.

3.3. Методи державного регулювання ЗЕД. Тарифне та нетарифне регулювання ЗЕД

Під *методами державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності* слід розуміти способи впливу держави в особі законодавчих і виконавчих органів на сферу зовнішньоекономічної діяльності з метою створення або забезпечення умов діяльності суб'єктів ЗЕД відповідно до національної економічної політики.

Державне регулювання ЗЕД здійснюється за допомогою низки методів. Відповідно до загальної класифікації методів державного регулювання економіки розрізняють такі методи державного регулювання ЗЕД (табл. 3.4).

Таблиця 3.4

КЛАСИФІКАЦІЯ МЕТОДІВ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЗЕД

Критерії	Методи	Характеристика методів
Форма впливу на суб'єкти ЗЕД	Економічні	Непрямий вплив, альтернатива поведінки для суб'єктів наявна, результати впливу не передбачувані
	Адміністративні	Прямий вплив, альтернативи поведінки для суб'єктів не існують, результати впливу є передбачуваними
Засіб впливу на суб'єкти ЗЕД	Правові	Встановлення обов'язкових для виконання юридичних норм (правил) поведінки суб'єктів
	Адміністративні	Прямий вплив держави на діяльність суб'єктів
	Економічні, у тому числі — фінансово-бюджетні; — кредитно-грошові	Вплив на економічні інтереси суб'єктів: — вплив на фінанси суб'єктів, — вплив на пропозицію грошей.
Очікуваний результат впливу	Стимулюючі	Позбавляють економічну активність суб'єктів
	Обмежуючі	Стримують економічну активність суб'єктів
Використання тарифу як засобу регулювання	Тарифні (митні)	Передбачають використання митного тарифу
	Нетарифні (немитні)	Не передбачають використання митного тарифу

Механізм поєднання методів прямого і непрямого регулювання, правових, адміністративних і економічних може бути різним залежно від розвитку ринкових відносин, фінансової та економічної ситуації в країні. З розвитком ринкових відносин, залученням до процесу регулювання інститутів ринку методи прямого впливу (адміністративні), як правило, поступаються місцем опосередкованим (економічним) і відіграють другорядну роль. Використання їх стає доцільним тоді, коли ринковий механізм та економічні засоби державного регулювання економіки виявляються недостатніми або діють надто повільно.

З позицій конкретних засобів державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності наведена класифікація методів державного регулювання умовна, а зазначені методи є скоріше не альтернативними, а взаємодоповнюючими, тобто можуть поєднуватися, нашаровуватись один на одного, оскільки один і той самий засіб (або здійснений за його допомогою захід державного регулювання) може входити до складу різних методів. Наприклад, експортне мито одночасно входить до складу економічних і тарифних методів регулювання економіки, а підвищення його ставки належить до обмежувальних методів державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності.

Правове регулювання — це діяльність держави щодо встановлення обов'язкових для виконання юридичних норм (правил) поведінки суб'єктів права. Необхідний у цьому разі примус забезпечується розвитком громадської свідомості та силою державної влади. Предметом правового регулювання економіки такі: відносини між державою (державними органами) і суспільством, громадянами суб'єктами господарської діяльності; відносини всередині держави, між її органами з приводу розподілу повноважень, визначення їхнього правового статусу; відносини між суб'єктами господарської діяльності тощо.

Адміністративне регулювання — це прямиї впливу держави на діяльність суб'єктів ринку, з характерним прямим впливом державного органу або посадових осіб на дії виконавців через встановлення певних обов'язків, норм поведінки та віддавання команд (наказів, розпоряджень); а також безальтернативний вибір способів розв'язування завдань, варіанта поведінки; обов'язковість виконання наказів, розпоряджень; відповідальність суб'єктів господарювання за ухилення від виконання наказів. Адміністративні методи впливають із необхідності регулювати деякі види економічної діяльності з метою захисту інтересів громадян, суспільства, природного середовища.

Економічне регулювання зорієнтоване на досягнення поставлених цілей за допомогою притаманних управлінню економічних засобів та стимулів, які впливають на економічні інтереси суб'єктів господарювання. Застосування економічних методів державного регулювання дає змогу створювати економічні умови, які спонукають суб'єктів ринку діяти у необхідному для суспільства напрямі, вирішувати ті чи інші завдання згідно з загальнодержавними і приватними інтересами. Регулювання за допомогою економічних методів дає змогу суб'єктам ринку зберегти право на вільний вибір своєї поведінки.

Засоби (інструменти) державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності кожного із розглянутих вище методів державного регулювання наведені на рис. 3.2.

Методи	Правові	Адміністративні	ЕКОНОМІЧНІ	
			фінансово-бюджетні	кредитно-грошові
ЗАСОБИ (ІНСТРУМЕНТИ)	<ul style="list-style-type: none"> — Конституція та закони України; — укази і розпорядження Президента; — постанови та інші акти Верховної Ради України; — постанови та розпорядження Кабінету Міністрів України; — нормативно-правові акти центральних та місцевих органів державного регулювання 	<ul style="list-style-type: none"> — Реєстрація суб'єктів ЗЕД; — Ліцензування; — контингентування; — квотування; — регламентація митних процедур; — державні стандарти якості; — специфічні вимоги до товарів (маркування, упакування); — санкції; — ембарго; — індикатори планування ЗЕД 	<ul style="list-style-type: none"> — Податки на експорт та імпорту; — податкові пільги; — субсидування експорту; — державні дотації; — експортні премії 	<ul style="list-style-type: none"> — Експортне кредитування; — пільгові кредити; — регулювання валютних курсів; — валютні обмеження; — експортне страхування і гарантії

Рис. 3.2. Система засобів (інструментів) державного регулювання ЗЕД

Ліцензування (ліцензійний порядок імпорту) і контингентування є основними формами кількісних обмежень імпорту. Ліцензування — це система письмових дозволів, які видаються державними органами на експорт та імпорту товарів.

Ліцензія — це дозвіл, що дає право імпортеру ввозити певну кількість товару до країни. Ліцензії, як правило, видаються урядовими органами найбільшим імпортерам товарів і застосовуються у таких формах: 1) генеральні; 2) індивідуальні (разові та відкриті).

Генеральні ліцензії — відкритий дозвіл на експортні та імпорتنі операції по певному товару і/або з певною країною протягом дії режиму ліцензування. Генеральна ліцензія являє собою список товарів, що дозволяється ввозити вільно протягом зазначеного в ній періоду. Генеральна ліцензія, як правило, публікується в офіційних виданнях країн.

Разові (індивідуальні) ліцензії — разовий іменний дозвіл на здійснення окремої операції, що видається на період не менше необхідного для здійснення операції. Індивідуальна ліцензія — разовий дозвіл на ввіз певного товару, дійсний протягом обмеженого терміну. Відкриті (індивідуальні) ліцензії — дозвіл на експорт (імпорту) протягом окремого періоду часу з визначенням його загального обсягу.

Відповідно до Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність» (розд. 2, ст. 16) в Україні запроваджуються такі види експортних (імпортних) ліцензій: генеральна; разова (індивідуальна); відкрита (індивідуальна); антидемпінгова (індивідуальна); компенсаційна (індивідуальна); спеціальна (індивідуальна). За кожним видом товару встановлюється лише один вид ліцензії. Рішення про встановлення режиму ліцензування та квотування експорту (імпорту) приймається Верховною Радою України за поданням Кабінету Міністрів України з визначенням списку конкретних товарів, що підпадають під режим ліцензування та квотування, і строків дії цього режиму по кожному товару.

Контингентування — це обмеження державною владою ввозу товарів певною кількістю або сумою на встановлений період часу. Контингенти можуть устанавлюватися через укладення двосторонніх угод. Такі контингенти дійсні тільки для країн, що уклали угоду. В іншому випадку уряд країни встановлює загальний (глобальний) контингент, який можуть використовувати всі країни.

Загальний контингент дає імпортеру країни свободу вибору контрагента серед тих країн, на які поширюється дія контингенту, тоді як двосторонній контингент обмежує вибір імпортера тільки тією країною, котрій цей контингент надано. Від контингентів, що встановлюють кількість товарів, які дозволено імпортувати в країну, слід відрізняти так звані тарифні контингенти, які дозволяють ввозити певну кількість товарів за зниженим митом або безмитне. Товар, що ввозиться понад тарифного контингенту, оподатковується звичайним митом, установленим у митному тарифі. Тарифні контингенти широко використовують країни Європейського Співтовариства і США. За ліцензійної системи вільний ввіз тих або інших товарів забороняється. Імпорт таких товарів може здійснюватися тільки за спеціальним дозволом — ліцензією.

Квотування — кількісне або вартісне обмеження експортно-імпортних операцій. Розрізняють глобальні, групові та індивідуальні квоти. *Глобальні квоти* — визначаються за товарами без зазначення конкретних країн, куди товар експортується (імпортується). *Групові квоти* — визначаються за товарами із зазначенням групи країн, куди вони експортуються або з яких вони імпортуються. *Індивідуальні квоти* — визначаються за товарами із зазначенням конкретної країни, куди вони можуть експортуватися або з якої вони можуть імпортуватися.

В Україні квотування здійснюється встановленням режиму видачі індивідуальних ліцензій згідно з цією статтею, причому загальний обсяг експорту (імпорту) за цими ліцензіями не повинен перевищувати

обсягу встановленої квоти. Запроваджуються такі види експортних (імпортних) квот (контингентів): глобальні; групові; індивідуальні; антитемпінгові; компенсаційні; спеціальні. За кожним видом товару може встановлюватись лише один вид квоти.

Разом із зазначеними засобами адміністративного регулювання зовнішньоекономічної діяльності, які відносять до прямих обмежень ввозу товарів, розвинені країни широко використовують цілу систему заходів непрямих обмежень, або *непрямого протекціонізму*. До них відносять різні види технічних бар'єрів, система внутрішніх податків і зборів, різноманітні адміністративні правила, що стосуються використання іноземних товарів, та ціла низка інших положень, які прямо не перешкоджають імпорту, але створюють приховані перешкоди для ввозу іноземних товарів.

Технічні бар'єри — комплекс заходів з перевірки відповідності продукції, що імпортується, вимогам міжнародних і національних стандартів. Різновидами технічних бар'єрів є технологічні, технічні, санітарні, радіаційні норми, та сертифікація. Такі бар'єри є перешкодами для імпорту іноземних товарів, що виникають у зв'язку з їх невідповідністю національним стандартам, системам виміру та інспекції якості, вимогам технічної безпеки, санітарно-ветеринарних нормам, правилам упаковки, маркування та іншим подібним вимогам.

Санкції — заходи економічного впливу, що застосовуються державою до суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності, що порушили Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» та пов'язані з ним закони України. Зокрема, у разі порушення суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності валютного, митного, податкового, іншого законодавства, пов'язаного з їх зовнішньоекономічною діяльністю, та в разі проведення ними дій, які можуть зашкодити інтересам національної економічної безпеки. Спеціальними санкціями є індивідуальний режим ліцензування чи тимчасове зупинення зовнішньоекономічної діяльності.

Індивідуальний режим ліцензування зовнішньоекономічної діяльності українських суб'єктів ЗЕД та іноземних суб'єктів господарської діяльності передбачає здійснення Міністерством економіки України індивідуального ліцензування кожної окремої зовнішньоекономічної операції певного виду зовнішньоекономічної діяльності, що зазначена в статті 4 Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність».

Тимчасове зупинення зовнішньоекономічної діяльності щодо українських суб'єктів ЗЕД та іноземних суб'єктів господарської діяльності визначає позбавлення права займатися всіма видами зовнішньоекономічної діяльності, передбаченими ст. 4 Закону України «Про зовніш-

ньюекономічну діяльність», за винятком завершення розрахунків по раніше (до санкції) розпочатим зовнішньоекономічним операціям. Для завершення таких операцій українському суб'єктові зовнішньоекономічної діяльності слід у встановленому порядку одержати разову (індивідуальну) ліцензію Мінекономіки України.

Ембарго — державна заборона на імпорту-експорт певних товарів, технологій і капіталу у окремі країни. Умовно ембарго поділяють на три різновиди: 1) політичного характеру (введені рішенням ООН або однією державою та здійснення ідеологічного тиску на іншу державу (здебільшого ембарго на поставки зброї); 2) економічного характеру (санкції, пов'язані з вирішенням проблем у сфері економіки; 3) тимчасового характеру (введене на певний час, здебільшого пов'язане з вирішенням проблем охорони здоров'я, екології, а також клімату).

Індикатори планування зовнішньоекономічної діяльності пов'язані із *системою регулювання цін*, спрямованою на досягнення стабілізації цін, уникнення їх різких коливань, підтримки цін на рівні, який дозволяє суб'єктам ЗЕД вести розширене відтворення, регулювання обсягів і структури виробництва. Регулювання цін передбачає запровадження верхніх і нижніх меж коливання цін, введення індикативних та умовних цін, здійснення товарних інтервенцій.

Важливим напрямом державного регулювання ЗЕД є регулювання ввезень і вивезень капіталу, яке здійснюється переважно методами адміністративного регулювання.

Регулювання руху капіталу — комплекс заходів для залучення і використання іноземних інвестицій на території держави та регулювання вивезення інвестицій за кордон. Таке регулювання спрямоване на ефективне використання іноземного капіталу для розвитку національної економіки.

Регулювання ввезень капіталу з-за кордону має подвійний характер. З одного боку, держава зацікавлена у залученні іноземного капіталу, особливо інвестицій, а тому створює для цього відповідний клімат за допомогою гарантій від націоналізації, переведення прибутків, репатріації капіталу, надання різних пільг, а з другого — провадить політику обмеження впливу закордонного капіталу на національну економіку. Заходи державного регулювання руху капіталу стосуються таких аспектів руху капіталу:

- визначення іноземного інвестора, видів і форм іноземних інвестицій;
- участі у власності;
- репатріації прибутку;
- вимог до результатів діяльності та гарантії щодо прав іноземного інвестора;
- системи інвестиційних пільг та обмежень.

Зниження податків з експортерів здійснюється двома способами: прямим та непрямим. *Пряме* зниження податків з експортерів — зменшення рівня податкових відрахувань залежно від частки експорту у загальному обсязі виробництва.

Непряме зниження податків з експортерів — державний дозвіл відраховувати частину прибутку до фонду розвитку експортного виробництва з неоподаткованої частини прибутку.

Фінансування експортного виробництва буває пряме і непряме. *Пряме* фінансування експортного виробництва — субсидування експортного виробництва. *Непряме* фінансування експортного виробництва здійснюється через мережу комерційних банків, яким держава надає спеціальні дотації на зменшення кредитних ставок експортерам.

Податкові пільги — це непрямі експортні премії, коли експортерам надаються різноманітні фінансові пільги. Часто це звільнення компаній, що експортують товар, від сплати внутрішніх податків або надання податкових пільг.

Одна з форм непрямих експортних премій, що давно застосовується, — це система звільнення від мита або його повернення компаніям, що використовують імпортовану сировину для виготовлення експортних товарів (так званий умовно безмитний ввіз і повернення мита). Сутність цієї системи полягає в тому, що з метою розширення вивозу товарів експортерам повертають мито при вивозі товарів, які були сплачені за ввіз імпортованої сировини або напівфабрикатів, використаних для виготовлення цих товарів.

Кредитування експортного виробництва поділяють на внутрішнє та зовнішнє. *Внутрішнє* кредитування експортного виробництва — здійснюється через державні банки наданням середньострокових та довгострокових кредитів на розвиток експортного виробництва. *Зовнішнє кредитування експортного виробництва* — надання фінансових та комерційних кредитів імпортерам для закупок у фірми або країни — кредитора. При цьому держава субсидує такі кредити з бюджету.

До кредитування експорту входять такі засоби: експортні кредити, державні гарантії щодо експортних кредитів, державні методи фінансування вивозу товарів за програмами допомоги іноземним державам. Інший напрямок у розвитку торговельно-політичних засобів розширення експорту — продаж товарів на експорт за цінами нижчими, ніж ціни, встановлені конкуруючими монополіями, і нижчими, ніж світові ціни, у підсумку — за демпінговими цінами.

Страховання експорту поділяється на внутрішнє і зовнішнє. *Внутрішнє* — держава бере частину ризиків під час великих капіталовкладень в експортне виробництво. *Зовнішнє* — прийняття державою на себе частини комерційних та політичних ризиків під час здійснення ЗЕД.

Субсидування експорту — це форма державної політики, яка дає змогу продавати на зовнішньому ринку товари вітчизняного виробництва за нижчими цінами, часто нижчими від цін внутрішнього ринку, а іноді навіть і від витрат виробництва. Така практика застосування субсидій може призвести до гострих торговельно-політичних конфліктів.

Експортні премії також є одним із торговельно-політичних засобів розширення експорту. Експортні премії можуть бути у прямій і непрямій формах. Прямі експортні премії застосовуються у формі надання експортерам прямих разових субсидій при експорті товарів. Вони виплачуються з фондів державного бюджету і дають можливість експортерам знижувати ціни товарів, що вивозяться, і в такий спосіб розширювати експорт.

Тарифне державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності — комплекс заходів фінансово-економічного характеру, що впливають на економічні інтереси суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності, перешкоджаючи проникненню іноземних товарів на внутрішній ринок країни.

Митний тариф будь-якої країни являє собою перелік товарів, що обкладаються митом. Ці товари об'єднані в групи за ознакою походження (рослинні, тваринні, промислові тощо) і за ступенем обробки товару. Навпроти кожного товару (чи товарної позиції) вказується розмір мита, яким товар оподатковується. Для групування товарних позицій застосовуються класифікації, розроблені ООН. Іншими словами, митний тариф є систематизованим переліком мита.

Функціями митного тарифу є: 1) захист національного товаровиробника; 2) сприяння розвитку національного виробництва та експорту; 3) одержання торгово-політичних уступок від партнерів; 4) контроль за проходженням товарів через кордон; 5) фіскальна.

Цілі митного тарифу:

- раціоналізація товарної структури імпорту та експорту;
- підтримка раціонального співвідношення імпорту та експорту товарів, валютних доходів та витрат на території країни;
- створення умов для прогресивних змін у структурі виробництва та споживання товарів в країні;
- захист економіки країни від несприятливого впливу іноземної конкуренції;
- забезпечення умов для ефективної інтеграції країни до світової економіки.

Тарифне (митне) регулювання передбачає введення певних видів мит і розглядає та надає детальну характеристику дії таких митних режимів, як:

- ◆ випуск для вільного обігу;
- ◆ реімпорт;

- ◆ транзит;
- ◆ митний склад;
- ◆ вільний склад, магазин безмитної торгівлі;
- ◆ переробка на митній території;
- ◆ тимчасовий ввіз (вивезення);
- ◆ вільна митна зона;
- ◆ переробка поза митною територією;
- ◆ експорт;
- ◆ реекспорт;
- ◆ знищення;
- ◆ відмова на користь держави.

Структура митних тарифів включає *прості (одноколонні)* і *складні (багатоколонні) тарифи*. Прості митні тарифи встановлюють одну ставку мита для кожного товару незалежно від походження цього товару. Складний митний тариф передбачає для кожного товару дві та більше ставок мита. Як правило, найвища ставка складного тарифу називається максимальною, або генеральною, і застосовується щодо товарів тих країн, з якими немає торговельних угод. Більш низька, мінімальна, ставка, як правило, застосовується до товарів тих країн, з якими підписані торговельні договори та угоди і (це особливо важливо), яким надано режим найбільшого сприяння.

Кожна держава має національну структуру тарифу. Протягом багатьох років держави намагалися уніфікувати митні тарифи. До уніфікації тарифів спонукали численні багатосторонні угоди. У 1950 р. у Брюсселі була підписана конвенція про уніфікацію номенклатури митних тарифів і створена так звана брюссельська схема митного тарифу, яка одержала назву Брюссельська товарна номенклатура. Відповідно до неї в основу уніфікації було покладено поділ товарів за виробничим принципом, а сама номенклатура містила 21 розділ та 99 більш вузьких угруповань для опису товарів. Але, незважаючи на існування певних єдиних міжнародних номенклатур для статистичних і тарифних цілей, з різних причин один товар у рамках однієї міжнародної угоди міг бути віднесеним до кількох угруповань у ході руху до кінцевого споживача. Такий перебіг подій завадав певні збитки споживачам і виробникам товарів.

Водночас зростання обсягу і значення міжнародної торгівлі, тенденція до уніфікації і стандартизації зовнішньоторговельної документації, необхідність обміну статистичними даними поставили питання щодо розробки єдиного міжнародного документа, який установлював би чіткі і деталізовані правила класифікації товарів.

Такий документ був розроблений і прийнятий у Брюсселі 14 червня 1983 р., діставши назву Гармонізована система опису та кодування това-

рів. Це багатоцільова товарна номенклатура (класифікатор), що відповідає потребам статистичних служб, митних органів та комерційної діяльності. Дана система включає товарні позиції, підпозиції і цифрові коди, які їм належать; примітки до розділів, груп та підпозицій, а також Основні правила інтерпретації (класифікації) Гармонізованої системи.

Використання зазначеного класифікатора стало новим етапом у подальшому розробленні й стандартизації систем (товарів), що класифікуються з урахуванням максимального кола інтересів. За цією схемою нині встановлені митні тарифи Великої Британії, Франції, Німеччини, Італії й інших західноєвропейських країн, а також митні тарифи багатьох країн, що розвиваються, Азії, Африки і Латинської Америки. Рівень митних ставок, як правило, зростає мірою підвищення рівня обробки, науко- і техномісткості: сировина оподатковується низьким митом або взагалі не оподатковується, техномісткі готові товари і послуги оподатковуються високим митом.

Мито — це податок, що стягається у зв'язку із ввозом іноземного товару до країни і при випуску товарів митницями на внутрішній ринок. Економічна дія мита полягає в тому, що воно збільшує ціну іноземного товару, ввезеного до країни, і створює різницю в ціні того самого товару на світовому ринку та у межах даної країни.

Мито в тарифі встановлюються двома методами. Один із них — це визначення розміру (ставки) мита у вигляді відсотка до ціни товару. Мито, виражене у такий спосіб, називається митом від ціни, або адвалерним. Інший метод — це установлення розміру мита безпосередньо в грошовому виразі у вигляді певної суми, що стягується з маси, обсягу або штуки товару. Мито, виражене у такий спосіб, називається специфічним митом.

У сучасних митних тарифах застосовуються обидва види мита. Проте *адвалерні* і *специфічні* мита по-різному реагують на зміни рівня цін на світовому ринку. У разі підвищення цін на зовнішньому ринку ефективнішим є адвалерне мито, у разі зниження — специфічне. У сучасній митній політиці розвинених країн спостерігається тенденція до збільшення ролі адвалерного мита у тарифах.

Існує практика уніфікації методів визначення митної вартості товарів (згідно з Брюссельською конвенцією 1950 р. про створення Ради митного співтовариства та першого її установчого засідання у 1953 р.). Відповідно до даної конвенції адвалерне мито стягується з так званої нормальної ціни товару.

Це ціна, що існує в момент подання митної декларації, і включає всі витрати на доставляння товару до кордону. За походженням мито може бути *автономним* або *конвенційним* (*конвенціональне*). Автономне мито стягується за рішенням державної влади певної країни неза-

лежно від будь-яких угод з іншими країнами. Конвенційне мито встановлюється в процесі укладання угоди або договору з іншою країною і фіксується в цьому договорі. Воно не може змінюватися протягом терміну його дії. Конвенційне мито зникає з митного тарифу, коли договори, за якими вони були надані, припиняють свою дію.

Особливими видами мита вважаються: 1) спеціальні мита; 2) антидемпінгове і 3) компенсаційне. *Спеціальні мита* — застосовуються у випадках недобросовісної конкуренції та загрози національним товаровиробникам подібної продукції; як відповідна міра на дискримінаційні дії іноземних держав.

Антидемпінгове — застосовується при імпорті товару за демпінговими цінами. *Компенсаційне* — застосовується при імпорті товару, при виробництві якого прямо або непрямо використовувались субсидії. Класифікація видів мита наведена в табл. 3.5.

Таблиця 3.5

КЛАСИФІКАЦІЯ ВИДІВ МИТА

Критерій	Види мита
Метод нарахування	Адвалерне
	Специфічне
	Комбіноване (змішане)
Походження	Автономне
	Конвенційне
Напрямок	Експортне
	Імпортне
Час дії	Автономне (генеральне)
	Тимчасове
	Сезонне
Кількість ставок для одного товару	Просте: адвалерне специфічне
	Складне: комбіноване

Нетарифне державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності — комплекс заходів обмежувально-заборонного характеру, що перешкоджають проникненню іноземних товарів на внутрішній ринок країни. Нетарифні обмеження є заходами прихованого протекціонізму.

Нетарифні методи регулювання *за характером дії* поділяються на:

- кількісні (квотування, ліцензування, добровільні обмеження, ембарго);

- приховані (державні закупівлі, вимоги до вмісту компонентів, технічні бар'єри, податкові збори, імпортерний депозит);
- фінансові (субсидії, кредитування, демпінг);
- неекономічні (торговельні угоди, правові режими).

За рівнем юридичного забезпечення нетарифні методи поділяють на: формальні і неформальні. *Формальні нетарифні методи* зафіксовані у законодавчих актах і нормативно-розпорядчих документах і включають кількісні та подібні специфічні обмеження, пов'язані з ними політику, державну участь у торгівлі, обмежувальну ділову практику, митні процедури і практику їх застосування, технічні бар'єри).

Неформальні нетарифні методи вводяться як результати дії уряду чи похідні від політики і практики органів державного управління і включають бар'єри, які виникли через адміністративні процедури та неопубліковані нормативно-розпорядчі документи, ринкову структуру, політику і практику органів державного регулювання, соціальних і культурних установ.

Торговельні договори та угоди належать до найважливіших засобів сучасної торговельної політики країн світу. Вони визначають правові умови, на яких будуються економічні взаємовідносини урядів, а також фізичних і юридичних осіб держав, що підписали договір. Торговельні договори та угоди застосовуються порівняно давно. Сучасні торговельні договори й угоди розвинених країн і країн, що розвиваються, мають різні найменування й охоплюють широке коло регульованих процесів.

За змістом, характером і значенням такі договори можуть бути поділені на дві великі групи: торговельні договори (договори про торгівлю і мореплавання), що визначають найважливіші принципи і створюють правову базу для всього комплексу економічних взаємовідносин між країнами, і торговельні угоди (угоди про товарообіг, угоди про товарообіг і платежі), що регулюють окремі сторони економічних взаємовідносин. Договори про торгівлю і мореплавання (торговельні договори загального типу) установлюють той правовий режим, який сторони надають один одному щодо митного обтяження, торговельного мореплавання, транспорту, транзиту, діяльності фізичних і юридичних осіб, сторін, що договороються тощо.

Торговельні договори укладаються на тривалі терміни (п'ять — десять років) і передбачають можливість продовження терміну їх дії на наступний період. Їх підписують від імені урядів сторін, що ведуть переговори, і, як правило, підлягають ратифікації. Велика частина статей торговельних договорів розвинених країн стосується питань ввозу і вивозу товарів і капіталів, придбання нерухомого майна в чужій країні, захисту капіталовкладень від націоналізації тощо. Ця група питань є основною в сучасних торговельних договорах. Правовий режим цієї групи питань встановлю-

ється в торговельних договорах через взаємне надання сторонами режиму найбільшого сприяння.

Режим найбільшого сприяння — це положення про те, що кожна з держав зобов'язується надати іншій державі — учасниці договору такі ж сприятливі права, переваги, привілеї та пільги, як і ті, що їх вона надає або надасть у майбутньому будь-якій третій державі. У сучасних торговельних договорах цей режим застосовується у так званій безумовній формі. Це означає, що пільги і переваги, які уже надані третій державі однією зі сторін договору, або ті, що можуть бути надані в майбутньому, поширюються автоматично (безумовно) на іншу сторону договору. Режим найбільшого сприяння поширюється в торговельних договорах на ввіз, вивіз і транзит товарів, умови використання морських портів, мореплавання та ін.

Багато країн укладають також різноманітні торговельні угоди, які на відміну від торговельних договорів регулюють окремі сторони економічних відносин, зокрема, обсяг і товарну номенклатуру взаємної торгівлі, порядок взаємного надання контингентів та їх розмір, умови і способи розрахунків за торговельними операціями тощо.

Ці угоди мають різноманітні назви — угода про товарообіг, угода про торгівлю і платежі, угода про взаємні товарні поставки тощо, і, як правило, укладаються на основі чинних торговельних договорів і ґрунтуються на закладених там принципах. Термін їх дії здебільшого один рік, рідше — кілька років. Вони, як правило, не підлягають ратифікації і набувають чинності відразу після підписання.

Умови цих угод мають двосторонній характер, тобто не поширюються на інші країни, пов'язані з даною державою договірними відносинами (на відміну від багатьох умов торговельних договорів, що поширюються на треті країни на основі принципу найбільшого сприяння). Тому угоди такого типу часто називають угодами про двосторонню торгівлю. Одним із найважливіших типів угод у сфері зовнішньоекономічних зв'язків є угоди про ліквідацію подвійного оподаткування.

У міжнародній зовнішньоторговельній практиці іноземні компанії, що виробляють масову продукцію і не знаходять їй збуту на традиційних ринках, нерідко вдаються до спроби розширити ринкову частку (market share) на ринках інших країн за рахунок демпінгу.

Під *демпінгом* розуміють навмисне заниження цін на товари, що конкурують із товарами, виробленими національними підприємствами, з метою придбання більшої частки ринку і витіснення інших (національних) виробників.

Існують також і приховані форми демпінгу, коли імпорتنі товари продають із застосуванням усляких знижок, відстрочок платежів, бонусів тощо. Це також завдає шкоди іншим постачальникам на даному ринку.

Законодавство передбачає певні повноваження і функції державних органів, що здійснюють нагляд і контроль за дотриманням *антидемпінгових правил*. Постачальники, обвинувачені в демпінгу, як правило, піддаються суворим санкціям аж до прийняття рішень відповідними судовими інстанціями, уповноваженими розглядати претензії державних органів щодо нагляду за дотриманням антидемпінгового законодавства. Антидемпінгові правила діють також і у відносинах між національними виробниками.



Контрольні запитання, завдання та проблеми для обговорення

1. Які рівні має система регулювання світогосподарських зв'язків?
2. Дайте визначення поняттю «державне регулювання економіки»?
3. Які різновиди має зовнішньоекономічна політика за пріоритетами її здійснення?
4. З якою метою здійснюється ліберальна зовнішньоторговельна політика?
5. Визначте цілями регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні?
6. Який вигляд має принципова структура державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності?
7. Які органи державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності належать до центральних?
8. Що входить до компетенції Кабінету Міністрів України щодо регулювання зовнішньоекономічної діяльності?
9. Які засоби входять до складу адміністративних методів державного регулювання економіки?
10. Які засоби входять до складу економічних методів державного регулювання економіки?



Тести

1. Назвіть вищий орган управління ЗЕД в Україні:

- а) Міністерство економіки України;
- б) Верховна Рада України;
- в) Кабінет Міністрів України;
- г) Національний банк України.

2. Економічна політика держави, спрямована на стимулювання розвитку національної економіки та її захисту від іноземної конкуренції, — це:

- а) лібералізація;
- б) протекціонізм;
- в) інтенсифікація;
- г) децентралізація.

3. У чому полягає відмінність між економічними та адміністративними методами регулювання ЗЕД:

- а) економічні методи стимулюють ЗЕД, а адміністративні — обмежують;
- б) економічні методи діють непрямо, адміністративні — опосередковано;
- в) економічні методи підвищують ефективність ЗЕД, адміністративні — знижують;
- г) економічні методи застосовуються до експорту, адміністративні — до імпорту.

4. Оберіть перелік заходів державного регулювання ЗЕД:

- а) ліцензування, квотування, мито, комбінування, калькулювання, кредитування, страхування;
- б) ліцензування, квотування, антидемпінгові процедури, технічні бар'єри, мито, калькулювання, оперативне регулювання, кредитування;
- в) ліцензування, квотування, антидемпінгові процедури, технічні бар'єри, мито, оперативне регулювання, кредитування, страхування, фінансування.
- г) калькулювання, відшкодування збитків.

5. Ліцензування як метод регулювання ЗЕД — це:

- а) надання дозволу користування винаходом;
- б) надання дозволу на експортно-імпортні операції;
- в) укладання угоди про передачу прав на використання ліцензії, ноу-хау, товарних знаків та ін.
- г) обмеження імпорту.

6. Квота — це:

- а) сума грошового внеску члена міжнародного кооперативу;
- б) вартісне або кількісне обмеження експортно-імпортних операцій;
- в) рівновага у купівельній спроможності двох валют;
- г) вид податку у зовнішній торгівлі.

7. З якою метою держава застосовує експортний митний тариф:

- а) для захисту національних товаровиробників від небажаної іноземної конкуренції;
- б) для захисту національних товаровиробників від небажаної іноземної конкуренції та поповнення доходів держави;
- в) для обмеження вивозу із країни окремих видів продукції та поповнення доходів держави;
- г) для страхування комерційних ризиків.

8. З якою метою застосовується митне декларування товарів:

- а) для упорядкування та обліку грузопотоку через кордон, а також як основа для стягнення мита;
- б) для статистичного обліку експортно-імпортних операцій;
- в) для заборони вивозу окремих видів товарів;
- г) для обмеження імпорту.

9. Технічні бар'єри — це:

- а) перевірка імпоротної техніки на комплектність;
- б) перевірка експортної техніки на відповідність вимогам стандартів;
- в) перевірка відповідності імпоротної продукції вимогам міжнародних та національних стандартів;
- г) митний огляд товарів.

10. Домовленість у міжнародних договорах та угодах, за якої одна держава надає іншій такі ж сприятливі умови, якими користуються або буде користуватися у подальшому будь-яка третя держава на території першої, — це режим:

- а) найбільшого сприяння;
- б) спеціальний;
- в) міжнародний;
- г) винятковий.



Література

1. Положення про міністерство економіки України від 26 травня 2007 р. № 777 (777-2007-п) // Офіційний вісник України. — 2007. — № 39. — С. 1563. Режим доступу: <http://www.kmu.gov.ua/control/npd/list>
2. Положення про Міністерство закордонних справ України від 12 липня 2006 р. № 960 (960-2006-п) // Офіційний вісник України. — 2006. — № 28. — С. 2022.
3. Горін Н. В. Державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності: навч. посіб. — К. : Знання, 2008. — 330 с.
4. Дроздова Г. М. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності підприємства: навч. посіб. — Донецьк: ДонДУУ, 2004. — 154 с.
5. Креул Ю. І. Організаційно-правові засади управління економікою України: навч. посіб. — К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2004. — 398 с.
6. Термінологічний словник з менеджменту зовнішньоекономічної діяльності / Г. М. Дроздова, В. В. Зякун. — Донецьк: ДонДУУ, 2006. — 114 с.
7. Швайка Л. А. Державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності: Підручник. — К. : Знання, 2008. — 462 с.
8. Офіційний веб-сайт державної митної служби України — <http://www.kmu.gov.ua/dmsu/control/>
9. Офіційний веб-сайт Міністерства закордонних справ України — <http://www.mfa.gov.ua/>

4

Розділ

ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІ КОНТРАКТИ: ВИДИ, СТРУКТУРА, ЗМІСТ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДОГОВІРНИХ ЗОБОВ'ЯЗАНЬ

4.1. Сутність, особливості та види зовнішньоекономічних контрактів

Узагальнене поняття зовнішньоекономічного договору (контракту) дано в ч. 6 ст. 1 Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність» [1], а саме: *зовнішньоекономічний договір (контракт)* — матеріально оформлена угода двох чи більше суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності та їхніх іноземних контрагентів, спрямована на встановлення, зміну або припинення їхніх взаємних прав та обов'язків у зовнішньоекономічній діяльності [1].

Верховна Рада України в 1999 р. прийняла Закон України «Про внесення змін до ст. 6 Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність». Нині вимоги до контракту формулюються так: «Зовнішньоекономічний договір (контракт) укладається суб'єктом зовнішньоекономічної діяльності або його представником у простій письмовій формі, якщо інше не передбачено міжнародним договором України чи Законом. Повноваження представника на укладення зовнішньоекономічного договору (контракту) може впливати з доручення, статутних документів, договорів та інших підстав, які не суперечать цьому Закону. Дії, які здійснюються від імені іноземного суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності України, уповноваженим на це належним чином, вважаються діями цього суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності» [2].

Наказом Міністерства економіки та з питань економічної інтеграції України № 201 від 06.09.2001 року затверджено Положення про форму зовнішньоекономічних договорів (контрактів) (додаток В) [3].

Форма зовнішньоекономічного договору визначається місцем його укладення. Якщо дотримані вимоги законодавства України, то укладена за кордоном угода не може бути визнана недійсною внаслідок недотримання форми.

Права та обов'язки сторін контракту визначаються правом місця його укладення, якщо сторони не домовляться про інше. Місце укладення угоди визначається згідно з законами України.

Також у п. 6 Положення зазначається: «Права та обов'язки сторін зовнішньоекономічних договорів (контрактів) визначаються правом країни, вибраної сторонами при укладенні договору (контракту) або у результаті подальшого узгодження. Якщо домовленість між сторонами угоди щодо цього відсутня — застосовується право країни, де заснована, має місце проживання або основне місце діяльності Сторона, яка відповідно до змісту контракту може виступати:

- продавцем у договорі купівлі-продажу;
- наймодавцем у договорі майнового наймання;
- ліцензіаром у ліцензійному договорі;
- охоронцем у договорі зберігання;
- комітентом (консигнантом) у договорі комісії (консигнації);
- довірительцем у договорі доручення;
- перевізником у договорі перевезення;
- експедитором у договорі транспортно-експедиційного обслуговування;
- кредитором у договорі кредитування;
- дарувальником у договорі дарування;
- поручителем у договорі поруки;
- заставником у договорі застави.

До зовнішньоекономічних договорів (контрактів) про виробниче співробітництво, спеціалізацію і кооперування, виконання будівельно-монтажних робіт застосовується право країни, де створюються передбачені договором (контрактом) результати, якщо сторони не погодили інше.

До зовнішньоекономічного договору (контракту) про створення спільного підприємства застосовується право країни, на території якої спільне підприємство створюється і офіційно реєструється.

До зовнішньоекономічного договору (контракту), укладеного на аукціоні, у результаті конкурсу, на біржі, застосовується право країни, на території якої проводиться аукціон, конкурс або знаходиться біржа.

До прав і зобов'язань за зовнішньоекономічним договором (контрактом), не вказаним у цій статті, застосовується право країни, де заснована або має місце проживання, або основне місце діяльності Сторона, яка здійснює виконання такого договору (контракту), що має вирішальне значення для його змісту.

У разі приймання виконання за зовнішньоекономічним договором (контрактом) береться до уваги місце проведення такого приймання, оскільки сторони не погодили інше» [2].

Основні функції зовнішньоекономічних контрактів, незважаючи на наявність розбіжності суджень фахівців щодо існування тієї чи іншої з них, можна визначити так:

- ініціативна;
- програмно-координаційна;
- інформаційна;
- гарантійна;
- правозахисна [4].

У міжнародній практиці використовують різні зовнішньоекономічні договори. *Основні види зовнішньоекономічних контрактів* такі: разового постачання; з періодичним постачанням; на постачання комплектного устаткування; на постачання комплектного устаткування; з оплатою в грошовій формі; з оплатою в товарній або змішаній формі; на управління; «під ключ»; колективні.

◆ *Контракт разового постачання* — одноразова угода, що передбачає постачання узгодженої кількості товару до визначеної дати, терміну, періоду часу. Постачання товарів робиться один або кілька разів протягом встановленого терміну. Після виконання прийнятих зобов'язань юридичні відносини між сторонами і, власне, контракт припиняються. Разові контракти можуть передбачати як короткі, так і тривалі терміни постачання.

◆ *Контракт з періодичним постачанням* передбачає регулярне (періодичне) постачання визначеної кількості, партій товару протягом встановленого умовами контракту терміну, який може бути короткостроковим (один рік), і довгостроковим (5 — 10 років, а іноді й більше).

◆ *Контракти на постачання комплектного устаткування* передбачають наявність зв'язків між експортером і покупцем — імпортером устаткування, а також спеціалізованими підприємствами, що беруть участь у комплектації такого устаткування. При цьому генеральний постачальник організує і відповідає за повну комплектацію і своєчасність постачання, а також за якість.

◆ *Контракти з оплатою в грошовій формі*. Контракти з оплатою в грошовій формі передбачають розрахунки у визначеній сторонами валюті із застосуванням обумовлених у контракті способів платежу (готівковий платіж, платіж з авансом і в кредит) і форм розрахунку (інкасо, акредитив, чек, вексель).

◆ *Контракти з оплатою в товарній або змішаній формі*. Значного поширення в сучасних умовах набули контракти з оплатою в змішаній формі, наприклад, при будівництві на умовах цільового кредитування підприємства «під ключ», коли оплата витрат відбувається частково в

грошовій, а частково в товарній формі. Контракти з оплатою в товарній формі — бартерні угоди (товарообмінні і компенсаційні договори), передбачають простий обмін погоджених кількостей одного товару на інший. У цих угодах встановлюється або кількість товарів, що взаємно постачаються, або обумовлюється сума, на яку сторони зобов'язуються поставити товари.

◆ Останніми роками з'явилися нові види зовнішньоекономічної діяльності, пов'язані з управлінням, будівництвом та ін. Найбільш поширеними з них є такі:

◆ *Контракти на управління* (management contracts) — є засобом, за допомогою якого фірми можуть направити частину свого управлінського персоналу, надаючи підтримку фірмі в іншій країні, чи виконувати спеціалізовані управлінські функції протягом визначеного періоду за встановлену плату. Контракти на управління, як правило, укладаються на термін від трьох до п'яти років із фіксованою оплатою або оплатою, що залежить від обсягу виробництва, а не від прибутку.

◆ *Контракти «під ключ»* (turnkey projects) — передбачають укладання контракту на будівництво підприємств, що передаються за встановлену плату власнику, коли вони повністю готові до експлуатації. Фірми, що реалізують проекти «під ключ», часто є виробниками промислового устаткування; вони поставляють частину устаткування згідно з проектом. Особливо часто такими проектами займаються будівельні фірми.

Платежі по проектах «під ключ» здійснюються поетапно, мірою виконання запланованих робіт. Початковий платіж звичайно становить 10—25 % вартості контракту, 50—65 % виплачується у ході виконання запланованих за проектом робіт, решта — коли підприємство фактично вже працює відповідно до умов контракту.

◆ *Колективні контракти*. Одним із найбільших секторів ринку колективних контрактів, що бурхливо розвиваються, стали проекти, які є надто великими для однієї компанії. З початку проекту кілька компаній різних країн погоджуються розділити між собою високі витрати і рівень ризику, пов'язані з розробкою ряду компонентів, необхідних для кінцевого виробу; потім провідна (головна) компанія купує компоненти у фірм, кожна з яких виконувала визначену частину розробок.

Складання будь-якого контракту, у тому числі контракту купівлі-продажу — надто копітка робота, яка вимагає великих витрат і часу. Тому ділові партнери прагнуть до уніфікації та стандартизації контрактів. У практиці міжнародної торгівлі широко використовуються різні типові форми контрактів. Вони стали розроблятися великими експор-

терами й імпортерами ще наприкінці XIX ст. За деякими підрахунками, у наш час на світовому ринку використовується понад 10 млн типових контрактів.

Типовий контракт — це розроблений за встановленими правилами документ, який містить ряд уніфікованих умов, прийнятих у практиці міжнародної торгівлі, тобто наперед узгоджених, типових умов.

Типові контракти на світовому ринку можуть використовуватися в різних формах. Найбільш поширеною формою є такий типовий контракт, в якому викладаються і формулюються належним чином статті, що містять загальні умови купівлі-продажу. А в тих статтях, умови яких вимагають узгодження, залишається місце для уточнення (так звана друга частина типового контракту). Після узгодження в контракт вносяться індивідуальні умови угоди, і він вважається готовим до підписання. Інколи у всіх пунктах залишається місце для уточнення.

Другу частину типового контракту становлять статті, умови яких вимагають узгодження. Це статті, які містять умови про предмет контракту, ціну товару, його якісні властивості, терміни поставок, умови платежу та ін.

Особливість другої частини типового контракту полягає в тому, що статті, які містять загальні умови, друкуються на звороті контракту чи інших аркушах, а статті, умови яких вимагають узгодження, друкуються на титульній стороні контракту.

Є й такий варіант типового контракту, в якому загальні умови купівлі-продажу не викладаються. Вони наперед узгоджені і на них робиться посилання на зворотній стороні контракту, а на лицевому боці друкуються мінімум 3 — 4 статті, умови яких вимагають узгодження (тобто про кількість, ціну, терміни та інколи про якість доставки). Використання типового контракту може здійснюватися двома способами:

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

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

Частіше типовий контракт, розроблений однією зі сторін угоди, береться за зразок і на його основі через узгодження кожної статті, кожної умови контракту розробляється індивідуальний контракт, який підписується сторонами.

Типові форми контрактів розробляють в основному великими експортерами певного виду продукції, об'єднаннями промисловців і підприємців, асоціаціями, союзами, торгово-промисловими палатами, біржовими комітетами. Наприклад, типові контракти на промислову

сировину розробляють союзи підприємців. Це, як правило, *національні союзи*.

Проте стосовно багатьох товарів — зернових, лісо- і пиломатеріалах, шкірсировинних — велике значення мають типові контракти, розроблені *міжнародними союзами підприємців*.

Найбільше поширення в торгівлі зерновими, масляними товарами, цукром, кольоровими металами, бавовною, натуральним каучуком тощо дістали типові контракти, розроблені *біржовими комітетами*.

Галузеві об'єднання розробляють, як правило, кілька варіантів типових контрактів для кожного виду товарів. Різниця між цими варіантами полягає звичайно в методі визначення ціни (ФОБ, СІФ тощо) способу доставляння товару (цілими пароплавами чи дрібними відправками); напрямку перевезення, що може вплинути на упаковку товару, умови страхування та ін.

Велику увагу розробці типових контрактів приділяє *Європейська економічна комісія (ЄЕК) ООН*. Під керівництвом ЄЕК розроблено понад 30 варіантів типових контрактів і загальних умов купівлі-продажу, частково, договір купівлі-продажу зернових; загальні умови експортних доставок машинного обладнання; загальні умови монтажу машинного обладнання за кордоном; загальні умови купівлі-продажу для експорту товарів довготривалого користування та інших металовиробів серійного виробництва; загальні умови купівлі-продажу цитрусових та ін.

Типові форми контрактів є обов'язковими для сторін тільки за їх згодою. Як правило, зміст таких угод ґрунтується на праві і практиці країни-розроблювача. І це необхідно враховувати українським підприємцям, які укладають контракт з іноземним партнером.

4.2. Техніка підготовки, укладання та виконання зовнішньоекономічного контракту

У міжнародній комерційній практиці використовують різні способи підписання експортно-імпортних угод. Найбільш поширеним є укладання контракту між сторонами, що є безпосередніми контрагентами.

Суб'єкти, що є сторонами зовнішньоторгового договору (контракту) купівлі-продажу, повинні мати повноваження на підписання договору згідно з законами України і з урахуванням її міжнародних дого-

ворів. У випадку, якщо зовнішньоекономічний договір підписується фізичною особою, потрібен тільки її підпис. Від імені інших суб'єктів ЗЕД зовнішньоекономічний договір підписують дві особи: та, що має таке право відповідно до посади і згідно з документами заснування фірми, та особа, вповноважена дорученням, виданим за підписом керівника суб'єкта ЗЕД, одноосібно, якщо документи заснування не передбачають іншого.

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

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

Початковим етапом є попередні переговори, які ще називають «трактацією угоди». Це серйозний і складний процес. Тим, хто починає безпосередню роботу з узгодження всіх конкретних умов (статей) майбутнього контракту, можна порекомендувати таке:

- вкрай важливо чітко уявляти мету угоди, тобто те, що потрібно зробити і на одержання якого результату ці дії спрямовані. Щоб успішно вирішити цю проблему, доречно створити модель майбутньої операції, визначити послідовність та строки її здійснення, врахувати можливі ризики. Необхідно обміркувати, що повинен зробити кожен з партнерів. І тільки після цього можна приступати до формулювання умов договору, звертаючись за консультаціями до спеціалістів, готувати всі необхідні документи;

- проект майбутнього договору кожному з партнерів краще готувати самостійно, не покладаючись повністю на здійснення організаційно-технічних заходів іншою стороною, оскільки кожна зі сторін орієнтована передусім на реалізацію власних інтересів; таким чином, ви зможете реалізувати свої інтереси.

- договір необхідно підписувати лише після того, як його переглянув і завізував юрист цієї фірми, або фірми, що надає юридичні послуги;

- формуючи умови договору, не припустима двоїстість висловлювань, розпливчастих фраз, нечіткості;

Реалізація типової зовнішньоторгової угоди проходить ряд *етапів*, які складаються з послідовних стадій її підготовки.

Можна виділити *чотири основні етапи* оформлення типової зовнішньоторгової угоди купівлі-продажу.

Перший етап. Встановлення ділового контакту із зарубіжним партнером. Цей етап складається з таких стадій:

- 1) вимога покупця відомостей про товар чи виклик на торги продавця;

- 2) одержання відповіді;
- 3) перевірка продавцем платоспроможності покупця і підтвердження її.

Реалізація цієї частини угоди вимагає оформлення і підтвердження зазначених дій такими *основними документами*: запити, ініціативні листи, відповіді на запити, оферти (тверда чи вільна), банківські чи комерційні відправлення та ін.

Оферта — письмова пропозиція продавця покупцю про продаж товарів на визначених ним умовах. *Тверда оферта* — це письмова пропозиція на продаж відповідної партії товарів одному можливому покупцю з вказівкою строку відповіді, упродовж якого продавець не може зробити пропозицію іншим покупцям. Якщо покупець згоден з пропозицією продавця, він надсилає лист-підтвердження, що містить *акцепт*. Якщо не згоден — контроферти з вказівкою умов угоди. *Вільна оферта* — робиться, як правило, одночасно на одну і ту ж партію товарів багатьом покупцям і не містить строку для відповіді. Якщо покупець згоден з умовами даної оферти, він підтверджує цей факт твердою офертою.

Якщо ініціатива в пошуку товару виходить від покупця в процесі переговорів, його звернення до продавця, де висувається пропозиція вислати оферту, називається *запитом*.

Другий етап. Оформлення замовлення покупцем.

Стадії цього такі:

- 1) письмове повідомлення покупця про доставку товарів чи надання послуг;
- 2) встановлення графіка доставок;
- 3) визначення мінімальної ціни;
- 4) прийняття замовлення.

Оформлення угоди на другому етапі *супроводжується такими документами*: замовлення, акцепт пропозиції покупця, проект контракту, акцепт (підтвердження, згода) твердої оферти продавця, зустрічна оферта, графік доставки, індект (закупівельний ордер).

Оформлення *замовлення* покупцем фактично означає письмову вказівку про доставку йому товарів чи надання послуг. Замовлення оформляється частіше всього на спеціальному бланку з обґрунтуванням ціни. Одночасно складається *закупівельний ордер*, тобто супроводжувальний лист чи *індект* (закупівельний ордер, орієнтований на експорт). Замовлення не стає контрактом до моменту одержання письмової згоди підписати договір на попередніх умовах.

Третій етап. Забезпечення доставки і розрахунків.

Стадії цього такі:

- 1) визначення контрактної ціни;

- 2) визначення базисних умов поставки;
- 3) узгодження умов розрахунку і методи платежу покупцем.

Документи, необхідні для оформлення цієї частини угоди: консульський рахунок, рахунок-фактура, фірмові каталоги, прейскуранти, біржові котирування, конкурентний лист, «Інкотермс 2000», акредитивний лист, інкасове доручення, чеки та ін.

Визначення контрактної ціни товару здійснюється на основі певних документів. При цьому в договорі обов'язково робиться посилання на документи, які використовуються з цією метою (консульський рахунок, рахунок проформа, сертифікат походження товару та ін.).

Консульський рахунок — це доручення, в якому підтверджується походження товару. Він виписується в країні експортера консулом країни імпортера після виплати консульського збору. Названий документ надається разом з експортованим товаром, якщо це вимагається в країні-імпортері [5].

Сертифікат походження товару — документ спеціально установленої форми, який підтверджує, що товари / послуги вироблені / виконані в певній країні, і який містить інформацію для їх ідентифікації [5].

Рахунок-фактура — це рахунок, що виписується продавцем на ім'я покупця після того, як покупець замовить товар. У рахунку-фактурі містяться відомості про товар та його ціну. Рахунок-фактура є підставою для оплати або розрахунку [5].

Рахунок-проформа — попередній рахунок на оплату імпортованої продукції. Містить зазвичай ту ж інформацію, що й кінцевий (остаточний) рахунок, але не може використовуватися для оплати поставок [5].

Конкурентний лист — документ, що узагальнює інформацію про техніко-економічні показники, якість, ціни і комерційні умови при реалізації товару; використовується у ході укладення контрактів, з метою реклами [5].

Стосовно визначення конкретної ціни експортного товару в угоді передбачається, що імпортер повинен знати всі елементи товару (ціна товару в місці його знаходження в момент продажу) чи базову ціну з урахуванням вартості упаковки, транспортування, витрат на страхування, мито. Ці витрати є типовими і обумовлюються торговими звичаями міжнародної комерційної практики.

Умови доставки у контракті визначаються на основі документа, розробленого Міжнародною торговою палатою — «Інкотермс 2000» (дод. Г), який є зібранням правил, тлумачення міжнародних комерційних термінів.

Четвертий етап. Виконання замовлення продавцем:

- 1) підготовка товару до відвантаження (упаковка товару відповідно до правил, норм і стандартів);
- 2) доставка і транспортування;
- 3) страхування вантажу — оформлення страхового поліса;
- 4) митне очищення — заповнення митної декларації;
- 5) виставлення платіжного рахунку.

Оформлення угоди на цьому етапі супроводжується випискою товаросупроводжувальних і розрахункових документів, якими є рахунок-проформа, рахунок-специфікація, пакувальний листок, сертифікати (продукції, якості, походження товару), повідомлення про готовність до відвантаження, інвойс, транспортна накладна, коносамент, повідомлення про відвантаження, страховий поліс, митна декларація та ін.

Інвойс (комерційний рахунок) — пакет документів, що є основою для розрахункових операцій. До його складу входить рахунок-фактура, з докладним переліком надісланих покупцю товарів і повної інформації про кількість, якість і ціну товару, про нумерацію і маркування вантажних місць, про способи постачання товару. Крім того, в інвойсі перераховують всі додаткові витрати, а також проставляють номер контракту, вказується величина знижки і методи її надання, номер замовлення і накладної, дата відвантаження, умови і форми платежу [5]. Повідомлення про готовність товару надсилається покупцеві. Складається накладна, яка супроводжує вантаж. Транспортування вантажу доповнюється завантажувальним ордером.

Лист пакувальний — супровідний документ до вантажу, в якому міститься перелік усіх видів і сортів товарів, що перебувають у кожному товарному місці. Такий лист необхідний, коли в одній упаковці містяться різні за асортиментом товари [5].

Коносамент — документ, що засвідчує одержання вантажу для транспортування морським шляхом. Видається перевізником відправникові вантажу. Коносамент може бути іменним (на ім'я певного одержувача вантажу), ордерним (у розпорядженні відправника або одержувача) або на пред'явника. Коносамент складається на підставі письмового документа, підписаного відправником (вантажний ордер). За достовірність відомостей, зазначених у вантажному ордері, відповідає відправник [5].

Страховий поліс — письмова угода між страхувальником і страховиком, яка засвідчує, що страховик бере на себе зобов'язання у разі настання страхового випадку виплатити страхову суму або в межах страхової суми відшкодувати збиток страхувальникові чи іншій особі, зазначеній у полісі [5].

Вантажна митна декларація (ВМД) — документ, що містить відомості про товар, який ввозиться на митну територію України, мету його ввезення або про зміну митного режиму для таких товарів, а також інформацію, необхідну для здійснення митного контролю, митного оформлення, митної статистики, нарахування митних платежів [5].

4.3. Типова структура міжнародного контракту

Положення про форму зовнішньоекономічних договорів (контрактів) від 5 жовтня 1995 р. № 75 передбачає, що у контракті повинні міститися такі обов'язкові умови [3]:

1. *Назва, номер договору (контракту), дата і 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), документів, якими керуються контрагенти 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 давальницької сировини визначається також точне найменування (марка, сорт) зустрічних поставок (або назва товару, що є кінцевою метою переробки давальницької сировини).

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 позначка 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 давальницької сировини зазначається відповідна технологічна схема такої переробки.

Технологічна схема переробки давальницької сировини 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 (у відповідності до Міжнародних правил інтерпретації комерційних термінів чинної редакції, 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) (дод. Б).

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 товару та загальна вартість товарів або вартість виконаних робіт (наданих послуг), крім випадків, коли ціна товару розраховується за формулою, а також 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 давальницької сировини, крім того, зазначається її заставна вартість, ціна та загальна вартість готової продукції, загальна вартість переробки.

У бартерному (товарообмінному) договорі (контракті) зазначається загальна вартість товарів (робіт, послуг), що експортуються, та загаль-

на вартість товарів (робіт, послуг), що імпортуються за цим договором (контрактом), з обов'язковим вираженням в іноземній валюті, віднесений Національним банком України до першої групи Класифікатора іноземних валют.

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

- умови банківського переказу до (авансового платежу) і/або після відвантаження товару або умови документарного акредитива, або інкасо (з гарантією), визначені відповідно до постанови Кабінету Міністрів України і Національного банку України від 21 червня 1995 р. № 444, редакція від 28.07.04 «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 вони є або коли вони необхідні (види гарантій: 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 (стихийні лиха, воєнні дії, ембарго, втручання з боку влади та інше). При цьому сторони звільняються від виконання зобов'язань на строк дії цих обставин. 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 рекламацій 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 рекламация можуть бути заявлені, права та обов'язки сторін договору (контракту) при цьому, способи врегулювання рекламаций.

12. *Арбітраж*. Вказується місце арбітражного суду, повне його найменування, країна й матеріальне право, яке буде застосовуватися при розгляді спорів, і обговорені випадків, при яких сторони можуть звернутися в суд.

13. *Юридичні адреси, поштові й платіжні реквізити сторін*. Вказуються повні юридичні адреси, повні поштові й платіжні реквізити (№ рахунку, назва банку) контрагентів договору (контракту)

За домовленістю сторін у ньому можуть передбачатись і *додаткові умови* страхування, гарантії якості, умови залучення субвиконавців договору (контракту), агентів, перевізників, визначення норм навантаження (розвантаження), умови передачі технічної документації на товар, збереження торговельних марок, порядок сплати податків, мит, зборів, різного роду захисні застереження, з якого моменту договір (контракт) починає діяти, кількість підписаних екземплярів договору (контракту), можливість і порядок внесення доповнень і змін до договору (контракту) та ін. (дод. В).

4.4. Основні джерела правового регулювання зовнішньоекономічних контрактів

Визначаючи загальні ознаки зовнішньоекономічних контрактів, необхідно звертати увагу на специфіку джерел правового регулювання таких договорів. До основних джерел належать:

- 1) міжнародні договори;
- 2) національне законодавство;
- 3) звичаї.

У практиці міжнародної торгівлі використовуються такі джерела *міжнародного правового регулювання*:

- Конвенція ООН про договори міжнародної купівлі-продажу товарів (1980);
- Конвенція ООН про давність позову в міжнародній купівлі-продажу товарів (1974);

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

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

Учасниками Віденської конвенції є понад 30 країн, зокрема, Австрія, Китай, Німеччина, Італія, Польща, Швейцарія, США, Ірак, Франція та ін. На території України Конвенція вступила в дію з 1 лютого 1991 р.

Віденська конвенція складається з чотирьох частин і 101 статті, в яких докладно визначається порядок підписання договору міжнародної купівлі-продажу (ч. II) і його основні умови (ч. III). Віденська конвенція не регламентує всі аспекти міжнародної купівлі-продажу. Матеріали Віденської конвенції охоплюють широке поле питань з регламентації договірних відносин між контрагентами з різних країн походження.

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

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

Що стосується *національного законодавства*, то в Україні такими нормативно-правовими актами є:

- Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» [1];
- Закон України «Про порядок здійснення розрахунків в іноземній валюті» [6];
- Закон України «Про регулювання товарообмінних (бартерних) операцій у галузі зовнішньоекономічної діяльності» [7];

- Закон України «Про операції з давальницькою сировиною у зовнішньоекономічних відносинах» [8];
- Закон України «Про Єдиний митний тариф» [9];
- Закон України «Про Митний тариф» [10];
- Митний кодекс України [11];
- Цивільний кодекс України [12];
- Указ Президента України від 4 жовтня 1994 р. № 567/94 «Про застосування Міжнародних правил інтерпретації комерційних термінів» [13];
- Указ Президента України від 4 жовтня 1994 р. № 566/94 «Про заходи щодо впорядкування розрахунків за договорами, що укладають суб'єкти підприємницької діяльності України» [14];
- Постанова Кабінету Міністрів України і Національного банку України від 21 червня 1995 р. № 444 «Про типові платіжні умови зовнішньоекономічних договорів (контрактів) і типові форми захисних застережень до зовнішньоекономічних договорів (контрактів), які передбачають розрахунки в іноземній валюті» [15];
- Декрет Кабінету Міністрів України від 19 лютого 1993 р. № 15-93 «Про систему валютного регулювання і валютного контролю» [16].

Названі вище та цілий ряд інших нормативно-правових документів відіграють визначальну роль у вирішенні суперечок в арбітражі.

Крім того, умови, які мають і можуть бути передбачені зовнішньоекономічним договором (контрактом), установлює, зокрема, *Положення про форму зовнішньоекономічних договорів (контрактів)*, затверджене Наказом Міністерства зовнішньоекономічних зв'язків і торгівлі України від 05.10.1995 р. № 75 [3]. Такі умови поділяються на обов'язкові та додаткові.

До *обов'язкових* умов договору (контракту) належать: назва, номер договору (контракту), дата і місце укладення; преамбула із зазначенням повного і скороченого найменування сторін та найменування документів, якими керуються контрагенти під час укладення договору (контракту); предмет договору (контракту) — його опис, найменування, характеристика, модель, сорт і таке інше; кількість та якість товару (обсяги виконання робіт, надання послуг); одиниці виміру кількості, порядок визначення кількості, система вимірів та ваги; якість товарів; вибір способу визначення якості (по стандарту, по технічним умовам, по специфікації, по опису, по первинному огляду, по змісту окремих речовин в товарі, по виходу готового продукту, за натуральною вагою, спосіб тель-кель); базисні умови поставки товарів (приймання / здачі виконаних робіт або послуг); ціна і загальна вартість договору (контракту); умови платежів (включають в себе спосіб платежу, засоби платежу, форму платежу); упаковка та маркування; гарантії та технічне обслуговування; порядок здачі і приймання то-

вару; форс-мажорні обставини; санкції та рекламації; арбітраж; юридичні адреси, поштові та платіжні реквізити сторін.

До *додаткових* умов належать: страхування; гарантії якості; залучення субвиконавців до договору (контракту), агентів, перевізників; норми завантаження (розвантаження); передача технічної документації на товар; збереження торгових марок; порядок сплати податків, мит, зборів; захисні застереження; момент початку дії договору (контракту); кількість підписаних примірників договору (контракту); можливість і порядок внесення доповнень та змін до договору (контракту) і та ін.



Основні терміни та поняття

Зовнішньоекономічний договір (*контра́кт*); типовий контракт; оферта; тверда оферта; акцепт; контроферта; вільна оферта; запит; закупівельний ордер; індент; консульський рахунок; сертифікат походження товару; рахунок-фактура; рахунок-проформа; Інкотермс; інвойс (комерційний рахунок; коносамент; страховий поліс; вантажна митна декларація).



Контрольні запитання, завдання та проблеми для обговорення

1. Дайте загальне визначення поняття «зовнішньоекономічний договір (контракт)».
2. Які нормативні документи регулюють порядок укладання і виконання зовнішньоекономічних договорів?
3. Назвіть основні види зовнішньоекономічних договорів.
4. Які основні стадії має проходити укладання договору купівлі-продажу?
5. Охарактеризуйте основні умови зовнішньоторговельного контракту.
6. Визначте сутність базисних умов контракту.
7. Дайте пояснення поняттю «форс-мажорні обставини».
8. Наведіть визначення понять «оферта», «акцепт».
9. Дайте визначення поняття «типовий контракт». З якою метою складається цей документ і які структури займаються його розробкою?
10. Наведіть перелік основних видів контрактів.



Тести

1. Зовнішньоторговельний контракт може укладатися:

- а) в усній формі;
- б) у письмовій формі;
- в) в усній та письмовій формах.

2. У якому розділі зовнішньоторговельного контракту зазначений порядок внесення змін до контракту:

- а) інші умови;
- б) форс-мажор;
- в) штрафні санкції та рекламації;
- г) преамбула.

3. Що має бути зазначено у розділі «Предмет контракту»:

- а) назва товару та його характеристика;
- б) кількість товару;
- в) якість товару;
- г) ціна товару.

4. У преамбулі зовнішньоторговельного контракту зазначають:

- а) місцезнаходження контрагентів;
- б) найменування товару;
- в) кількість одиниць товару;
- г) маршрут перевезення.

5. Під терміном поставки розуміють:

- а) момент передачі товару покупцеві продавцем;
- б) дострокову доставку товару;
- в) поставку товару пізніше дати, зазначеної у контракті.

6. Джерелом права міжнародного масштабу актом, що встановлює правовий режим угод купівлі-продажу є:

- а) Женевська конвенція 1969 р.;
- б) Віденська конвенція 1980 р.;
- в) Гаазька конвенція 1989 р.

7. Контракт вважається виконаним у випадках, коли:

- а) поставка товарів становить більше половини тієї кількості, яка зазначена в контракті;
- б) товар, поставлений у повному обсязі;
- в) товар поставлений у повному обсязі і в обумовлені контрактом строки не надійшла рекламація;
- г) у будь-якому з цих випадків.

8. Які з перелічених груп передбачені базовими умовами поставок «Інкотермс2000»:

- а) групи В, С, D, F;
- б) групи Е, F, С, D;
- в) групи А, В, С, D;
- г) групи F, Е, А, В.

9. Яка базова умова поставки передбачає найменший обсяг відповідальності для експортера:

- a) CIP;
- б) FAS;
- в) EXW;
- г) DDP.

10. Яка базова умова поставки передбачає найменший обсяг відповідальності для імпортера:

- a) FAS;
- б) DDP;
- в) EXW;
- г) CIP.



Література

1. Закон України від 16.04.91 р. № 956-ХІІ «Про зовнішньоекономічну діяльність». [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.kmu.gov.ua/dmsu/control/uk/faq/fulllist?themeld=340403&qliststind=11>
2. Терещенко С. Основи митного законодавства України: Питання теорії та практики зовнішньоекономічної діяльності: навч. посіб. [для студентів вищ. та серед, спец. навч. закл.] / Терещенко С. — К. : АТ «Август», 2001. — 406 с.
3. »Положення про форму зовнішньоекономічних договорів (контрактів)» від 06.09.2001 № 201. Режим доступу: <http://www.zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi? nzed= z0833-01>
4. Торгова Л. В. Основи зовнішньоекономічної діяльності: навчально-методичний посіб. : [для студ. вищ. навч. закл.] / Торгова Л. В., Хитра О. В. — Львів : «Новий світ-2000», 2006. — 512 с.
5. Вікіпедія — вільна енциклопедія. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://uk.wikipedia.org/w/index.php?title>
6. Закон України від 23.09.94 «Про порядок здійснення розрахунків в іноземній валюті». [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi? nzed=185-96>
7. Закон України від 23.12.98 «Про регулювання товарообмінних (бартерних) операцій у галузі зовнішньоекономічної діяльності». [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi? nzed=351-14>
8. Закон України від 04.10.01 р. «Про внесення змін до Закону України «Про операції з давальницькою сировиною у зовнішньоекономічній діяльності». [Електронний ресурс]. — Режим доступу:

- <http://www.zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nzed=327-95>.
9. Закон України від 05.02.92 р. № 2097-XII «Про Єдиний митний тариф» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nzed=2097-12>
10. Закон України від 05.04.01 р. № 2371-III «Про Митний тариф України». [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nzed=2371-14>
11. Митний кодекс України. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nzed=92-15>
12. Цивільний кодекс України. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=435-15>
13. Указ Президента України від 4 жовтня 1994 року № 567/94 «Про застосування Міжнародних правил інтерпретації комерційних термінів»; [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=z0833-01>
14. Указ Президента України від 4 жовтня 1994 року № 566/94 «Про заходи щодо впорядкування розрахунків за договорами, що укладають суб'єкти підприємницької діяльності України»; [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=566-94>
15. Постанова Кабінету Міністрів України і Національного банку України від 21.06.1995 № 444 «Про типові платіжні умови зовнішньоекономічних договорів (контрактів) і типові форми захисних застережень до зовнішньоекономічних договорів (контрактів), які передбачають розрахунки в іноземній валюті». [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.pro100garantija.com/?link=ordinance&full=24&PHPSESSID>
16. Декрет КМУ від 19.02.93, «Про систему валютного регулювання і валютного контролю». [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nzed=15-93>
17. Декрет Кабінету Міністрів України від 19 лютого 1993 р. № 15-93 «Про систему валютного регулювання і валютного контролю»; [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=15-93>

5

Розділ

ЦІНОУТВОРЕННЯ У ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ. ЦІНОВІ, ВАЛЮТНІ, ФІНАНСОВІ УМОВИ КОНТРАКТУ

5.1. Ціни і ринкова політика підприємства на світовому ринку. Поняття світової ціни

Ціни, що функціонують на світовому ринку, потрібно розглядати як цілісну систему, яка покликана обслуговувати всі аспекти товарно-грошових відносин. Ціна є вирішальним фактором у зовнішньоекономічній діяльності підприємства, оскільки вона визначає її економічну доцільність, що можливо лише при правильному виборі цінової політики та стратегії ціноутворення.

Ціни і цінова політика — найважливіші елементи зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Саме від рівня цін на товари залежать комерційні результати діяльності підприємства, а обрана ним цінова політика справляє вплив на ефективність роботи суб'єктів ЗЕД на світовому ринку.

Цінова політика — це визначення рівня цін і можливих варіантів їх зміни залежно від цілей та завдань, що стоять перед підприємством у короткотерміновому та в довгостроковому періодах.

Основна мета цінової політики підприємства полягає у тому, щоб установити на свій товар таку ціну і змінювати її залежно від ситуації на ринку так, щоб опанувати певним його сегментом, досягти бажаного обсягу прибутку, тобто вирішити завдання, пов'язане з реалізацією товару в певній фазі його життєвого циклу, відреагувати на діяльність конкурентів тощо. Визначення рівня ціни в ЗЕД відбувається на основі двох видів цін: тих, що публікуються, і розрахункових.

Ціни, що публікуються, — це ціни, що повідомляються в спеціальних джерелах, які віддзеркалюють рівень світових цін, тобто експортні ціни основних постачальників товару та імпортні ціни найважливіших імпортерів даного товару. Як правило, світову ціну на сировинні товари визначають основні країни-постачальники, а на готові вироби та устаткування — провідні фірми, що їх випускають та експортують. До опуб-

лікованих належать: довідкові ціни, біржові котирування, ціни, що наводяться в загальних статистичних довідниках, ціни пропозицій.

Світові ціни — це ціни великих експортно-імпортних операцій, що здійснюються в основних центрах світової торгівлі. При цьому операції мають відбуватися на умовах готівкового платежу у вільно конвертованій валюті, а обрані ринки — регулюватись загальним (а не спеціальним) торговельно-політичним режимом.

Світові ціни можна класифікувати за багатьма критеріями:

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

Відображаючи рівень ціни, що склався, світові ціни разом з тим характеризуються множинністю і залежать від місця продажу, часу, взаємовідносин між продавцем і покупцем, умов контракту, характеру ринку, джерел цінової інформації тощо.

Рівень ціни на аналогічні товари розрізняється також залежно від каналу, по якому здійснюється зовнішня торгівля. Необхідно розрізнити:

◆ ціни вільної торгівлі, які складаються на основі контрактів, що укладають між собою незалежні підприємства;

◆ ціни, які формуються при торгівлі між підприємствами, що входять до складу однієї транснаціональної корпорації (трансфертні). У цьому випадку домінуючими факторами ціноутворення є інтереси корпорації в цілому. У зв'язку з цим ціни встановлюються на мінімальному рівні (а іноді, навпаки, на максимальному);

◆ ціни, що складаються при закупівлі товарів у межах кредитних ліній. У світовій торгівлі надання кредиту нерідко супроводжується додатковими зобов'язаннями позичальника використовувати кредит для закупівлі певних товарів у країні-кредиторі. Як правило, рівень цін при цьому істотно перевершує ціни вільної торгівлі;

◆ розрахункові ціни, які застосовуються в контрактах на нестандартне обладнання, що виробляється, як правило, за індивідуальними замовленнями. Такі ціни розраховуються та обґрунтовуються постачальником для кожного конкретного замовлення з урахуванням технічних і комерційних умов конкретного контракту. У деяких випадках розрахункова ціна встановлюється остаточно лише після виконання замовлення [9].

5.2. Особливості ціноутворення при укладанні зовнішніх контрактів

Формування ціни при здійсненні зовнішньоекономічних операцій має певні особливості виходячи з того, що виконання таких операцій має специфіку та індивідуальність. Процес ціноутворення при укладанні зовнішньоторговельних контрактів обумовлюється перш за все тим, що, ціни, які обслуговують зовнішньоторговельний оборот, поділяються на експортні та імпортні.

Експортними називаються *ціни*, за якими виробники або зовнішньоторговельні організації продають національні товари на світовому ринку. Основою визначення експортних цін насамперед є власні витрати плюс нормативний прибуток виробника. До них додаються витрати, що пов'язані з доставкою товару до пункту, обумовленого контрактом, а також збори за митне оформлення товару. При цьому відповідно до чинного законодавства України вітчизняні експортери звільняються від сплати непрямих податків. Тобто на відміну від цін на продукцію, що призначена для реалізації на внутрішньому ринку, в ціни експортних товарів не включаються податок на додану вартість та акцизний збір.

До 16.05.08 (до дня вступу України до СОТ) при митному оформленні вантажів було передбачено стягнення також митних зборів:

- за митне оформлення вантажу (0,1 % вартості, але не більше 1000 дол.;
- за митний догляд вантажу (20 дол. за 1 год. роботи одного інспектора). Зі вступом України до СОТ, за міжнародними договорами України, *митні збори було скасовано*.

Щодо експортного мита, то з метою підвищення конкурентоспроможності продукції на зовнішньому ринку, уряди країн, як правило, експортні товари митом не обкладають.

Експортне (вивізне) мито застосовують лише окремі країни переважно до товарів традиційного експорту. Наприклад, в Україні експортне мито встановлюється тільки на живу худобу і на деякі види олійних культур.

В окремих випадках при визначенні експортних цін суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності України мають спиратися на індикативні ціни. Під *індикативними* розуміються ціни на товари, які відповідають цінам, що склалися на аналогічну продукцію на момент

здійснення експортної (а інколи імпоротної) операції. Такі ціни можуть запроваджуватись на товари, щодо експорту яких застосовано антидемпінгові заходи, встановлено режим квотування, ліцензування або спеціальні режими.

Індикативні ціни розробляє Міністерство економіки України на підставі інформації, одержаної від митних, фінансових, статистичних державних органів, банківських та інших установ і організацій. При цьому враховуються визнані у світовій практиці стандарти якості, умови поставки і розрахунків, стан кон'юнктури зовнішніх та внутрішніх ринків, прогнози можливих цінових коливань та інша інформація кон'юнктурно-цінового характеру. Мінекономіки також затверджує перелік та рішення щодо запровадження індикативних цін і публікує їх не рідше як раз на місяць. Запроваджені індикативні ціни повинні обов'язково використовувати підприємці всіх форм власності при укладанні зовнішньоторговельних угод.

Свою специфіку має також формування імпоротної ціни, яка складається з ціни країни-продавця, і тих елементів, які в неї включає країна-покупець.

Імпортні ціни — це ціни, за якими вітчизняні підприємці купують товари за кордоном. Основою встановлення ціни на продукцію, що імпортується до України, є митна (закупівельна) вартість товару з урахуванням фактично сплачених сум мита і митних зборів. Митна вартість та митні платежі визначаються відповідно до Закону України «Про єдиний митний тариф».

До митної вартості входить указана в рахунку-фактурі контрактна (договірна) ціна товару, а також фактичні витрати, які не ввійшли в таку ціну. До них належать витрати на транспортування, навантаження, розвантаження та страхування товару від пункту постачальника (продавця) до пункту перетину митного кордону *України*. Для визначення митної вартості іноземна валюта перераховується в гривні за курсом Національного банку, який діє на день подання митної декларації.

Ввізне мито, як податок на товари, що ввозяться до країни, обчислюється за ставками, які поділяються на три види: *специфічні* — нараховуються у встановленому розмірі за одиницю оподаткованого товару (наприклад, 10 євро за 1 т).

Застосовуються при обкладанні стандартизованих товарів; *адвалорні (вартісні)* — нараховуються у відсотках до митної вартості товарів, що обкладаються митом (наприклад, 20 % від митної вартості). Застосовуються при обкладанні товарів, що мають різні якісні характеристики в межах однієї групи; *комбіновані* — поєднують спе-

цифічні та адвалорні, але мито сплачується за більшою сумою нарахування (наприклад, 20 % від митної вартості, але не більше 10 євро за 1 т.). Проте адвалорні та специфічні ставки мита по-різному реагують на зміни рівня цін на світовому ринку. У разі підвищення цін ефективнішим виявляється адвалорне мито, при зниженні — специфічне. Оскільки в сучасний період ціни на товари постійно зростають, то у митній політиці розвинених країн спостерігається тенденція до збільшення ролі адвалорного мита.

При встановленні в ціні акцизного збору застосовуються такі ж ставки, що діють і на вітчизняну продукцію.

Податок на додану вартість в ціні імпортової продукції визначається за ставкою 20 % до бази оподаткування. Такою базою є митна вартість товарів з урахуванням мита, а якщо товар підакцизний, то й акцизного збору: якщо митна вартість менша ніж контрактна (договірна) ціна, то для визначення ПДВ застосовується остання.

Митні збори справляються за митне оформлення товарів, що ввозяться до країни. Величина цих платежів визначається на підставі «Класифікатора видів та ставок митних зборів» залежно від митної вартості товарів (без урахування мита). Згідно з класифікатором при митній вартості товарів до 100 дол. США митні збори не справляються, від 100 до 1000 дол. вони дорівнюють 5 дол., а при митній вартості більш як 1000 дол. митні збори становлять 0,2 % митної вартості товарів, але не більше еквівалента 1000 дол. США. Митні збори не враховуються при визначенні товарних податків в ціні придбання. Вони входять до складу валових витрат і враховуються при обчисленні в ціні кінцевої реалізації податку на додану вартість. Сума мита і митних зборів сплачується одночасно зі сплатою акцизного збору і ПДВ.

Отже, ціна придбання товару C_{Π} , що ввозиться до країни, складається з таких елементів, визначених у грошових одиницях виміру:

$$C_{\Pi} = MB + M + A + \text{ПДВ} + MЗ, \quad (5.1)$$

де MB — митна вартість; M — сума мита; A — акциз; ПДВ — податок на додану вартість; $MЗ$ — митні збори.

Така ціна для підприємства-імпортера є сумою економічних витрат і показує нижню межу імпортової ціни. Верхньою межею ціни імпортової продукції є ціна її фактичної реалізації на внутрішньому ринку. Різницею між фактичною ціною продажу та ціною придбання є надбавка, яка містить витрати обігу імпортера з реалізації товару на внутрішньому ринку, прибуток та ПДВ. Тому повний склад кінцевої ціни реалізації імпортової продукції C_p^i можна записати таким чином:

$$Ц_p^i = MB + M + A + MЗ + BO + П + ПДВ, \quad (5.2)$$

де MB — митна вартість; M — сума мита; A — акциз, MЗ — митні збори; BO — витрати обігу; П — прибуток, ПДВ — податок на додану вартість.

На продукцію, що ввозиться до України, можуть бути запроваджені індикативні ціни, але тільки у випадках, коли до товару застосовуються спеціальні імпорتنі процедури. До них належать застосування процедури міжнародних торгів або режим попередніх імпорتنих депозитів, що вносяться до банків.

5.3. Цінові та валютні умови контракту

Найбільша кількість угод оформляється контрактами купівлі-продажу як на внутрішньому ринку, так і на міжнародних ринках збуту. Відповідно до структури таких контрактів основні цінові та валютні умови визначаються так: одиниця виміру ціни, базис ціни, спосіб фіксації ціни, рівень ціни, знижки, валюта ціни, валюта платежу, курс перерахунку валюти ціни у валюту платежу, валютні поправки.

Одиниця виміру ціни. Порядок визначення одиниці виміру ціни залежить від характеру товару і від практики, що склалася в торгівлі цим товаром на світовому ринку. Ціна в контракті може бути встановлена таким чином:

- за певну кількісну одиницю (або за конкретне число одиниць) товару, зазначену в звичайно вживаних у торгівлі одиницях виміру (маси, довжини, площі, обсягу, штук, комплектів тощо), або в числових одиницях (сотня, дюжина);
- 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 встановлює, чи входять транспортні, страхові, складські й інші витрати на доставку товару до ціни товару. Базис ціни зазвичай

визначається використанням відповідного терміна (франко-підприємство, франко-перевізник тощо) із зазначенням назви пункту здавання товару. Наприклад, у контракті записується: «Ціна становить 100 дол. США франко-вагон межа прикордонна станція м. Чоп країни продавця».

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 такі *види цін*:

- тверда;
- рухома;
- з наступною фіксацією;
- змінна.

Тверда ціна узгоджується і встановлюється в момент підписання контракту і не підлягає зміні протягом строку його дії. Тверда ціна застосовується як у короткострокових, так і довгострокових угодах. Як правило, у контракті робиться застереження «ціна тверда, зміні не підлягає».

Рухома ціна — це зафіксована при укладенні контракту ціна, що може бути переглянута у подальшому, якщо ринкова ціна такого товару до моменту його поставки зміниться. При встановленні рухомої ціни в контракт вноситься застереження, яке передбачає, що коли до моменту виконання угоди ціна на ринку підвищиться або знизиться, відповідно має змінитися і ціна, зафіксована в контракті. Це застереження має назву «застереження про підвищення або зниження ціни».

Звичайно в контракті обумовлюється допустимий мінімум відхилення ринкової ціни від контрактної (2—5 %), у межах якого перегляд зафіксованої ціни не провадиться. При встановленні рухомої ціни в контракті обов'язково має бути визначене джерело, за яким треба судити про зміну ринкової ціни. Рухомі ціни найчастіше встановлюються на промислові, сировинні і продовольчі товари, що поставляються за довгостроковими контрактами.

Ціна з наступною фіксацією встановлюється у визначені контрактном терміні на підставі узгоджених джерел (у тому числі й у процесі виконання контракту). Наприклад, контрактом може бути передбачено, що ціна на продані за ним товари буде встановлена на рівні цін світового ринку на певну дату, у день поставки товару покупцеві, перед поставкою кожної передбаченої контрактом партії товару або при довгострокових поставках перед початком кожного календарного року. Як джерела цін контракт може передбачати біржові котирування, ціни, що публікуються в різних довідкових і галузевих часописах, а також

ціни, які реально укладаються на світовому ринку і визначаються за достовірними конкурентними матеріалами.

Ковзаюча (змінна) ціна застосовується в контрактах із тривалими термінами поставок, протягом яких економічні умови виробництва товарів можуть суттєво змінитися. Найчастіше такі ціни встановлюються на машини й устаткування з термінами поставок, що перевищують один рік (для контрактів із використанням цін із наступною фіксацією переважно до року), а також при виконанні великих за обсягом і тривалих у часі підрядних робіт.

Ковзаюча ціна складається з двох частин: базової, що встановлюється на дату пропозиції або підписання контракту, і змінної, яка визначається на період виготовлення або поставки товару. Базова ціна розраховується продавцем на основі конкурентних матеріалів чи інших джерел і узгоджується з покупцем під час підписання контракту. На практиці вираховується за формулою, запропонованою Європейською комісією ООН:

$$Ц_{\kappa} = Ц_0 (a i_a + v i_v + \dots + c), \quad (5.3)$$

де $Ц_{\kappa}$ — кінцева ціна; $Ц_0$ — базисна ціна; a, v — частка окремих змінних частин ціни; i_a, i_v — індекси зміни ціни на окремі складові змінних витрат на певну дату; c — питома вага незмінної частини ціни.

При розрахунках цін за формулою зазначається орієнтовна вартість договору на момент його укладення. В контракті необхідно обов'язково вказати джерело інформації про індекси цін.

При встановленні ковзаючої ціни в контракт можуть бути внесені деякі обмежувальні умови, а саме:

- по-перше, межі (у відсотках), у яких перегляд договірної ціни не провадиться, а також визначена у відсотках межа можливої зміни договірної ціни (наприклад, не більше 10 % загальної вартості замовлення), яке називається лімітом зміни (ковзання);

- по-друге, ковзання поширюється не на всю суму витрат виробництва, а лише на певні елементи (наприклад, на вартість металу при будівництві суден) із зазначенням розміру у відсотках від загальної вартості замовлення;

- по-третє, ковзання ціни може бути встановлено не на весь термін дії контракту, а на коротший строк (наприклад, на перші 3 — 6 місяців від дати укладення контракту).

Загальний розрахунок контрактної ціни вимагає обов'язкового урахування технічних і комерційних поправок до ціни, що є обґрунтуванням останньої (тобто ціни) в ході комерційних переговорів.

До найбільш вживаних *технічних поправок* у практиці міжнародної торгівлі належать такі:

1. *Поправка на техніко-економічні відмінності*. Щодо даного виду поправок, то вони використовуються при розрахунках цін на машини й устаткування. Найчастіше робляться поправки на потужність і продуктивність виробів, витрату палива й електроенергії, необхідні для роботи устаткування. Величина цього показника залежить передусім від призначення устаткування і від особливостей його виготовлення.

2. *Поправка на комплектацію*. Для багатьох видів машин і устаткування комплектація може бути досить складною і змінюватися в дуже широких межах. Зазвичай поправка на комплектацію збільшує суму контракту на 8—10 %.

3. *Поправка на тропічне виконання*. Машини та устаткування, призначені для роботи в умовах високої температури і вологості, повинні відповідати особливим вимогам і забезпечувати надійність техніко-економічних показників та інші необхідні споживні властивості. Поправка може становити 10—15 % вартості продукції у звичайному виконанні.

До найпоширеніших *комерційних поправок* у практиці міжнародної торгівлі можна віднести такі:

1. *Приведення до єдиних умов поставки*. Імпортні ціни приводяться до умов поставки CIF (при водних перевезеннях) або «франко-кордон» країни імпортера (при сухопутних перевезеннях). Експортні ціни приводяться до умов постачання FOB (при водних перевезеннях) або «франко-кордон» країни експорту (при сухопутних перевезеннях).

Ціна «франко-кордон» — контрактна ціна за зовнішньоекономічної діяльності, що враховує вартість товару, усі витрати з перевезення і страхування товару під час його доставки до відповідного кордону (місця). Дані про вартість фрахту та страхування беруться з офіційних даних транспортно-експедиційних організацій. Практика зовнішньої торгівлі показує, що за нормальної кон'юнктури ринку транспортних засобів розрахункова вартість фрахту і страхування не перевищує 12—15 %.

2. *Поправка на вторговування*. Як зазначалося, ціна пропозиції завжди вища від остаточної ціни. У практиці зовнішньої торгівлі поправки на вторговування можуть доходити до 20—25 %. Обґрунтованість оцінки величини цієї поправки залежить від якості конкурентного матеріалу й уміння з ним працювати, від знання конкретного постачальника, ринку тощо.

3. *Приведення імпоротної ціни до строку поставки товару*. Через розрив у часі між даними щодо цінової кон'юнктури ринку та поставкою змінюється реальна ціна контракту. Тому при розрахунку імпоротної ціни визначають ціни пропозиції на час поставки товару, застосо-

вуючи індекси експортних і оптових цін, що публікуються в статистичних матеріалах.

4. *Поправки на умови платежу.* У контрактах можуть бути передбачені різні умови платежу: готівкою, чеком, переказом, з акредитива, інкасо, в аванс (повністю чи частково), у кредит із розстрочкою платежу. Покупець повинен повністю відшкодувати в ціні будь-які пільги, надані продавцем, включаючи втрати від тимчасово вилучених з обороту фінансових засобів продавця.

На рівень цін, фіксованих у контракті, можуть суттєво впливати різні *види знижок*, що застосовуються в міжнародній торговельній практиці. Загалом їх понад 20 видів, але найпоширенішими є такі:

- *загальна (проста), або одноразова*, знижка — надається до преїскурантної або довідкової ціни товару, становить 20—30 % при угодах на стандартні види машин і устаткування та 2—5 % — при поставках промислової сировини;

- *при купівлі товару за готівку* знижка надається в розмірі 2—3 %;
- *складна* знижка — це сума простих знижок;
- *прогресивна* знижка найчастіше залежить від кількості купованого товару;

- *знижка за оборот (бонусна)* устанавлюється за певною шкалою залежно від досягнутого обороту протягом узгодженого сторонами терміну (звичайно одного року). Вона має заохочувальний характер і надається продавцем своєму постійному (оптовому) покупцю на основі спеціальних бонусних угод, але в контракті не вказується. На деякі види машин і устаткування бонусна знижка досягає 15—30 %, на сировинні та сільськогосподарські товари вона обчислюється в межах 1—2 %. У торгівлі сировинними і продовольчими товарами застосовуються надбавки за підвищену якість (боніфакція) і знижки за знижену якість (рефакція);

- *знижка за кількість чи серійність* за умови купівлі заздалегідь визначеної зростаючої кількості товару, величина знижки залежить від характеру вторговування;

- *дилерська знижка* — надається виробниками своїм постійним агентам та іншим посередникам зі збуту і може становити в середньому 15—20 % від роздрібною ціни;

- *спеціальна знижка* — надається на пробні партії товару і замовлення;

- *сезонна знижка* — надається за купівлю товару поза сезоном;

- *знижка при продажі устаткування, яке було у вжитку*, — до 50 % від початкової ціни;

- *експортна знижка* — надається продавцями при продажі товарів іноземним покупцям понад ті знижки, які діють для покупців внутрішнього ринку;

• *знижка за повернення раніше купленого товару* — визначається у розмірі 20—30 % прейскурантної ціни і застосовується при поверненні покупцем товару застарілої моделі, придбаного в цій фірмі; широко практикується при продажі автомобілів, побутової електроніки, електрообладнання.

Відповідно до українського законодавства ціна вважається суттєвою складовою договору купівлі-продажу. Водночас за законодавством ряду країн визнаються чинними договори, у яких ціна не вказується.

Валюта ціни. Ціна в контракті може бути виражена у валюті країни-експортера, імпортера або у валюті «третьої країни». З огляду на це експортер, як правило, прагне зафіксувати ціну у відносно стійкій валюті, а імпортер, навпаки, зацікавлений у тому, щоб установити ціну у валюті, яка знецінюється.

Валюта платежу — це валюта, в якій здійснюється платіж. Валюта ціни не обов'язково повинна збігатись з валютою платежу. В останньому випадку в контракті обумовлюється курс переведення однієї валюти в іншу.

Встановлення валютних курсів називається котируванням валюти. Котирування буває двох видів:

◆ *пряме* — визначає кількість національної валюти за одиницю іноземної;

◆ *непряме (зворотне)* — визначає кількість іноземної валюти, що виражається в одиницях національної валюти.

Співвідношення між двома валютами, яке впливає з курсів цих валют до третьої валюти, називається *крос-курс*.

Валютні поправки. Застосовуються для зменшення валютних ризиків. Можуть бути дво- і односторонніми. В першому випадку здійснюється перерахунок сум платежу у разі зміни курсу валюти платежу (застосовується, зокрема, в торгівлі з країнами, що розвиваються). Односторонні поправки застосовуються в торгівлі з розвиненими країнами і на їх основі також перераховується сума платежу.

5.4. Фінансові умови контракту

До фінансових умов контракту належать способи платежу; форми розрахунків і засоби розрахунків.

Способи платежу визначаються залежно від механізму оплати товару стосовно моменту його фактичної поставки. У зовнішньоторговельних операціях існують три способи платежу: готівкою, авансовий і у кредит.

Платіж готівкою у міжнародному платіжному обороті не означає, що розрахунки ведуться наявними грошовими знаками (банкнотами). Вони практично тут не застосовуються. Поняття «готівковий платіж» використовується як протиставлення авансовому і кредитному способам платежу.

Готівковий платіж залежно від обраної сторонами в контракті форми розрахунків здійснюється, якщо дотримано одну з таких умов: імпортер одержав від експортера повідомлення про готовність товару до відвантаження; імпортер одержав телеграфне повідомлення про закінчення відвантаження товару; імпортер отримав комплект документів, передбачених у контракті; імпортер отримав комплект документів і право відстрочки оплати на кілька годин або днів, якщо перед цим імпортер надав банківську гарантію, що він заплатить проти приймання товару. Звичайно, що для експортера найвигоднішою буде перша умова, а для імпортера — остання.

Авансовий платіж передбачає виплату покупцем обговорених у контракті сум до передавання товаророзпорядчих документів і самого товару в розпорядження покупця, а найчастіше — під час і навіть до початку виконання замовлення.

З одного боку, авансом імпортер кредитує експортера, з другого — забезпечує виконання зобов'язань, узятих імпортером за контрактом, і, якщо після виконання замовлення покупець відмовляється від приймання замовленого товару, експортер може використовувати аванс для відшкодування своїх збитків.

Аванс може надаватися у грошовій і товарній формах. Аванс у товарній формі передбачає надання замовником-імпортером сировини і комплектуючих, необхідних для виконання замовлення (давальницька сировина). Аванс у грошовій формі визначається у відсотках від контрактної вартості замовлення. Найчастіше аванс становить 15—20 % від вартості замовлення, 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. Оскільки одна фірма дає кредит іншій, такий кредит називається ще і фірмовим товарним кредитом.

Межа кредиту, тобто максимальний розмір кредиту, наданий покупцю одноразово, звичайно не перевищує 10 % від капіталу покупця. Проте фактично така межа залежить від фінансового стану покупця, ділових відносин між партнерами тощо.

Кредит надається не на всю суму контракту, а на 80—85 %, іншу частину покупець виплачує авансом, що дає змогу продавцю відшкодувати свої витрати, якщо покупець порушить свої зобов'язання за контрактом.

За термінами комерційні кредити поділяються на короткострокові (до одного року), середньострокові (від одного до п'яти років) і довгострокові (від п'яти до десяти років і більше). У контракті обумовлюються вартість кредиту, виражена у відсотках річних, термін використання кредиту, термін погашення кредиту, пільговий період, протягом якого не відбувається погашення процентів за кредит та інші умови.

Форми розрахунків у зовнішньоекономічній діяльності:

1. *Банківський переказ* — це доручення клієнта банку перерахувати грошові кошти на користь іншої особи. У міжнародних розрахунках банк здійснює переказ коштів за допомогою свого банку-кореспондента. Бажано, щоб цей банк-кореспондент знаходився в країні, в якій одержують кошти. У зовнішньоекономічних розрахунках банківський переказ використовується, зокрема, для оплати:

- боргових зобов'язань по раніше одержаних кредитах, авансових платежах;
- реклаमाцій за постачання неякісної продукції;
- авансових платежів;
- розрахунків нетоварного характеру.

Схема розрахунків шляхом банківських переказів така: 1) експортер пересилає імпортеру документи, передбачені контрактом; 2) імпортер виписує доручення своєму банку перерахувати кошти на рахунок експортера (постачальника). Розрахунки банківським переказом більш вигідні для покупця, але вони не захищають інтереси експортера.

2. *Розрахунки за відкритим рахунком* полягають у продажу товарів у кредит, при цьому в експортера немає гарантій одержання платежу від імпортера. Тому такі розрахунки застосовуються тоді, коли існують регулярні і стабільні ділові відносини між покупцем і виробником (наприклад, асоційованими членами транснаціональних корпорацій) і немає законодавчих обмежень.

Розрахунки по відкритому рахунку передбачають, що експортер відвантажує на адресу покупця товар, надсилає йому відповідні документи та записує суму у дебет рахунку покупця. Цей рахунок відкривається не в банку, а ведеться підприємством-постачальником. Імпортер повинен оплатити одержані товари протягом заздалегідь обумовленого строку, при цьому він розпоряджається товарами на свій розсуд.

3. *Інкасо* означає операції, здійснювані банками на підставі одержаних інструкцій з документами, метою яких є таке:

- одержання акцепту або платежу залежно від угоди;
- видачі комерційних документів проти акцепту або проти платежу;
- видачі документів на інших умовах.

Документи, за якими здійснюються операції по інкасо, бувають такими:

фінансові — документи, за якими здійснюються розрахунки за контрактом (переказні векселі, чеки, платіжні розписки або інші документи);

комерційні — документи, що надають право власності на товар і супроводжують його (відвантажувальні документи, документи на право власності).

Існує два види інкасо:

1) чисте — означає інкасо фінансових документів, що не супроводжуються комерційними документами;

2) документарне — означає інкасо фінансових документів, що супроводжуються комерційними документами, або інкасо лише останніх документів.

У зовнішньоекономічній діяльності в основному використовують документарне інкасо, тому що воно краще захищає інтереси постачальника. Постачальник має бути впевнений, що комерційні документи потраплять до покупця лише після оплати продукції.

4. *Акредитив* є угодою, що відмежована від договору купівлі-продажу або іншого контракту, на якому він може базуватися.

Застосування акредитивів у міжнародних розрахунках регулюється Уніфікованими правилами і звичаями для документарних акредитивів, які розроблені і затверджені Міжнародною торговою палатою (1993). Ці Уніфіковані правила визначають документарний акредитив як угоду, згідно з якою банк, що діє за розпорядженням та на підставі інструкції свого клієнта, повинен зробити платіж третій особі або за наказом клієнта сплатити чи акцептувати, чи неогоціювати (тобто купити чи взяти на облік) тратти проти передбачених документів, якщо було додержано всіх умов акредитива.

Отже, документарний акредитив — це грошове зобов'язання банку, яке виставляється на підставі доручення його клієнта-імпортера на користь експортера.

Банк, який видає зобов'язання, повинен виконати платіж експортеру або забезпечити здійснення платежу іншим банком. Коли банк виставляє акредитив, він надає гарантію платежу від імені свого клієнта. Тому банк погоджується на виставлення акредитива тільки у випадку, коли він довіряє своєму клієнту.

Залежно від рівня забезпечення платежу для продавця *документарні акредитиви поділяються* на:

- безвідзивні;
- відзивні
- непідтверджені;
- підтверджені.

У зовнішній торгівлі доцільно застосовувати тільки *безвідзивні акредитиви*, оскільки безвідзивний акредитив може бути змінений чи відмінений тільки після отримання згоди всіх сторін цього акредитива.

Відзивний акредитив дозволяє іноземному покупцеві, навіть після відвантаження товарів, змінити чи відмінити цей акредитив без попереднього повідомлення експортера.

Непідтверджений акредитив означає, що банк експортера обмежується тільки повідомленням експортера про відкриття акредитива і платить тільки в тому випадку, якщо банк імпортера перерахує йому відповідну суму.

Підтверджений акредитив — це зобов'язання двох банків (один з яких, як правило, перебуває у країні експортера, а інший — у країні покупця).

5.5. Особливості міжнародних розрахунків

Міжнародні розрахунки є системою організації і регулювання платежів за грошовими вимогами та зобов'язаннями, які виникають при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності між державами, фірмами, підприємствами і громадянами на території різних країн.

Міжнародні розрахунки охоплюють зовнішню торгівлю товарами і послугами, а також некомерційні операції, кредити і рух капіталу між державами. Більша частина всіх міжнародних розрахунків здійснюється в процесі опосередкування міжнародних торгових угод.

Основні суб'єкти міжнародних розрахунків: експортери, імпортери й банки, що їх обслуговують. Вони вступають у певні відносини між собою з приводу руху товаросупроводжувальних документів і поточного оформлення платежів.

При цьому провідна роль у міжнародних розрахунках належить банкам. У сучасних умовах банки виступають не тільки в ролі посередників між експортерами та імпортерами. Вони виконують функції кредиторів, що фінансують зовнішньоторгові угоди, функції контролю, виступають також у ролі гарантів (залежно від умов платежу). Банки можуть висувати вимоги до умов розрахунку і форм платежу, які експортери та імпортери зобов'язані брати до уваги.

Рівень впливу банків у міжнародних розрахунках залежить від низки факторів: масштабів зовнішньоекономічних зв'язків країни, участі фірм і підприємств у зовнішньоекономічній діяльності, купівельної

спроможності валюти, спеціалізації банків, їх фінансового становища і ділової репутації. Великий вплив на здійснення міжнародних розрахунків має також загальний рівень розвитку кредитно-банківської системи та її інститутів в країні і регіонах країни. В зв'язку з цим систему міжнародних розрахунків можна розглядати як відносно самостійну, яка має свої особливості, а саме:

по-перше, міжнародні розрахунки регулюються не тільки національними нормативними і законодавчими актами, а й міжнародними законами, банківськими правилами і звичаями;

по-друге, міжнародні розрахунки здійснюються в різних валютах, тому на їх ефективність впливає динаміка валютних курсів, а також участь тієї чи іншої країни в міжнародних розрахунках можливе тільки на основі конвертованої валюти;

по-третє, в країнах з частково конвертованою валютою держава використовує певні валютні обмеження.

Валютні обмеження є інструментами законодавчої або адміністративної заборони, засобом лімітування і регламентації операцій резидентів і нерезидентів з валютою й іншими валютними цінностями. Звичайно валютні обмеження спричинюють негативні наслідки. Вони звужують можливості і підвищують витрати валютного обміну та платежів за зовнішньоторговельними угодами, однак вони об'єктивно необхідні. Це пов'язано насамперед з нестачею валюти, наявністю зовнішньої заборгованості, погіршенням платіжного балансу. Валютні обмеження у такій ситуації вводяться з метою концентрації валютних цінностей в руках держави, вирівнювання платіжного балансу, підтримання валютного курсу валюти своєї країни.

Валютні обмеження здійснюються різними способами: блокуванням виручки експортерів від продажу товарів у певній країні; повного або часткового обов'язкового продажу валютної виручки експортерами центральному банку або іншим уповноваженим банкам; заборонаю оплати імпорту деяких товарів іноземною валютою; регулюванням строків платежів по експорту та імпорту та ін.



Основні терміни та поняття

Політика цінова, ціна світова, ціна експортна, ціна імпортна, ціна з наступною фіксацією, ціна ковзаюча (змінна), ціна рухома, ціна тверда, ціна індикативна, ціна опублікована, ціна розрахункова, ак-

редитив, валюта платежу, валюта ціни, знижка загальна, інкасо, обмеження валютні, переказ банківський, ризик валютний, розрахунки по відкритому рахунку.



Контрольні запитання, завдання та проблеми для обговорення

1. Чи відмінність у поняттях «валюта» і «гроші»?
2. Визначте економічний зміст терміна «конвертована валюта»?
3. У чому полягає різниця між ціною платежу і валютою платежу?
4. У чому полягають особливості ціноутворення на зовнішньому ринку?
5. Які існують джерела інформації про світові ціни? Які з них є найдостовірнішими, а які найдоступнішими українським суб'єктам ЗЕД?
6. Що визначає базис ціни?
7. Які застосовуються знижки у зовнішній торгівлі? Поясніть їх роль та значення.
8. Поясніть застосування терміна «готівковий розрахунок» стосовно зовнішньоторговельних операцій.
9. У яких випадках при здійсненні зовнішньоторговельних операцій використовують авансові платежі?
10. Як форми розрахунків впливають на ціну контракту?
11. Яка форма розрахунків найбільш вигідна експортеру?
12. Яка форма розрахунку більш вигідна імпортеру?
13. У яких випадках сторонам вигідно використовувати акредитивну форму розрахунку?



Тести

1. За способом фіксації ціни бувають такими:

- а) м'які, незмінні, ковзаючі;
- б) тверді, ковзаючі, з наступною фіксацією;
- в) незмінні, з наступною фіксацією, м'які.

2. Якої цінової поправки не існує:

- а) на сезонність;
- б) на інфляцію;
- в) на погодні умови;
- г) на кількість.

3. При затвердженні валютних умов контракту фіксують:

- а) ціну контракту, спосіб платежу, форму платежу;
- б) валюту ціни, валюту платежу, засоби уникнення валютних ризиків;
- в) форму платежу, валюту платежу, спосіб платежу.

4. Який спосіб платежу не використовується при оплаті великих партій товару:

- а) готівковий;
- б) комбінований;
- в) в кредит;
- г) авансовий.

5. Які ціни використовуються у довгострокових контрактах:

- а) тверді та ковзаючі;
- б) ковзаючі;
- в) ціни з наступною фіксацією та ковзаючі;
- г) тверді.

6. Які знижки надаються у зовнішній торгівлі за кількість проданої продукції:

- а) сконто і привілейована;
- б) бонусна і прогресивна;
- в) прогресивна, привілейована.

7. Знижка сконто надається за:

- а) кількість проданого товару;
- б) готівковий розрахунок;
- в) велику партію купленого товару;
- г) купівлю товару поза сезоном.

8. Ціна, яка розраховується в процесі виконання контракту шляхом перерахунку базисної ціни з урахуванням змін у витратах виробництва, називається:

- а) ковзаюча;
- б) базисна;
- в) тверда;
- г) з наступною фіксацією.

9. При поставках комплектного устаткування ціна фіксується:

- а) окремо за кожну комплектуючу деталь;
- б) за кожний окремий комплектуючий виріб, апарат;
- в) будь-яким з вищевказаних способів.

10. При бартерних угодах ціни встановлюються:

- а) в цінах світового рівня;
- б) на основі оцінки торгівельно-промислової палати країни кожного з контрагентів;
- в) за домовленістю;
- г) будь-яким з вищевказаних способів.

11. Базис ціни — це:

- а) собівартість експортованого товару;
- б) вартість товару з упаковкою і транспортуванням;

в) фактор у визначенні кінцевої ціни товару, який показує чи входять витрати з доставки товару до її ціни.

12. Чи збігається валюта ціни з валютою розрахунку:

а) так;

б) ні;

в) залежить від домовленості між контрагентами.

13. Ціни на масові товари, сировину та енергоносії зазвичай визначають:

а) ціни аукціонів;

б) біржові котирування;

в) довідкові ціни;

г) статистичні ціни.

14. Який вид цінових поправок використовується при визначенні ціни на товар, що поставляється нефіксованими партиями:

а) на уторгування;

б) на термін поставки;

в) на кількість.

15. Який вид цінових поправок використовується в умовах економічної нестабільності в країні одного з контрагентів:

а) на умови платежу;

б) на інфляцію;

в) на термін поставки.

16. Який вид знижки з цін використовується при розпродажу специфічного товару:

а) сконто;

б) на уторгування;

в) привілейована;

г) сезонна.

17. При поставках товарів різної якості та асортименту по одному контракту ціна встановлюється у такий спосіб:

а) окремо за одиницю товару кожного виду, сорту, марки;

б) за кожний комплектний виріб;

в) у будь-який з вищенаведених способів.

18. Якщо протягом терміну дії контракту ціна на товар змінилася, то джерелом інформації про середньосвітову ціну, на яке будуть орієнтуватися контрагенти є:

а) статистичні ціни;

б) довідкові ціни;

в) те джерело інформації, яке було обумовлене в контракті.

21. Умови платежу — це:

а) спосіб і порядок здійснення фінансових розрахунків та гарантії виконання сторонами взаємних зобов'язань;

б) зазначені у контракті валюта і сума платежу;

в) обидва названі вище варіанти.

22. Яка форма платежу не використовується при виконанні зовнішньоторговельного контракту:

- а) передплата;
- б) готівкова оплата;
- в) акредитив;
- г) інкасо;
- д) відкритий рахунок.

23. Передплата може здійснюватись:

- а) у розмірі повної вартості товару, що поставляється;
- б) частково;
- в) у будь-якому розмірі.

24. До засобів платежу відносять:

- а) акредитив, переказ, готівку;
- б) чек, вексель, переказ (телеграфний, поштовий);
- в) готівку, інкасо, акредитив.

25. Інкасо буває:

- а) документарне і чисте;
- б) комерційне та фінансове;
- в) переказне та не переказне;
- г) підтвержене і непідтвержене.



Література

1. Закон України від 16.04.91 № 956-XII «Про зовнішньоекономічну діяльність». [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.zakon.rada.gov.ua/cgi-in/laws/main.cgi?pade=1&nzed=959-12>
2. Закон України від 3 груд. 1990 р. «Про ціни та ціноутворення» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.zakon.rada.gov.ua/cgi-in/laws/main.cgi?find=18textl=18uzer>
3. Закон України від 3 квіт. 1997 р. «Про податок на додану вартість» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/Z970168.html
4. Закон України від 11 лип. 1996 р. «Про ставки акцизного збору і ввізного мита на окремі товари (продукцію)» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main>.
5. Закон України від 05.02.92 № 2097-XII «Про Єдиний митний тариф» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nzed=2097-12>
6. Положення про Державну інспекцію з контролю за цінами: Постанова Кабінету Міністрів України від 13 груд. 2000 р. [Електронний ресурс]. — Режим доступу:

- <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1819-2000>
7. Про встановлення повноважень органів виконавчої влади та виконавчих органів міських рад щодо регулювання цін (тарифів): Постанова Кабінету Міністрів України від 25 груд. 1996 р. [Електронний ресурс]. — Режим доступу:
<http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1548-96>
8. Про удосконалення порядку формування цін: Постанова Кабінету Міністрів України від 18 груд. 1998 р. [Електронний ресурс]. — Режим доступу:
<http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1998-98-%EF>
9. Тормоса Ю. Г. Ціни та цінова політика : навч. посібник: [для студ. вищ. навч. закл.] / Тормоса Ю. Г. — К.: КНЕУ, 2001. — 122 с.
10. Торгова Л. В. Основи зовнішньоекономічної діяльності : навч.-метод. посібник: [для студ. вищ. навч. закл.] / Торгова Л. В., Хитра О. В. — Львів : Новий світ-2000, 2006. — 512 с.
11. Дідківський М. І. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: навч. посібник [для студ. вищ. навч. закл.] / М. Дідківський — К.: Знання, 2006. — 462 с. — (Вища освіта XXI століття).



Розділ

ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНІ ОПЕРАЦІЇ

6.1. Історія виникнення та сучасна роль зовнішньоторговельних операцій

Історично першими видами зовнішньоекономічних операцій стали експорт та імпорт. Проте у сучасних умовах поширення набули також інші форми міжнародного бізнесу: зустрічна торгівля, лізинг, інжиніринг, франчайзинг та ін. При здійсненні зовнішньоекономічної діяльності, компанії мають обирати ті форми господарських операцій, які найбільше задовольнять поставленим цілям.

На початку становлення міжнародні економічні відносини зводилися переважно до здійснення зовнішньоторговельних операцій. Відомо, що ще дві тисячі років до нашої ери північно-африканські племена провадили торговельні операції з Ассирією та Вавілонією, обмінюючи фініки на оливкову олію та спеції. Ще до 500 р. до н. е. китайські торговці експортували шовк та нефритові вироби до Індії та Європи, в результаті чого сформувалися відомі торговельні шляхи. Успіх Древньої Греції та Древнього Риму значною мірою пояснюється їх активною зовнішньоторговельною діяльністю. У середньовіччі центром світової торгівлі була Італія: такі міста, як Флоренція, Генуя та Венеція мали величезний політичний і навіть військовий вплив саме тому, що в них відбувалася значна частка міжнародних комерційних і банківських операцій. Відкриття Америки, її колонізація, а згодом — створення окремих держав стали можливими не в останню чергу завдяки реалізації інтересів міжнародних торговців [1].

Таким чином, роль міжнародних торговельних операцій, насамперед — базових зовнішньоторговельних угод, у розвитку світової економіки зі всією очевидністю треба назвати визначальною.

6.2. Експорт та імпорт товарів і послуг

Експортом називають продаж продукції, виробленої у своїй країні, з метою подальшого використання або перепродажу на території інших країн.

*Імпорт*ом називають закупки продукції, що була вироблена в інших країнах, з метою подальшого використання чи перепродажу на території своєї країни.

Всі експортно-імпорتنі операції розподіляють на дві групи. Перша — торгівля товарами (матеріальними продуктами), такими як взуття, посуд, меблі тощо. Оскільки переміщення таких товарів з країни до країни піддається сприйняттю зором, його часто називають «видимим експортом та імпортом». До другої групи експортно-імпорتنих операцій належить торгівля послугами (нематеріальними продуктами), такими як банківські, транспортні чи консалтингові послуги. Оскільки послуги не мають конкретного матеріального вираження, торговельні операції з ними називають «невидимим експортом та імпортом».

Часто експорт відіграє провідну роль у фінансовому успіху компанії. Значна частка продукції таких відомих компаній, як Toyota¹, Airbus², Caterpillar³ припадає на зарубіжних замовників. Це дозволяє створити десятки тисяч робочих місць на підприємствах цих компаній, і значно більше — на підприємствах постачальників запасних частин і комплектуючих.

Торгівля має також велике значення для економік цілих країн. Наприклад, у 2007 р. частка експорту в ВВП Китаю становила 40 %, а Нідерландів — понад 60 % [3].

Експорт та імпорт послуг суттєво відрізняється від товарного імпорту та експорту. Одержання доходу від продажу послуг іноземним резидентам розглядається як експорт послуг, а плата за послуги — як їх імпорт.

Послуги часто називають невидимими благами. У міжнародних економічних відносинах продається і купується велика кількість різноманітних послуг, проте до найважливіших для міжнародного бізнесу належать туризм, послуги з перевезення, фінансові та бухгалтерські послуги, консалтинг, реклама, різного роду інжинірингові роботи тощо.

6.3. Прямі та непрямі експортно-імпорتنі операції

Здійснення міжнародних торговельних операцій може проходити як самостійно, так і через посередників (прямі та непрямі експортно-імпорتنі операції). Кожен з методів є характерним для окремих країн та окремих категорій товарів і послуг.

¹ Toyota — найбільша японська автомобілебудівна корпорація, також надає фінансові послуги і має кілька додаткових напрямів у бізнесі.

² Airbus — одна з найбільших авіабудівних компаній, що виготовляє однойменні пасажирські, вантажні, військово-транспортні літаки.

³ Caterpillar — американська корпорація, що виробляє землерійно-транспортну техніку, будівельне устаткування, дизельні двигуни, енергетичні установки.

Наприклад, в Японії товари традиційно проходять від виробника до кінцевого споживача через значну кількість торговельних посередників, кожен з яких додає до ціни свою торговельну надбавку. Через це ціна на один і той самий японський товар всередині країни-виробника та в іншій країні (наприклад, США, де існує традиція щодо залучення мінімальної кількості посередників) може суттєво відрізнятись.

Реалізація товарів на зарубіжних ринках без залучення торговельних посередників часто використовується в операціях з сільськогосподарською продукцією, сировиною, різного роду обладнанням тощо.

Безпосередня участь виробників-експортерів у реалізації своєї продукції за кордоном кінцевому споживачу (прямий експорт) має ряд переваг і недоліків. З одного боку, експортер має доступ до споживача, а отже — може швидше реагувати на зміни попиту і кон'юнктури ринку, смаків і бажань покупців, їх ставлення до бренду та ін. З другого — витрати на самостійну реалізацію можуть бути дуже суттєвими і перебивати додаткові вигоди від безпосередньої участі експортера у кінцевій реалізації продукту. До переваг непрямого експорту, в першу чергу, належить економія витрат на просування і збут продукції, тому непрямий експорт часто застосовується для реалізації за кордоном різного роду споживчих товарів, дрібного промислового обладнання.

6.4. Організація експортної діяльності фірми

Коли фірма виходить на зовнішні ринки, досягнувши певних успіхів у реалізації продукції на внутрішньому ринку, для здійснення експортної діяльності часто можуть використовуватися ті ж спеціалісти і схеми роботи, що застосовувалися у діяльності в межах своєї країни. Наприклад, за організацію експорту можуть відповідати працівники відділу збуту.

Збільшення обсягів зарубіжних продаж може сприяти заснуванню на підприємстві окремого *експортного відділу*, який би відповідав тільки за зовнішньоекономічну діяльність, здійснюючи та координуючи процеси укладення договорів, транспортування, реклами, ціноутворення, а також операцій з іноземною валютою тощо. Часто керівники відділу експорту є громадянами тієї ж країни, звідки походить і фірма, і мають спеціальну освіту з міжнародного маркетингу, фінансів тощо. Мірою розширення обсягів зарубіжної діяльності фірма відчуває потребу в підвищенні кваліфікації своїх кадрів, і тому може додатково

наймати спеціалістів з експортної документації, фінансування міжнародної торгівлі та ін. Часто таких спеціалістів шукають серед працівників міжнародних банків, транспортних компаній, компаній з управління експортом.

Мірою зростання частки експорту в загальному обсязі реалізації продукції компанія може створювати окремий *міжнародний підрозділ*, що має здійснювати зовнішньоекономічну діяльність. Метою діяльності такого підрозділу є координація між внутрішнім і міжнародним напрямками роботи фірми. Керівнику такого підрозділу підпорядковані голови іноземних дочірніх компаній.

У подальшому процесі інтернаціоналізації, фірми часто формують *глобальну організаційну структуру*, складність роботи якої полягає в тому, що її менеджери мають одночасно координувати виробництво, фінансовий менеджмент, маркетинг та інші аспекти діяльності фірми в різних країнах світу для досягнення економії та синергії в глобальному масштабі.

З метою здійснення реалізації своєї продукції в інших країнах великі компанії можуть створювати юридично незалежне і відокремлене від виробничого збутове підприємство. Так, корпорація General Electric⁴ створила International Electric Company⁵, а дрібні та середні компанії зі свого боку можуть засновувати спільні збутові фірми чи асоціації.

Непрямий експорт може також здійснюватись шляхом відкриття у країнах-імпортерах так званих викруткових заводів, тобто підприємств, де відбувається лише збирання кінцевої продукції з окремих імпортованих до країни вузлів та агрегатів. Така продукція вважається принаймні частково виробленою всередині країни, адже, як правило, операції з кінцевого збирання виконуються найманими працівниками з місцевого населення, а тому ставлення місцевих рад до іноземних фірм-виробників у таких випадках значно лояльніше. Зменшується розмір митних зборів, скорочуються транспортні витрати, витрати на пакування і заробітну плату тощо. Прикладами таких фірм є корпорації Ford⁶, Zinger⁷, Toyota.

⁴ General Electric — американська багатгалузева корпорація, найбільший у світі виробник багатьох видів техніки, включаючи локомотиви, енергетичні установки, газові турбіни, медичне устаткування, освітлювальної техніки, пластмаси тощо.

⁵ International Electric Company — фінська компанія, що розробляє та виробляє високоякісну електроніку для медичних, промислових і військових цілей.

⁶ Ford — американська автомобілебудівна компанія, виробник автомобілів марки «Форд».

6.5. Експортна стратегія фірми

Успіх запланованих зовнішньоекономічних операцій фірми залежить не тільки від урахування всіх особливостей ведення бізнесу в міжнародному масштабі, а й від чітко сформульованих і дотриманих довгострокових цілей, іншими словами — від обраної стратегії здійснення експортної діяльності.

Термін «стратегія» походить від давньогрецьких слів «stratos» (армія) і «agein» (вести). Стратегією підприємства вважають комплекс заходів, що забезпечує йому досягнення поставлених цілей. Експортною стратегією називають комплексний план експортної діяльності фірми, розроблений для забезпечення конкурентоспроможності її продукції на зовнішніх ринках.

Виокремлення конкретних цілей сприяє переходу від загального напрямку експортного розвитку фірми до чітко сформульованих планів роботи. Стратегія визначає, за допомогою яких засобів, методів та інструментів планується досягнути встановлених цілей.

Стратегія фірми, на відміну від тактики, діє протягом кількох планових періодів і дає відповіді на питання «який» і «як»:

- який ринок обрати;
- які конкурентні переваги можна одержати;
- якою буде ціна товару (послуги), що пропонуються;
- як можна випередити або перемогти конкурентів тощо.

Теоретики і практики зовнішньоекономічної діяльності виділяють значну кількість різного роду стратегій, які можна систематизувати і узагальнити за окремими характеристиками. Експортна бізнес-стратегія може набувати одну з трьох форм: диференціювання, лідерство у витратах або фокусування.

Стратегія диференціювання вимагає розробки продуктової політики на зовнішньому ринку, цінової політики, політики просування і дистрибуції, які б суттєво відрізняли товари чи послуги даної фірми від товарів чи послуг конкурентів. Основою цієї відмінності може бути висока якість, модність, надійність або інші явні характеристики. Як приклад можна згадати автомобілі Mercedes, ручки Parker⁸ чи годинники Omega⁹.

⁷ Zinger — американська корпорація, виробник космічної і військової техніки, а також військових машинок, електрообладнання, двигунів, меблів та іншої продукції.

⁸ Parker — товарний знак авторучок та інших канцелярських товарів фірми Parker Pen Company.

⁹ Omega — марка швейцарських годинників.

Якщо фірма може довести переваги свого товару покупцям, вона дістає можливість встановити підвищену ціну або захистити себе від цінової конкуренції з боку менш якісних марок. Наприклад, фірма Mercedes-Benz¹⁰ не змушена опускати ціни на люксові авто, що коштують 50—100 тис. дол. США, коли український АвтоЗаз¹¹ знижує ціни на «Таврії» чи «Славути», ціна яких становить близько 5 тис. дол. США.

Стратегія лідерства у витратах може бути досягнута через систематичне зменшення витрат на виробництво і збут продукції або встановлення меншої норми прибутку. Просування товару фірми, що дотримується такої стратегії, відбувається завдяки рекламуванню низької ціни або, наприклад, шляхом реалізації через економні канали збуту (інтернет-магазини або великі складські приміщення, розташовані за містом, тощо). Такої стратегії дотримується фірма Віс¹² зі своїми дешевими ручками або АвтоЗаз зі своїми недорогими авто.

Стратегія фокусування передбачає зосередження зусиль на певних сегментах споживчого ринку або на окремих областях чи регіонах географічного ринку. Наприклад, швейцарська компанія Ste. Suisse Microelectronique et d'Horlogerie¹³ SA (SMH), що випускає популярні годинники Swatch, зосереджує увагу на продажу цієї недорогої лінії годинників молодим людям, що слідкують за модою, в Європі, Північній Америці та Азії.

Існує кілька стратегій проникнення фірми на зарубіжні ринки, основними серед яких є:

- стратегія прямого експорту;
- стратегія непрямого експорту;

Стратегія прямого експорту передбачає створення експортного відділу для роботи на зовнішніх ринках або використання власних торгових представників для пошуку зарубіжних клієнтів, або використання торговельних посередників-представників, або створення закордонних відділів продаж чи дочірніх компаній.

Стратегія непрямого експорту передбачає дії за кордоном через іншу фірму, тобто через незалежного посередника.

¹⁰ Mercedes-Benz — марка німецьких автомобілів, а також назва компанії, що спеціалізується на випуску легкових і вантажних автомобілів та автобусів.

¹¹ АвтоЗаз — український виробник легкових автомобілів; розташований у Запоріжжі.

¹² Віс — одна з фірм-лідерів з виробництва канцелярських виробів, запальничок і бритв.

¹³ The Swatch Group AG — швейцарська компанія, найбільший у світі виробник годинників (близько 25% світових продаж).

6.6. Використання посередників у зовнішній торгівлі

Торговецьке посередництво включає широкий набір послуг: з перепродажу товарів, пошук зарубіжних партнерів, допомога у веденні переговорів та укладанні зовнішньоторговельних угод, послуги з кредитування торговельних операцій та їх страхування, організація рекламних кампаній, технічного та інформаційного обслуговування кінцевих споживачів тощо.

Торгово-посередницькими фірмами називають такі, що не залежать від виробника і споживача продукції в господарському та юридичному плані, не є їх структурними підрозділами або дочірніми компаніями. 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.

Переваги від використання торговельних посередників включають економію коштів на збут в іншій країні, а також використання чужого досвіду, зв'язків і капіталу.

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. До основних видів зовнішньоторговельних посередників належать торговельні агенти-представники, брокери, комісіонери, дистриб'ютори.

Торговецькі 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. Таким чином, ці посередники діють від імені експортера та за його кошти і в результаті одержують комісійну винагороду у розмірі, як правило, 2—5 % від обсягів продаж або заздалегідь обумовлену суму.

Брокери 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 у розмірі, як правило, 2—3 % від обсягів продаж, що має назву бро-

кередж. Брокери не представляють інтереси іншої сторони і не одержують від неї винагороду, крім випадків, коли це оговорено заздалегідь.

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 імпортерові — існує ризик несплати. Посередник може гарантувати експортеру оплату проданого товару, і така гарантія має назву делькредере (*del credere*). Зворотна комісійна операція, коли імпортер доручає комісіонеру придбати певні товари на зарубіжному ринку, має назву індент (*indent*). Ще одним різновидом комісійних угод є консигнаційні угоди. Продаж товарів відбувається зі складу посередника.

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 звичайну перепродажу товару, так і укладати договір реалізації цього товару на території певної країни в обумовлений термін. Наприклад, автосалони можуть укладати угоди з Mitsubishi Motors Corporation¹⁴ на реалізацію її продукції через власні збутові мережі. Таких посередників залежно від країн їх походження та діяльності, а також особливостей діяльності можуть називати дилерами, принципалами, операторами тощо.

Як було зазначено вище, 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»).

¹⁴ Mitsubishi Motors Corporation — марка японських автомобілів, а також назва компанії, що спеціалізується на випуску легкових і вантажних автомобілів і автобусів.

6.7. Види зовнішньоекономічних операцій

Крім звичайного експорту та імпорту товарів і послуг у світовій практиці широко застосовуються також інші види зовнішньоекономічних операцій, пов'язаних із торгівлею. До них належать товарообмінні операції, ліцензування, франчайзинг, управлінські контракти, міжнародний лізинг та ін.

До групи товарообмінних операцій (або операцій зустрічної торгівлі) входять бартерні, торговельні компенсаційні угоди та промислові компенсаційні угоди.

Зустрічною торгівлею називають зовнішньоторговельні угоди, при укладанні яких у документах фіксуються тверді зобов'язання експортерів та імпортерів здійснити повний або частково збалансований обмін товарами. В останньому випадку різниця у вартості покривається грошовими платежами.

Це найбільш відомий вид міжнародної торгівлі, який раніш полягав у натуральному обміні товарами. Зустрічна торгівля була витіснена товарно-грошовими відносинами, але в сучасних умовах дістала новий зміст і набула суттєвого розвитку. Її частка становить 25—30 % загального обсягу міжнародних торговельних операцій.

Ініціаторами розвитку зустрічної торгівлі є імпортери, які в умовах нестачі валюти можуть здійснювати закупівлі необхідних товарів з повною або частковою їх оплатою поставками своїх товарів. В умовах загострення проблеми збуту, експортери вимушені йти на отримання від покупців не грошового еквіваленту реалізованих товарів, а інших товарів, які вони або використовують у власному виробничому процесі, або реалізують на ринку.

Обов'язковою ланкою у зустрічній торгівлі є банки. Вони відкривають для сторін спеціальні рахунки, на яких ведеться облік вартісної сторони операції.

За версією експертів ООН, логічно виділити три такі види міжнародних зустрічних торговельних угод:

- бартерні угоди (barter transactions);
- торговельні компенсаційні угоди (commercial compensation);
- промислові компенсаційні угоди (industrial compensation).

Бартерні угоди є найбільш традиційним різновидом зустрічної торгівлі і являють собою обмін товарами, в якому не використовуються гроші, проте вартість товарів, що обмінюються, має грошовий вираз. Вартісна оцінка використовується з метою забезпечення еквівалентно-

сті обміну. В бартерних контрактах фіксуються натуральні обсяги товарів, які беруть участь в обміні. У чистому вигляді бартер є найменш поширеним видом зустрічної торгівлі.

Торговельні компенсаційні угоди передбачають здійснення комерційних операцій на невеликі суми. Товари, що використовуються для обміну, як правило, є різнорідними і безпосередньо не пов'язаними один з одним, а їх партії є нерівноцінними (обмін партії меблів вартістю 50 тис. дол. США на партію насосів вартістю 65 тис. дол. США з відповідною доплатою).

Промислові компенсаційні угоди використовуються для продажу пов'язаних між собою товарів, як правило, великими обсягами і на значні суми (обмін партії двигунів на еквівалентну, або не еквівалентну, за вартістю партію літаків, укомплектованих такими двигунами).

Лицензування передбачає укладання угоди, відповідно до якої фірма, що знаходиться в одній країні, продає компанії іншої країни ліцензію (дозвіл) на використання своєї інтелектуальної власності (патентів, торгової марки, фірмової назви, авторських прав або секретів виробництва) в обмін на виплату роялті (винагороди). Наприклад, фірма Walt Disney¹⁵ може видати німецькій швейній компанії дозвіл на випуск дитячих піжам із зображенням Мікі Мауса¹⁶ на умовах, що та буде відраховувати їй обумовлений відсоток від загального обсягу продаж цієї продукції.

Франчайзинг є особливою формою ліцензування, суть якої полягає в тому, що фірма, яка перебуває в одній країні (франчайзер), надає компанії з іншої країни (франчайзі) дозвіл на використання своєї технології виробництва, а також бренду, торгової марки і логотипу в обмін на виплату роялті. Наприклад, McDonald's Corporation¹⁷ продає права на відкриття ресторанів швидкого харчування по усьому світу.

Управлінський контракт є угодою, згідно з якою компанія з однієї країни, надає фірмі з іншої країни послуги з управління її потужностями за певну винагороду. Управлінські контракти набули особливого поширення серед великих готельних компаній. Такі фірми, як Marriott¹⁸ та Hilton¹⁹ не завжди володіють дорогими готелями, що розташовані у

¹⁵ Walt Disney — одна з найбільших корпорацій індустрії розваг у світі.

¹⁶ Мікі Маус — герой американських мультфільмів, створений за участю Уолта Діснея у 1928 р.

¹⁷ McDonald's Corporation — американська корпорація, найбільша в світі мережа ресторанів швидкого харчування.

¹⁸ Marriott International — американська міжнародна мережа готелів.

¹⁹ Hilton — велика мережа готелів, що належить корпорації Hilton Hotels Corporation.

багатьох країнах світу і носять їх імена. Часто вони просто здійснюють управління цими готелями на умовах, зазначених вище.

Міжнародний лізинг прийнято розуміти як звичайну покупку основних фондів (наприклад, устаткування) за кордоном з наступною передачею їх у лізинг (довгострокову оренду з правом викупу) підприємцю своєї або третьої країни.

Міжнародний лізинг можна розділити на експортний та імпорتنний. Кількість країн, резиденти яких беруть участь в угоді, може бути необмеженою. Угоди міжнародного лізингу є доволі привабливими для виробників, оскільки можуть здійснюватись, наприклад, за умови більш сприятливого податкового режиму іншої країни. Лізингоотримувачі, в свою чергу, можуть мати додаткові переваги, сплачуючи іноземному лізингодавцю менші відсотки, ніж у середньому по рідній країні. Таким чином, лізингові операції стали невід'ємним компонентом стабілізації та розвитку економік багатьох країн.

Толлінгові операції є переробкою іноземної сировини з подальшим вивезенням готової продукції. Таким чином, виробничі підприємства продають не товар, а послуги з його переробки чи виробництва. Такий вид діяльності також називають *операціями з переробки давальницької сировини*. Він дозволяє контрагентам ввозити на територію країни сировину і вивозити готову продукцію, не сплачуючи мита і податку на додану вартість. В Україні, наприклад, операції з давальницькою сировиною часто здійснюються підприємствами легкої промисловості.

Інжиніринг являє собою інженерно-консультаційні послуги досвідного, проектно-конструкторського, розрахунково-аналітичного характеру, підготовку техніко-економічного обґрунтування проєктів, розробку рекомендацій у сфері організації виробництва і управління, тобто комплекс комерційних послуг з підготовки і забезпечення процесу виробництва та реалізації продукції, з обслуговування та експлуатації виробничих, інфраструктурних та інших об'єктів.

Міжнародний інжиніринг є популярним і поширеним видом зовнішньоекономічних операцій і відрізняється від звичайного інжинірингу великою кількістю нюансів та особливостей, які мають бути враховані працівниками інжинірингової фірми у зв'язку з відмінностями у виробничих стандартах, екологічних вимогах, законодавстві, кліматичних умовах, демографічній та економічній ситуації в інших країнах.



Основні терміни та поняття

Бартерні угоди, торговельні компенсаційні угоди, промислові компенсаційні угоди, ліцензування, франчайзинг, управлінський контракт, міжнародний лізинг, толлінгові операції, інжиніринг.



Контрольні запитання, завдання та проблеми для обговорення

1. Назвіть основні форми міжнародних ділових операцій. Які форми ділових операцій є найбільш поширеними у міжнародному бізнесі?
2. Чим експорт та імпорт товарів відрізняється від експорту та імпорту послуг?
3. У чому полягають переваги кожного з таких видів експорту: а) прямого; б) не прямого?
4. Яким чином може змінюватись організаційна структура підприємства-експортера у міру збільшення обсягів його зовнішньоекономічної діяльності?
5. Охарактеризуйте основні види експортної стратегії фірми.
6. Які існують види торговельних посередників і в чому полягає відмінність між ними?
7. Якими є причини здійснення товарообмінних операцій?
8. Визначте сутність основних типів товарообмінних операцій.
9. У чому полягає суть операцій з ліцензування, лізингу, толлінгу, інжинірингу?



Тести

1. «Невидимою» торгівлею називають:

- а) торгівлю товарами;
- б) торгівлю послугами;
- в) міжнародну торгівлю;
- г) зустрічну торгівлю.

2. Прямими експортними операціями називають:

- а) операції без участі торгових посередників;
- б) операції за участю торгових посередників.

3. До переваг непрямого експорту можна віднести:

- а) економію на витратах щодо дослідження зарубіжних ринків;
- б) економію на винагороді послуг торгових посередників;
- в) економію на виробничих витратах.

4. Образний вислів «викрутковий завод» означає:

- а) на такому заводі виробляють викрутки;
- б) на такому заводі здійснюють лише кінцеву збирання продукції з завезених вузлів та агрегатів;
- в) на такому заводі не використовують працю машин.

5. Якщо фірма має за мету здобути конкурентні переваги на основі покращення якості продукції, то стратегія, яку вона реалізує на ринку, називається:

- а) стратегія фокусування;
- б) стратегія диференціювання;
- в) стратегія лідерства у витратах.

6. Стратегія фокусування передбачає зосередження зусиль на:

- а) певних сегментах споживчого ринку чи окремих географічних регіонах;
- б) на максимальному зменшенні виробничих та збутових витрат.

7. Торговельні агенти-представники відрізняються від комісіонерів тим, що:

- а) діють від імені та за рахунок продавця, у той час як комісіонери діють від власного імені, але за рахунок експортера;
- б) діють від свого імені і за свій рахунок, у той час як комісіонери діють від власного імені, а й за рахунок експортера;
- в) діють від свого імені й за рахунок продавця, в той час як комісіонери діють від імені продавця і його за рахунок.

8. Компенсаційні операції передбачають таке:

- а) здійснення обміну рівноцінними партіями товарів;
- б) здійснення обміну нерівноцінними партіями товарів;
- в) підвищення відшкодування збитків, якщо вони виникли з вини продавця.

9. Різновидом операцій з ліцензування можна назвати:

- а) франчайзинг;
- б) факторинг;
- в) інжиніринг.

10. До переваг операцій з переробки давальницької сировини можна віднести:

- а) відсутність необхідності сплати мита і ПДВ за ввезену сировину і вивезену готову продукцію;
- б) можливість інтенсивного або повного використання існуючих у фірми виробничих потужностей;
- в) обидва варіанти вірні.



Література

1. Chapman S. D. British-Based Investment Groups Before 1914, *Economic History Review*. vol. 38 (1985). — P. 230-235.
2. Гриффин Р., Пастей М. Международный бизнес / Пер. с англ. под ред. А. Г. Медведева. — . 4-е изд. — СПб. : Питер, 2006. — 1088 с.
3. Информационная система торговых представительств России [Электронный ресурс] — 2010. — Режим доступа: http://www.torgpredstvo.ru/torg_pred.php?id_land=58
4. Международный бизнес: внешняя среда и деловые операции: пер. с англ. / Дж. Дэниелс, Л. Х. Радеба. — М. : Дело, 1998. — 784 с.
5. Торгова Л. В. Основи зовнішньоекономічної діяльності : [навч.-метод. посіб.] / Л. В. Торгова, О. В. Хитра. — Львів : «Новий Світ — 2000», 2006. — С. 315.
6. Управління зовнішньоекономічною діяльністю [Текст] : навч. посіб. / І. І. Дахно [та ін.] ; за ред. І. І. Дахно. — К. : Центр учбової літератури, 2007. — 328 с.
7. Управління зовнішньоекономічною діяльністю: навч. посібник / заг. ред. А. І. Кредісова. — : 2-ге вид., випр. і доп. — К. : ВІРА-Р, 2002. — 552 с.

7 Розділ

ІНВЕСТИЦІЇ У ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

7.1. Сутність іноземних інвестицій та основні їх типи

Однією із форм міжнародної підприємницької діяльності є *іноземні інвестиції* — передача капіталу резидентами однієї країни для подальшого його використання в економіці іншої країни. Такі інвестиції поділяються на дві великі категорії — *прямі іноземні інвестиції* (foreign direct investments, FDI) та *портфельні інвестиції* (portfolio investments, PI). Основна відмінність між цими типами інвестицій полягає у тому, якою мірою інвестор хоче контролювати вкладений капітал — брати активну участь в управлінні компанією, в яку вкладено кошти, чи пасивно одержувати дохід від інвестицій.

Прямі іноземні інвестиції (ПІІ, FDI) — це вкладання капіталу з метою придбання і реального контролю над певними об'єктами власності (підприємствами та іншими активами) в інших країнах. При цьому країна, на території якої розташована штаб-квартира материнської компанії, називається *країною походження інвестицій* (home country), а країна, на території якої ця компанія веде бізнес, — *приймачою країною* (host country). Як приклад прямих іноземних інвестицій можна назвати придбання компанією Ford Motor Company контрольного пакета акцій шведської компанії Volvo Corporation. Після придбання цих акцій із материнської компанії Ford до компанії Volvo були направлені фахівці, завданням яких стало здійснення контролю над діяльністю компанії, інтегрування її роботи з програмами маркетингу, що провадиться корпорацією Ford по всьому світу.

Портфельні інвестиції — це придбання іноземних фінансових активів без мети здійснення контролю над діяльністю фірм, що їх випустили (емітентів). Портфельні інвестиції є пасивним володінням цінними паперами (такими як акції, облігації, депозитні сертифікати тощо), які не дають інвестору права брати активну участь в управлінні діяльністю емітента цих цінних паперів чи здійснювати контроль над його діяльністю.

Головною мотивацією формування портфеля іноземних інвестицій є пошук прийнятної ставки дохідності на інвестований капітал, а також прагнення інвестора до зниження рівня ризику на основі географічної диверсифікації портфелю інвестицій. Прикладом портфельних інвестицій може слугувати придбання тисячі звичайних акцій компанії Sony німецьким пенсійним фондом. Завдяки такому вкладанню капіталу пенсійний фонд мав намір збільшити свій прибуток від капіталу, а не одержати контроль над процесом прийняття рішень у компанії Sony.

7.2. Основні теорії міжнародного інвестування

Багато економістів у різні часи приділяли увагу міжнародному інвестуванню. У зв'язку з цим існують різні теорії, що обґрунтовують природу, причини і закономірності розвитку іноземного інвестування.

Теорія конкурентних переваг. Згідно з цією теорією переваги компанії пов'язані із володінням цінними активами (ownership advantage theory). Такі переваги компанії обумовлені наявністю цінних активів, які компанія може використовувати для проникнення на ринки інших країн, діючи за допомогою прямих іноземних інвестицій (ПІІ). До складу таких цінних активів може входити, наприклад, передова технологія, широко відома торгова марка або можливість одержання економії від масштабу. Як приклад можна навести компанію Caterpillar, яка побудувала підприємства на території країн Азії, Європи, Австралії, Південної та Північної Америки, щоб мати можливість діставати вигоду із запатентованих технологій і торгової марки, що здобули всесвітню популярність. З цієї ж причини основний конкурент Caterpillar, компанія Komatsu, побудувала свої заводи в Азії, Європі та США.

Теорія конкурентних переваг, пов'язаних із володінням цінними активами, тільки частково розкриває причини прямого інвестування за кордоном. Зокрема, теорія не пояснює, чому компанії треба віддати перевагу виходу на іноземний ринок за допомогою ПІІ замість того, щоб використовувати свої конкурентні переваги на міжнародному ринку іншими способами, наприклад, за допомогою експорту продукції, розширення сфери діяльності на умовах франчайзингу або продажу ліцензій на використання власних технологій іноземним компаніям. Наприклад, компанія McDonald's успішно діє на міжнародному ринку,

використовуючи франчайзинг як основний спосіб відкриття ресторанів швидкого обслуговування McDonald's в усьому світі, тоді як компанія Boeing задовольняє споживчий попит на ринках інших країн за допомогою експорту своєї продукції.

Теорія інтерналізації. Теорія інтерналізації дає відповідь на поставлене вище питання на підставі концепції трансакційних витрат.

Трансакційні витрати (transaction costs) — це витрати на укладання угоди, тобто витрати, пов'язані з веденням переговорів з укладання контракту, відстеження зазначених у ньому умов, а також приведенням контракту в дію. Керівництвом компанії має бути ухвалене рішення про те, як компанії краще зробити: придбати чи побудувати власне підприємство за кордоном і управляти ним або укласти контракт з іноземною фірмою на управління підприємством на підставі франчайзингового договору, ліцензійної угоди або договору поставки.

За теорією інтерналізації (internalization theory), віддавати перевагу прямому інвестуванню (іншими словами, випуск продукту, що буде реалізовуватись на міжнародному ринку, слід здійснювати в рамках корпорації), необхідно у випадку, якщо витрати на ведення переговорів з укладання контракту, відстеження зазначених у ньому умов, а також приведення в дію контракту з іншою компанією вищі порівняно з витратами, яких вимагає пряме інвестування капіталу у власні закордонні підприємства. Наприклад, основні конкурентні переваги компанії Toyota — це висока якість продукції, що випускається, і передові технології виробництва. Досягти цих переваг на іноземних підприємствах за допомогою укладання контрактів з іншими фірмами на виконання відповідних робіт важко. Отже, компанії Toyota вигідніше підтримувати роботу власних підприємств зі складання автомобілів в інших країнах.

З теорії інтерналізації випливає висновок, що у разі низького рівня трансакційних витрат компаніям більш вигідно укласти контракти з іноземними фірмами та провадити комерційну діяльність на міжнародному ринку через продаж ліцензій на використання своїх торгових марок або прав на відкриття підприємств на умовах франчайзингу. Наприклад, компанія McDonald's досягла значного успіху в продажу франшиз на відкриття ресторанів швидкого обслуговування під маркою McDonald's. Оскільки компанії вдалося досягти більших успіхів у скороченні трансакційних витрат при укладанні угод з франчайзі, вона і далі продовжує використовувати франчайзинг як основний метод ведення бізнесу за кордоном.

Еклектична теорія Даннінга. Теорія інтерналізації розкриває причини виходу компаній на міжнародний ринок за допомогою прямих

іноземних інвестицій. Однак ця теорія не дає відповіді на запитання про те, чому за кордоном слід розміщувати виробничі потужності з випуску продукції, — незалежно від того, чи належать ці потужності самій компанії, чи є її підрядниками. Іншими словами, чи дістає компанія конкурентні переваги від розміщення виробництва на території других країн?

Розв'язанню цієї проблеми присвячена еkleктична теорія, розроблена Джоном Даннінгом (John Dunning). Еkleктична теорія (eclectic theory) — це універсальна теорія прямих іноземних інвестицій, що поєднує аналіз трьох аспектів ведення бізнесу на іноземних ринках:

- 1) переваги від володіння цінними активами;
- 2) переваги від розміщення виробництва за кордоном і переваги від інтерналізації процесу випуску продукції або надання послуг. Згідно з цією теорією процес прямого вкладення капіталу в закордонні підприємства впливає як на міжнародну комерційну діяльність компанії, так і на її внутрішньокорпоративну діяльність. Відповідно до еkleктичної теорії Даннінга ведення бізнесу за кордоном за допомогою прямих іноземних інвестицій доцільно у разі виконання таких умов:

1. *Наявність конкурентних переваг, обумовлених володінням цінними активами.* Компанія повинна мати унікальні конкурентні переваги, які дозволили б їй успішно конкурувати з іноземними компаніями на їхніх ринках. У число активів, які можуть забезпечити такі конкурентні переваги, входить торгова марка, запатентована технологія, можливість одержання економії від масштабу та ін. Наприклад, компанія Caterpillar має всі три названі перевагами в конкурентній боротьбі, яку веде в Бразилії з місцевими компаніями.

2. *Наявність переваг від розміщення виробничих потужностей за кордоном.* Ведення бізнесу за допомогою розміщення потужностей за кордоном має бути більш вигідним порівняно з розміщенням потужностей на вітчизняних підприємствах. Наприклад, компанія Caterpillar випускає бульдозери на підприємствах, розташованих у Бразилії, що дозволяє одержувати вигоду від більш низьких витрат на робочу силу в цій країні, а також уникати високих тарифних обмежень на експорт продукції, випущеної американськими підприємствами компанії.

3. *Наявність переваг від інтерналізації ведення бізнесу.* Компанії має бути вигідніше управляти своїми підприємствами за кордоном, чим наймати незалежну місцеву фірму для виконання відповідних робіт. Здійснення такого контролю дає компанії переваги в таких випадках: коли приведення контракту до виконання та відстеження перед-

бачених у контракті дій місцевої компанії вимагає більших витрат; коли місцева компанія незаконно привласнює запатентовану технологію; коли неадекватні дії місцевої компанії завдають шкоди репутації компанії та її торговій марці.

7.3. Прямі іноземні інвестиції та їх форми

Прямі іноземні інвестиції (foreign direct investment, FDI) — це придбання іноземних активів з метою здійснення контролю над ними. Цікавим і, можливо, найвидатнішим в історії США прикладом прямих іноземних інвестицій є так звана 24-доларова угода, коли голландський першопрохідник Пітер Мінейт (Peter Minuet) викупив в індійського вождя острів Манхэттен за мішок скляного намиста.

Існує кілька форм прямих іноземних інвестицій:

- 1) будівництво нових підприємств (так звана стратегія greenfield);
- 2) придбання діючих підприємств (стратегія придбань, або стратегія brownfield);
- 3) створення і участь у спільних підприємствах.

Стратегія будівництва нових підприємств передбачає організацію діяльності підприємства з нуля (слово «greenfield» («зелене поле») в англійській назві цієї стратегії — це метафора: новий об'єкт зводиться на ділянці недоторканної землі, вкритій зеленими травами). Дотримуючись такої стратегії, компанія купує або бере в оренду ділянку землі, будує на ній нові виробничі або сервісні об'єкти, наймає і/або переводить менеджерів, рядових службовців і робітників, після чого починає експлуатацію нового об'єкта. Виробниче підприємство компанії Fuji Film, розташоване в штаті Південна Кароліна, слугує прикладом інвестицій у нове будівництво, так само як і складальне підприємство компанії Mercedes-Benz у штаті Алабама та компанії Nissan в англійському місті Сандерленд.

Стратегія будівництва нових підприємств має ряд переваг. По-перше, компанія має можливість вибрати під будівництво ділянку, яка найкраще задовольняє необхідним вимогам, і побудувати на ній сучасне підприємство, оснащене новітнім устаткуванням. Відкриття таких підприємств створює нові робочі місця, тому місцева влада в багатьох випадках пропонує компаніям різні економічні стимули, щоб залучити будівництво на свою територію. Такі стимули дозволяють компаніям скоротити загальний обсяг витрат.

Крім того, за названої стратегії компанії починають діяльність на закордонному ринку з чистого аркуша. Менеджерам не доводиться мати справу з існуючими боргами, модернізувати застаріле обладнання або вкладати багато зусиль у зміну старим методам роботи, які до того ж перебувають під захистом профспілок, що не бажають іти на компроміс. Наприклад, керівництво компанії GM вважає самою більшою перевагою нового підприємства в місті Айзенах (колишня Східна Німеччина) можливість впроваджувати японські методи виробництва та управління трудовими ресурсами, не вступаючи при цьому в боротьбу з робітниками, що не бажають відмовлятися від звичних методів. Крім того, компанія має можливість дотримуватися зручних для неї темпів адаптації до національної культури ведення бізнесу, замість того, щоб негайно брати на себе зобов'язання з управління придбаною діючою компанією. Дослідження показують, що імовірність вибору стратегії будівництва нових об'єктів замість придбання діючих підприємств перебуває в прямій залежності від глибини культурних відмінностей між середовищем ведення бізнесу в рідній країні компанії та в країні, куди вкладаються інвестиції.

З другого боку, стратегія будівництва нових підприємств має також і ряд недоліків. По-перше, успішна реалізація цієї стратегії вимагає часу і терпіння. По-друге, земельна ділянка, що розташована у зручному місці, може виявитись занадто дорогою або недоступною. Будівництво нового підприємства спричиняє необхідність узгодження багатьох питань із місцевими й загальнодержавними нормативними актами.

Крім того, компанія повинна контролювати будівництво нового підприємства, також найняти місцевих робітників і підготувати їх до виконання своїх обов'язків на необхідному рівні ефективності. І нарешті, будівництво нових об'єктів може підсилити негативне ставлення громадськості до компанії як до закордонного підприємства. Наприклад, керівництво компанії Disney стикається з рядом труднощів такого роду в процесі будівництва тематичного парку Паризький Диснейленд. Незважаючи на те що французький уряд погодився продати компанії Disney необхідну ділянку землі за договірною ціною, керівництво Disney було не готове встановити контакти з французькими будівельними підрядниками. Тому у менеджерів компанії виникли численні труднощі в плані спілкування з художником, який пропонував 20 різних відтінків рожевого кольору для готелю, перш ніж фахівці компанії схвалили необхідний для них тон. Церемонія урочистого відкриття парку опинилась на грані зриву, коли місцеві підрядники зажадали виплати 150 млн дол. за виконання додаткових робіт (як вони

стверджували) на замовлення компанії Disney. Крім того, у компанії Disney виник конфлікт з французькими працівниками, які не бажали сприймати американські трудові цінності та стандарти, як того вимагало керівництво компанії.

Стратегія придбання існуючих підприємств. Це стратегія придбання діючих компаній, які ведуть бізнес у країні, що приймає інвестиції. Без сумніву, процес підготовки угоди про придбання компанії, до якого залучені юристи, представники регуляторних органів та інші фахівці, може виявитися складним. Проте основний мотив використання такої стратегії простий. Купуючи діючу компанію, покупець одержує контроль над підприємствами, персоналом, технологією, торговими марками і маркетинговими мережами купленої фірми. При цьому всі підрозділи придбаної компанії продовжують функціонувати й генерувати прибуток мірою того, як компанія-покупець інтегрує нову структуру у свою міжнародну стратегію. Також на відміну від стратегії будівництва нових підприємств стратегія придбання не вимагає збільшення виробничих потужностей у даній галузі промисловості. В умовах надлишку виробничих потужностей це очевидна перевага.

У деяких випадках міжнародні компанії купують місцеві фірми тільки для того, щоб проникнути на ринки закордонних країн. Наприклад, компанія Procter&Gamble проникнула на мексиканський ринок побутових паперових виробів, придбавши фірму Loreto у її власника — компанії Grupo Carso SA. Такий крок дозволив Procter&Gamble дістатися до розпорядження виробничі потужності Loreto, широко відомі торгові марки паперових серветок і туалетного паперу цієї компанії, а також діючу систему реалізації продукції. Так само компанія American Eagle Outfitters придбала канадські мережі магазинів з торгівлі молодіжним одягом Wags and Thriftys. Придбання 150 торговельних точок дозволило американській компанії роздрібною торгівлю швидко проникнути в широкий сегмент канадського ринку.

В інших випадках стратегія придбання може застосовуватися як спосіб радикальної зміни стратегії компанії. Наприклад, державна компанія Saudi Arabian Oil Co. спробувала знизити залежність від видобутку сирої нафти за допомогою покупки нафтопереробних компаній, таких як найбільша філіппінська компанія Petron Corporation і південнокорейська компанія Ssangyong Oil Refining Company. У 1974 р. після приватизації керівництвом колишньої державної голландської поштової та телефонної компанії Koninklijke PTT Netherland було ухвалене рішення про інтернаціоналізацію бізнесу, щоб компанія змогла вистояти в конкурентній боротьбі на нерегульованому ринку Євросоюзу. Щоб підвищити конкурентоспроможність, компанія придбала ав-

стралійську фірму TNT Ltd., і це дозволило їй об'єднати діяльність своїх підрозділів, які надають поштові послуги, зі службою доставки термінових посилок компанії TNT.

Проте стратегія придбання діючих підприємств також має ряд недоліків. Компанія-покупець бере на себе всі зобов'язання (фінансові, управлінські та ін.) фірми, що купується. Наприклад, якщо в придбаній компанії сформувалися незадовільні трудові відносини, не сплачені внески до пенсійного фонду, компанія не виконувала зобов'язання з забезпечення заходів проти забруднення навколишнього середовища, компанія-покупець бере на себе відповідальність за вирішення всіх цих проблем. Як правило, компанії, що купує, необхідно витратити значну суму коштів ще до початку отримання доходів від діяльності придбаної фірми. Наприклад, при покупці розважального конгломерату MCA компанії Matsushita довелося виплатити суму 6,6 млрд дол. США відразу ж після укладання угоди. Навпани, стратегія будівництва нових підприємств дозволяє компанії розширювати діяльність поступово, а також розподіляти інвестиції на більш тривалий період.

Спільні підприємства (СП, joint ventures) створюються, коли не менше двох компаній домовляються про спільну діяльність через створену компанію, яка є юридично відокремленою від материнських компаній і завданням якої є підтримка взаємних інтересів засновників. Спільне підприємство є власністю компаній-засновників у співвідношенні, про яке вони домовились між собою.

Створення спільних підприємств надає фірмі такі переваги: спрощується можливість проникнення на нові ринки; відбувається диверсифікація ризиків (розподіл ризиків між учасниками СП); здійснюється обмін знаннями і досвідом; виникає синергічний ефект і з'являються конкурентні переваги.

Існує три типи управління спільним підприємством. По-перше, спільне управління створеним підприємством можуть здійснювати самі компанії-засновники. При цьому кожна компанія призначає на ключові посади у спільному підприємстві своїх представників, які мають звітуватись перед материнськими компаніями. По-друге, одна із материнських компаній може взяти на себе основну відповідальність за діяльність спільного підприємства. По-третє, для управління спільним підприємством можуть бути найняті незалежні менеджери. Третій підхід виглядає найбільш доцільним, оскільки незалежні менеджери концентрують зусилля на тому, що дає вигоду спільному підприємству, а не прагнуть підіграти керівництву компаній-засновників.

Кількість спільних підприємств швидко збільшується в умовах радикальних перетворень у сфері технологій, засобів телекомунікації та урядової політики різних країн — змін, які перевершують здатність кожної окремо взятої міжнародної компанії повною мірою використувати власні можливості.

7.4. Фактори, що впливають на прямі іноземні інвестиції

Складність світової економіки, а також різноманіття можливостей, що відкриваються перед компаніями в різних країнах, приводить до того, що компанії часто приймають рішення про використання прямого інвестування капіталу як способу виходу на міжнародний ринок. При цьому рішення про прямі іноземні інвестиції залежить від багатьох факторів, які можуть бути віднесені до трьох категорій: фактори попиту, фактори пропозиції та політичні фактори (табл. 7.1).

Таблиця 7.1

ФАКТОРИ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА УХВАЛЕННЯ РІШЕНЬ СТОСОВНО ПРЯМИХ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ

Фактори пропозиції	Фактори попиту	Політичні фактори
Витрати на виробництво	Доступ споживачів до товарів (послуг) компанії	Можливість обійти торговельні обмеження
Логістика	Маркетингові переваги	Фактори, що стимулюють економічне зростання
Наявність ресурсів	Використання конкурентних переваг	
Доступ до технологій	Мобільність замовників	

7.4.1. ФАКТОРИ ПРОПОЗИЦІЙ

Прийняття в компанії рішення про використання прямого інвестування капіталу як способу виходу на міжнародний ринок залежить насамперед від факторів пропозиції, серед яких слід зосередити увагу на витратах на виробництво, логістику, наявність природних ресурсів і доступ до основних технологій.

Витрати на виробництво. У багатьох випадках компанії ухвалюють рішення щодо прямих іноземних інвестицій, керуючись необхідністю зниження витрат на виробництво продукції. Розміщення підприємств за кордоном може виявитися більш вигідним порівняно з їхнім розміщенням у рідній країні в результаті нижчих цін на земельні ділянки, більш низьких податкових ставок і орендної плати за використання нерухомості в комерційних цілях або через наявність більш дешевої кваліфікованої або некваліфікованої робочої сили.

Наприклад, компанія Novolabs, невелика німецька компанія з розробки програмного забезпечення, перенесла більшу частину своєї діяльності з випуску програмних продуктів до м. Новосибірськ (Росія). У цьому сибірському місті компанія Novolabs скористалася можливістю найняти висококваліфікованих, талановитих програмістів за плату, рівну одній третині від заробітної плати фахівців цієї категорії, що працюють у головному офісі компанії в Дюссельдорфі. У такий же спосіб Gumsung Plastics, невелика сімейна корейська компанія, інвестувала 8 млн дол. США у відкриття підприємства з виробництва пластикових корпусів для телевізорів і комп'ютерних моніторів у м. Мехікалі (Мексика). Це дозволило компанії скоротити витрати на робочу силу на дві третини. Багато компаній прагнуть розміщувати свої потужності в Гонконзі, щоб мати можливість наймати кваліфікованих робітників цієї країни, а також одержати доступ до дешевої робочої сили Китаю.

Логістика. Рішення про випуск продукції за кордоном замість її експорту може бути прийняте компанією у випадку, коли експорт вимагає більших транспортних витрат. Наприклад, компанія Heineken інтенсивно використовує прямі іноземні інвестиції як частину стратегії інтернаціоналізації діяльності, оскільки її продукція складається значною мірою з води. Приготування напоїв, що випускаються компанією, недалеко від місць проживання іноземних споживачів цієї продукції обходиться компанії набагато дешевше, ніж перевезення напоїв з пивоварних заводів, розташованих у Нідерландах.

Іноземні компанії також часто вкладають капітал у країнах, в яких ведуть бізнес, для того щоб скоротити витрати на збут продукції. Наприклад, компанія Citrovita, бразильський виробник концентрату апельсинового соку, зберігає і здійснює збут продукції через термінал у порту Антверпен, замість того, щоб поставляти цю продукцію прямо до продовольчих магазинів країн Європи безпосередньо з Бразилії. Це дозволяє компанії Citrovita скористатися перевагами низьких тарифів на перевезення продукції у нерозфасованому вигляді морським транспортом із Бразилії до цього бельгійського порту. Після доставки про-

дукції в Антверпен на терміналі компанії здійснюється розфасовка концентрату соку і його доставка замовникам у таких європейських країнах, як Франція, Німеччина та країни Бенілюксу.

Нааявність природних ресурсів. Компанії можуть використовувати прямі іноземні інвестиції для одержання доступу до ресурсів, які мають найважливіше значення для їхньої діяльності. Наприклад, через скорочення видобутку нафти в США багато американських нафтових компаній були змушені вкласти великі кошти на придбання прав на видобуток нафти у різних регіонах світу. Часто міжнародні компанії ведуть переговори з урядами країн, у яких вони ведуть бізнес-діяльність, про одержання доступу до сировинних матеріалів в обмін на прямі іноземні інвестиції.

Наприклад, компанія Ayala Corporation з Маніли побудувала кілька заводів з випуску консервів з тунця на індонезійському острові Сулавесі. Будівництво цих заводів стало одним з пунктів договору з урядом Індонезії про дозвіл філіппінським риболовним кораблям, що базуються на південному філіппінському острові Мінданао, ловити рибу в індонезійських територіальних водах. Ця угода принесла вигоду обом країнам: більш ніж 8 тис. жителів Філіппін та Індонезії працюють на дев'яти консервних заводах і 600 рибальських кораблях. Реалізація цієї угоди дозволяє щорічно експортувати продукцію з тунця на 24 млн дол. до країн Північної Америки та Європи.

Доступ до ключових технологій. Одержання доступу до технологій-це ще один стимул для прямих іноземних інвестицій. Для компанії може виявитися вигіднішим придбання частки власності в існуючій компанії, ніж формування власної групи фахівців для розробки або відтворення нової технології. Наприклад, багато швейцарських виробників фармацевтичних препаратів використовували інвестиції в невеликі американські біогенетичні компанії як недорогий спосіб одержання доступу до сучасних біотехнологій. У такий же спосіб в 90-ті роки тайванська компанія Acer Inc., виробник персональних комп'ютерів і робочих станцій, за 100 млн дол. придбала дві комп'ютерні компанії, розташовані в «Силіконової долині», розраховуючи використати їхні технології й мережі збуту для різкого збільшення частки Acer Inc. на американському ринку персональних комп'ютерів.

7.4.2. ФАКТОРИ ПОПИТУ

Використання прямих іноземних інвестицій як спосіб виходу на міжнародний ринок може мати в основі необхідність розширення ринку збуту продукції, яку випускає компанія. До факторів попиту, що стимулюють ПІІ, належать доступ споживачів до товарів або послуг

компанії, маркетингові переваги, використання конкурентних переваг і мобільність замовників.

Доступ споживачів до товарів або послуг компанії. Багато видів міжнародної комерційної діяльності вимагають фізичної присутності компанії на ринку. Наприклад, ресторани швидкого обслуговування і підприємства роздрібною торгівлі повинні забезпечувати споживачам зручний доступ у торговельні зали (ця необхідність впливає з елементарних міркувань, продиктованих конкурентною боротьбою з іншими компаніями аналогічного профілю). Компанія KFC з ресторанів, розташованих у США, не має можливості доставляти тільки-но приготованих смажених курчат японським споживачам. Для того щоб задовольнити попит японських споживачів, компанія змушена відкрити свої ресторани на території Японії. Так само успіх компанії ІКЕА у розширенні клієнтської бази за межі внутрішнього ринку Швеції обумовлений відкриттям ряду нових торговельних точок у різних країнах світу.

Маркетингові переваги. Прямі іноземні інвестиції можуть забезпечити компанії маркетингові переваги кількох типів. Фізична присутність підприємства на території країни може збільшити «візуальну присутність» продукції іноземної компанії на ринку країни, у якій ця компанія веде бізнес. Крім того, іноземна компанія може скористатись із патріотичної орієнтації місцевих споживачів на купівлю продукції, зробленої на території країни. Наприклад, за допомогою розміщення рекламних оголошень у таких журналах, як «Time» і «Sports Illustrated», компанія Toyota зробила широко відомим сприятливий вплив своїх американських підприємств на економіку США.

Крім того, компанії можуть вдаватися до прямих іноземних інвестицій з метою поліпшення обслуговування споживачів. Керівництво тайванської компанії Delta Products, яка виробляє батарейні джерела живлення для портативних комп'ютерів, було стурбовано тим, що компанія не в змозі оперативно і гнучко реагувати на зміни запитів американських споживачів, випускаючи для них продукцію на підприємствах у Китаї й Таїланді. Як сказав один з керівників компанії, «якщо ваше підприємство побудоване на Далекому Сході, це занадто далеко. Останні модифікації неможливо впровадити в конструкцію виробу, який уже перебуває на кораблі, що перетинає океан». У результаті з метою поліпшення обслуговування американських споживачів компанія Delta перенесла частину виробничих потужностей на мексиканське підприємство, розташоване безпосередньо біля кордону, недалеко від американського містечка Ногалес (штат Арізона).

Використання конкурентних переваг. Прямі іноземні інвестиції можуть виявитися кращим способом використання компаніїю наявних у неї

конкурентних переваг. Компанія, що володіє цінною торговою маркою, фірмовою назвою або технологією, може віддати перевагу здійсненню діяльності безпосередньо в інших країнах замість експорту продукції до цих країн.

У багатьох випадках остаточне рішення з цього питання залежить від характеру продукту. Наприклад, компанія Pari Mutuel Urbain (PMU) управляє роботою 7 тис. тоталізаторів, розташованих у Європі. Для цього в компанії була розроблена оригінальна мережа, що складається з комп'ютерів, терміналів і засобів супутниковому зв'язку, що зробило її сьомою за величиною французькою сервісною компанією, щорічний обсяг продажів якої становить 6 млрд дол. США Успішне використання сучасних комунікаційних технологій для задоволення потреб любителів перегонів дозволило збільшити обсяг ділових операцій, здійснюваних компанією у Франції, на 25 %, а також розширити мережу тоталізаторів на територію Швейцарії й Монако.

Мобільність замовників. Мотивом для інвестиційної діяльності компанії за кордоном можуть послужити прямі іноземні інвестиції її замовників або клієнтів. Якщо один із замовників компанії буде підприємство на території певної закордонної країни, керівництвом компанії може бути ухвалене рішення про розміщення нового підприємства поблизу, забезпечуючи цим можливість і надалі швидко та у строк здійснювати поставки своєї продукції на адресу замовника.

Не менш важливим є також той факт, що відкриття нового підприємства недалеко від підприємства-замовника скорочує імовірність того, що конкуруюча компанія із закордонної країни вступить у гру і переманить замовника на свою сторону. Наприклад, деякі японські автомобілебудівні компанії побудували нові підприємства зі складання автомобілів на території США. У відповідь на це японські постачальники, що забезпечують ці компанії необхідними деталями, відкрили в цій країні свої виробничі підприємства, склади і науково-дослідні центри. Необхідність розміщення виробничих потужностей на території Сполучених Штатів була обумовлена використанням у цих компаніях методу управління матеріальними запасами, що має назву «точно вчасно» (just-in-time). Використання методу just-in-time передбачає мінімізацію обсягів деталей, що зберігаються на складальному підприємстві, що ставить у край невідгдане становище постачальників, потужності яких розміщені в Японії. Аналогічно після того, як у компанії Samsung було ухвалене рішення про будівництво нового заводу з виробництва побутової електроніки на північному сході Англії, шість корейських постачальників компанії також відкрили свої підприємства поблизу.

7.4.3. ПОЛІТИЧНІ ФАКТОРИ

Політичні фактори також можуть відіграти свою роль у прийнятті компанією рішення використовувати прямі іноземні інвестиції для виходу на міжнародний ринок. Компанія може інвестувати капітал в іншу країну для того, щоб обійти торгові обмеження, що накладаються цією країною або щоб скористатися перспективами економічного зростання даної країни.

Можливість обійти торгові обмеження. У багатьох випадках компанії будують свої підприємства на території інших країн, щоб обійти існуючі обмеження на експорт продукції в ці країни. Наприклад, наприкінці 90-х років компанія Fuji Photo Film Company інвестувала 200 млн дол. США у будівництво комплексу виробничих підприємств з випуску фотоплівки, яка призначалась для продажу на американському ринку, у Грінвуді (штат Південна Кароліна). Раніше фотоплівка постачалася американським споживачам з підприємств, розташованих у Нідерландах і Японії. Виробництво фотоплівки в США замість її експорту до країни дозволило компанії Fuji уникнути сплати 3,7 % тарифу на ввіз фотоплівки, встановленого урядом США, а також спростувати обвинувачення, висунуті компанією Kodak на адресу Fuji у незаконному продажу японської фотоплівки на ринку США за демпінговими цінами.

Фактори, що стимулюють економічне зростання. Більшість демократично обраних органів влади (місцевих, регіональних або державних) зацікавлені у забезпеченні економічного добробуту своїх громадян, які є їх виборцями. Уряди багатьох країн пропонують компаніям пільги, покликані схилити фірми до розміщення нових підприємств у межах їх юрисдикції. Пільги, пропонувані компанії урядом та іншими органами влади країни, можуть стати важливим каталізатором процесу прямих іноземних інвестицій.

У число таких пільг входить низька плата за комунальні послуги, програми підготовки робітників і службовців, удосконалювання інфраструктури (наприклад, будівництво нових шосе або залізниць), а також зниження податків або тимчасове звільнення від сплати податків. Часто багатонаціональні корпорації дістають вигоду із суперництва, яке розгорається між органами влади в різних адміністративних одиницях тієї або іншої країни за одержання права на укладання контрактів з іноземними компаніями, які створили б на їхній території нові робочі місця. Наприклад, уряд штату Алабама погодився надати компанії Hyundai пільги на суму 118,5 млн дол. США, щоб компанія побудувала на території штату своє підприємство, на якому буде зайнято 2 тис. робітників. Подібний перебіг подій мав місце у 2003 р., коли

компанія Toyota оголосила про намір побудувати на території США новий завод зі складання вантажних автомобілів малої вантажопідйомності. Цей завод було вирішено розмістити в Санантоніо після того, як уряд штату Техас запропонував компанії Toyota пільги на суму 133 млн дол. США. До складу цих пільг увійшло будівництво нової залізничної колії, підготовка працівників, оплата видатків на підготовку місця для будівництва заводу, а також податкові знижки.

7.5. Законодавче регулювання інвестиційної діяльності в Україні

Загальні принципи, порядок і умови здійснення іноземного інвестування на території України регулюються законами України «Про інвестиційну діяльність», «Про захист іноземних інвестицій на Україні», «Про режим іноземного інвестування», «Про зовнішньоекономічну діяльність».

Законодавство України надає іноземному інвестору широкі можливості у виборі об'єкта інвестування, видів інвестицій, залучення інших учасників до реалізації інвестиційних проектів. Так, у ст. 2 Закону України «Про режим іноземного інвестування» міститься перелік (причому він не є вичерпним) тих цінностей, які можуть за певних умов мати статус іноземної інвестиції.

До таких цінностей, зокрема, належать конвертована іноземна валюта, національна валюта України при реінвестуванні, будь-яке рухоме і нерухоме майно та пов'язані з ним майнові права, цінні папери та корпоративні права, які виражені в конвертованій валюті, грошові вимоги і права вимоги виконання договірних зобов'язань, які гарантовані першокласними банками і мають вартість у конвертованій валюті, підтверджену згідно з законами (процедурами) країни інвестора або міжнародними торговельними звичаями, будь-які права інтелектуальної власності, вартість яких у конвертованій валюті підтверджена згідно з законами (процедурами) країни інвестора або міжнародними торговельними звичаями, а також підтверджена експертною оцінкою в Україні, включаючи легалізовані на території України авторські права, права на винаходи, корисні моделі, промислові зразки, знаки для товарів і послуг, ноу-хау тощо, права на здійснення господарської діяльності, включаючи права на користування надрами і використання природних ресурсів, наданих відповідно до законодавства або договорів,

вартість яких у конвертованій валюті підтверджена згідно з законами (процедурами) країни інвестора або міжнародними торговельними звичаями, інші цінності відповідно до законодавства України.

Іноземні інвестори практично не обмежені у формах та об'єктах інвестування. Інвестиції можуть здійснюватися у формах участі в підприємствах (їх створення), придбання частки уже діючих підприємств, створення філій або інших відокремлених підрозділів іноземних юридичних осіб, придбання нерухомого чи рухомого майна, цінних паперів, придбання прав на користування землею та використання природних ресурсів на території України, придбання інших майнових прав, здійснення господарської діяльності на основі угод про розподіл продукції, в інших формах, які не заборонені законами України.

Як зазначено у ст. 4 Закону України «Про режим іноземного інвестування», іноземні інвестиції можуть вкладатися в будь-які об'єкти, інвестування, в які не заборонено законами України. Згаданий Закон не містить тлумачення поняття об'єктів іноземного інвестування, водночас і не дозволяє інвестувати в об'єкти, інвестування в які заборонено законом.

Відповідно до ст. 4 Закону України «Про інвестиційну діяльність», який має застосовуватись як загальний закон, що регулює порядок здійснення інвестиційної діяльності, об'єктами інвестиційної діяльності може бути будь-яке майно, зокрема, основні фонди та обігові кошти в усіх галузях та сферах народного господарства, цінні папери, цільові грошові вклади, науково-технічна продукція, інтелектуальні цінності, інші об'єкти власності, а також майнові права. Забороняється інвестування в об'єкти, створення і використання яких не відповідає вимогам санітарно-гігієнічних, радіаційних, екологічних, архітектурних та інших норм, встановлених законодавством України, а також порушує права та інтереси громадян, юридичних осіб і держави, що охороняються законом.

Держава надає іноземним інвесторам низку гарантій при здійсненні ними інвестиційної діяльності. Ці гарантії включають гарантії у разі зміни законодавства щодо захисту іноземних інвестицій, обмеження примусових вилучень, право на відшкодування збитків іноземним інвесторам, завданих їм внаслідок дій, бездіяльності або неналежного виконання державними органами України чи їх посадовими особами передбачених законодавством обов'язків щодо іноземного інвестора або підприємства з іноземними інвестиціями.

Особливу увагу іноземні інвесторів привертають норми, що встановлюють гарантії у разі припинення інвестиційної діяльності та у випадку переказу доходів, одержаних внаслідок здійснення іноземних інвестицій. Відповідно до ст. 11 Закону України «Про режим іноземного інвестування» у разі припинення інвестиційної діяльності іноземний інвестор має

право на повернення своїх інвестицій у натуральній формі або у валюті інвестування в сумі фактичного внеску без сплати мита.

Іноземним інвесторам також гарантується безперешкодний і негайний переказ за кордон їх прибутків, доходів та інших коштів в іноземній валюті, одержаних на законних підставах внаслідок здійснення іноземних інвестицій (ст. 12 згаданого Закону). Однак у Законі України «Про режим іноземного інвестування» міститься норма, відповідно до якої незареєстровані іноземні інвестиції не дають права на одержання пільг і гарантій, передбачених цим законом.

Таким чином, усім комплексом пільг і гарантій, включаючи право на безперешкодну репатріацію прибутків від здійснення інвестиційної діяльності на території України та право на безперешкодне повернення своєї інвестиції, іноземний інвестор зможе скористатися лише у тому випадку, коли буде дотримано низку вимог чинного законодавства, зокрема, щодо видів і форми здійснення іноземних інвестицій, державної реєстрації такої інвестиції.

Відповідно до Закону України «Про режим іноземного інвестування» іноземною інвестицією слід вважати цінності, що вкладаються іноземними інвесторами в об'єкти інвестиційної діяльності відповідно до законодавства України з метою одержання прибутку або досягнення соціального ефекту. Іноземною інвестицією може бути визнано не будь-яке майно, а лише те, яке вкладається іноземним інвестором з конкретною метою: з метою одержання прибутку від здійснення інвестування або з метою досягнення соціального ефекту. Таким чином, не будь-яке вкладення капіталу іноземцями на території України вважатиметься іноземною інвестицією.

Юристи-практики звертають увагу, що державні органи норми законодавства України трактують таким чином, що інвестиція має бути прибутковою насамперед для держави та її резидентів. Наслідком залучення інвестицій в економіку будь-якої держави є створення нових виробничих потужностей, зростання кількості робочих місць, інтенсифікація виробництва, що врешті-решт зазвичай збільшує надходження до бюджету держави у вигляді податків. З позиції юридичної техніки відстежити пряму залежність між прибутком (доходом) держави і здійсненням інвестиції не виявляється можливим. Тому не можна стверджувати, що іноземний інвестор має надати докази того, що його інвестиція обов'язково має принести прибуток резидентам України чи державі загалом.

З другого боку, держава стимулює інвестора здійснювати довгострокові капіталовкладення саме в ті об'єкти промисловості, сільськогосподарства, транспорту тощо, функціонування яких приносить прибуток або матиме соціальне значення. Тому, скажімо, вкладення

нерезидентом коштів у придбання квартири або автомобіля для власних потреб не може бути визнане іноземною інвестицією. Натомість розміщення депозиту в українському банку слід вважати іноземною інвестицією навіть у тому випадку, якщо банк не одержить прибутку від розміщення вкладених коштів.

У контексті питання про реалізацію іноземних інвестицій в Україні слід звернути увагу на деякі нюанси валютного регулювання перерахування доходів від здійснення інвестиційної діяльності за кордон, а також повернення коштів, які були вкладені інвестором в об'єкти на території України. Іноземному інвестору держава гарантує повернення іноземної інвестиції у разі припинення інвестиційної діяльності, а також безперешкодний і негайний переказ за кордон прибутків, одержаних від здійснення іноземної інвестиції. Ці гарантії діють за умови державної реєстрації інвестиції.

у разі повернення інвестованих коштів і репатріації прибутків за кордон іноземні інвестори мають керуватися положеннями декрету Кабінету Міністрів України «Про систему валютного регулювання і валютного контролю», Інструкцією про порядок відкриття, використання і закриття рахунків у національній та іноземних валютах, затвердженою постановою НБУ від 12 листопада 2003 р. № 492 і Правилами здійснення операцій на міжбанківському валютному ринку, затвердженими постановою НБУ від 18 березня 1999 р. № 127.

Правила валютного регулювання є більш ліберальними порівняно з нормами Закону України «Про режим іноземного інвестування» і дозволяють банкам купувати валюту для нерезидента-інвестора, що має за мету повернути свою інвестицію або перерахувати доходи за кордон, навіть у тому випадку, якщо інвестор не подасть до банку копію інформаційного повідомлення про внесення іноземної інвестиції (документ, що підтверджує державну реєстрацію іноземної інвестиції). Однак у будь-якому випадку для повернення інвестиції та репатріації прибутку інвестор повинен буде надати довідку банку про фактичне надходження до України грошових коштів.



Контрольні запитання, завдання та проблеми для обговорення

1. Дайте визначення поняття «іноземні інвестиції».
2. Чим відрізняються прямі іноземні інвестиції від портфельних інвестицій?

3. Розкрийте сутність теорії конкурентних переваг.
4. Як в теорії інтернаціоналізації представлені проблеми здійснення іноземних інвестицій?
5. Розкрийте сутність еkleктичної теорії Даннінга щодо процесів міжнародної інвестиційної діяльності.
6. У яких формах існують прямі іноземні інвестиції?
7. Які переваги має стратегія будівництва нових підприємств з позиції залучення іноземних інвестицій?
8. Якими є визначальні критерії стратегії придбання існуючих підприємств за кордоном?
9. Назвіть основні ризики, що виникають за реалізації стратегії придбання діючих підприємств за кордоном.
10. Дайте визначення поняття «спільні підприємства» з іноземним капіталом.
11. Назвіть типи управління спільним підприємством.
12. Які фактори впливають на ухвалення рішень стосовно прямих іноземних інвестицій?



Тести

1. Міжнародні інвестиції — це:

- а) вкладення капіталу з метою сприяння отриманню підприємницького прибутку (доходу), і вкладення, які зумовлені довгостроковим економічним інтересом, забезпечують контроль інвестора над об'єктом інвестування;
- б) інвестиції, реалізація яких передбачає взаємодію учасників, які належать різним державам (резидентів і нерезидентів стосовно конкретної країни);
- в) різниця між обсягом надходження грошових коштів з-за кордону (через позики і продаж іноземним інвесторам фінансових активів) та обсягом вивозу капіталу у формі позик іноземним позичальникам чи купівлі фінансових активів зарубіжних емітентів;
- г) вкладення засобів виробництва з метою сприяння отриманню підприємницького прибутку (доходу), і вкладення, які зумовлені довгостроковим економічним інтересом, забезпечують контроль інвестора над об'єктом інвестування.

2. Прямі інвестиції — це:

- а) вкладення засобів виробництва з метою сприяння отриманню підприємницького прибутку (доходу), і вкладення, які зумовлені довгостроковим економічним інтересом, забезпечують контроль інвестора над об'єктом інвестування;

б) вкладення капіталу в цінні папери з метою отримання доходу (дивідендів); такі інвестиції не забезпечують реального контролю інвестора над об'єктом інвестування;

в) вкладення капіталу з метою сприяння отриманню підприємницького прибутку (доходу), і вкладення, які зумовлені довгостроковим економічним інтересом, забезпечують контроль інвестора над об'єктом інвестування;

г) вкладення в об'єкти інвестування, розміщені на території даної країни.

3. Портфельні інвестиції — це:

а) вкладення капіталу в цінні папери з метою отримання доходу (дивідендів); такі інвестиції забезпечують реальний контроль інвестора над об'єктом інвестування;

б) вкладення капіталу в акції з метою отримання доходу (дивідендів); такі інвестиції не забезпечують реального контролю інвестора над об'єктом інвестування;

в) вкладення капіталу в цінні папери з метою отримання доходу (дивідендів); такі інвестиції не забезпечують реального контролю інвестора над об'єктом інвестування;

г) вкладення засобів виробництва з метою сприяння отриманню підприємницького прибутку (доходу), і вкладення, які зумовлені довгостроковим економічним інтересом, забезпечують контроль інвестора над об'єктом інвестування.

4. Транзакційні витрати — це:

а) витрати на укладання угоди, тобто витрати, пов'язані з веденням переговорів з укладання контракту, відстеженням зазначених у ньому умов, а також приведенням контракту в дію;

б) витрати, величина яких не змінюється залежно від зміни обсягу випуску продукції і які фірма повинна сплачувати навіть тоді, коли вона нічого не виготовляє;

в) витрати, що визнаються в період їх здійснення та відображаються в обліку за рахунками витрат;

г) витрати, величина яких змінюється залежно від зміни обсягу випуску продукції і які фірма повинна сплачувати навіть тоді, коли вона нічого не виготовляє.

5. Універсальна теорія прямих іноземних інвестицій, що поєднує аналіз трьох аспектів ведення бізнесу на закордонних ринках: переваги від володіння цінними активами; переваги від розміщення виробництва за кордоном і переваги від інтерналізації процесу випуску продукції або надання послуг, — це:

а) еклектична теорія Даннінга;

б) теорія інтерналізації;

в) теорія конкурентних переваг;

г) теорія порівняльних переваг.

6. Підприємства, що базуються на спільному капіталі суб'єктів господарської діяльності України або іноземних суб'єктів господарської діяльності, на спільному управлінні та на спільному розподілі результатів та ризиків — це:

- а) транснаціональні корпорації;
- б) спільні підприємства;
- в) відкрите підприємство;
- г) закрите підприємство.

7. Придбання українським підприємством частки у статутному фонді спільного українсько-польського підприємства, розташованого і зареєстрованого на території Польщі, — це:

- а) іноземна інвестиція;
- б) зарубіжна інвестиція;
- в) внутрішня інвестиція;
- г) зовнішня інвестиція.

8. За сучасних умов превалює міжнародне інвестування:

- а) між розвиненими країнами і країнами, що розвиваються;
- б) між розвиненими країнами;
- в) між розвиненими країнами і країнами з перехідними економіками;
- г) між країнами, що розвиваються, і країнами з перехідними економіками.

9. Придбання українським підприємством 35% акцій російської компанії — це:

- а) пряма інвестиція;
- б) портфельна інвестиція;
- в) іноземна інвестиція;
- г) зарубіжна інвестиція;

10. Переваги, що пов'язані із володінням цінними активами, компанія, яка має конкурентні переваги, обумовлені наявністю тих чи інших цінних активів, може використовувати ці конкурентні переваги для проникнення на ринки інших країн за допомогою прямих іноземних інвестицій, — це:

- а) теорія інтерналізації;
- б) теорія відносних переваг;
- в) теорія порівняльних переваг;
- г) теорія конкурентних переваг.



Література

1. Гриффин Р., Пастей М. *Международный бизнес* / Гриффин Р., Пастей М.; пер.с англ. Медведева А.Г. — [4-е изд.]. — К. : Питер, 2006. — 1088 с. — (Серия «Классика MBA»).

2. Міжнародна інвестиційна діяльність: підручник / [Лук'яненко Д. Г., Гунський Б. В., Мозковий О. М. та ін.]; за ред. Д. Г. Лук'яненка. — К. : КНЕУ, 2003. — 387 с.
3. Міжнародна інвестиційна діяльність: підручник / [Сазонець І. Л., Джусов О. А., Сазонець О. М.]. — К. : Центр учбової літератури, 2007. — 304 с.
4. *Сазонець І. Л., Федорова В. А.* Інвестування: міжнародний аспект: навчальний посібник / І. Л. Сазонець, В. А. Федорова — К. : Центр учбової літератури, 2007. — 272 с.



Розділ

ЕФЕКТИВНІСТЬ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

8.1. Загальні теоретичні основи економічної ефективності зовнішньоекономічної діяльності

Згідно з загальнотеоретичними підходами до визначення ефективності найбільш широкою категорією є суспільна ефективність. Економічна ефективність господарського комплексу країни, ефективність суспільного виробництва, ефективність діяльності підприємства — є її складовими. При цьому економічну ефективність можна розглядати у різних аспектах: відповідно до елементів процесу відтворення (ефективність виробництва, обігу, споживання); відповідно до факторів виробничого процесу (ефективність використання основних засобів, оборотних коштів, робочої сили тощо); за територіальною ознакою та ін. Ефективність зовнішньоекономічної діяльності також розглядається як складова суспільної ефективності.

Ефективність зовнішньоекономічної діяльності як сукупність різних форм економічних відносин певної країни із закордонними партнерами оцінюється за трьома спрямуваннями, а саме: а) за рівнем управління — на рівні держави, окремого регіону, конкретного підприємства, його підрозділів; б) за видами діяльності — зовнішня торгівля, науково-технічне співробітництво, валютно-фінансова, інвестиційна діяльність, спільне підприємництво тощо; в) за часовим інтервалом — коротко-, середньо- і довгостроковий.

Відповідно до зазначеної належності кінцевий результат зовнішньоекономічної діяльності визначається з урахуванням таких аспектів аналізу:

- *інституційний аналіз*, який передбачає оцінку політичних, правових, організаційних умов здійснення зовнішньоекономічної діяльності;
- *комерційний аналіз* (аналіз ринку), який передбачає оцінку існуючої ринкової ситуації (насамперед попиту і цін) та оцінку імовірної зміни кон'юнктури; *технічний аналіз*, який передбачає вивчення сукупності прийомів, що дозволяють здійснити певну зовнішньоекономіч-

ну операцію або реалізувати проект та з'ясувати рівень досконалості технічного супроводження;

- *фінансовий аналіз*, який здійснюється з метою обґрунтування ефективності зовнішньоекономічної діяльності виходячи з інтересів власника;
- *економічний аналіз*, який відбувається через порівняння витрат і результатів і має за мету визначення користі, яку дістане суб'єкт зовнішньоекономічної діяльності, держава і суспільство у цілому у разі здійснення певного виду зовнішньоекономічної діяльності; до завдання такого аналізу входить також визначення ризику, з яким буде пов'язана зазначена діяльність;
- *соціальний аналіз*, який передбачає оцінку соціальних наслідків впливу зовнішньоекономічної діяльності;
- *екологічний аналіз*, за результатами якого робиться висновок про вплив певних зовнішньоекономічних операцій та проектів на навколишнє середовище і політику уряду щодо цього.

8.2. Оцінка ефективності зовнішньоекономічної діяльності на національному рівні

У наш час підвищення економічної ефективності зовнішньоекономічної діяльності країни досягається не одним якимсь спрямуванням у сфері міжнародного співробітництва, а їх сукупністю. На національному рівні оцінці підлягає зовнішньоторговельний ефект, науково-технічний ефект, ефект спеціалізації та кооперування, результат подолання дефіциту ресурсів, збереження ресурсів на майбутнє, підвищення іміджу країни на міжнародному рівні та ін.

На макроекономічному рівні визначається соціальна та економічна ефективність зовнішньоекономічної діяльності. *Соціальна ефективність* виявляється як вплив зовнішньоекономічних операцій на рівень життя населення, задоволення попиту споживачів, покращення структури ринку товарів та послуг. *Економічна ефективність* виявляється у тому, що потреби національної економіки задовольняються закупкою товарів за кордоном, при цьому валютна виручка, необхідна для здійснення імпорту, забезпечується за рахунок експорту товарів вітчизняних виробників.

Критерієм ефективності зовнішньоекономічної діяльності макrorівня є зростання національного доходу держави за рахунок збільшення частки вітчизняної експортної продукції.

Для оцінки ефективності зовнішньоекономічної діяльності виділяють дві групи показників: 1) узагальнюючі показники; і 2) показники окремих спрямувань діяльності.

Узагальнюючі показники дозволяють визначити рівень відкритості національної економіки, масштаби зовнішньоекономічної діяльності, її розвитку та збалансованість у часовому аспекті.

Показники окремих спрямувань діяльності характеризують вигідність угод у цілому та їх окремих елементів за певний інтервал. Такі показники можна застосовувати для оцінки ефективності зовнішньоекономічної діяльності країни у цілому, а також на рівні регіону та підприємства зокрема.

Оцінка ефективності зовнішньої торгівлі на рівні держави здійснюється за допомогою абсолютних та відносних показників. Основними абсолютними показниками, які характеризують зовнішню торгівлю країни, є такі: обсяги експорту, імпорту, зовнішньоторговельного обороту (загальна сума експорту та імпорту), зовнішньоекономічне сальдо (вартість експорту за мінусом вартості імпорту). На їх основі визначаються найважливіші відносні показники, насамперед це експортна квота, імпортна квота та коефіцієнт зовнішньоторговельного обороту.

1. *Експортна квота* K_e — відношення величини обсягу експорту O_e до валового внутрішнього продукту $ВВП$:

$$K_e = \frac{O_e}{ВВП}. \quad (8.1)$$

2. *Імпортна квота* K_i — відношення величини обсягу імпорту O_i до валового внутрішнього продукту $ВВП$:

$$K_i = \frac{O_i}{ВВП}. \quad (8.2)$$

3. *Коефіцієнт зовнішньоторговельного обороту* $K_{зто}$ — відношення величини суми експорту O_e та імпорту O_i , що у сумі утворюють зовнішньоторговельний оборот $O_{зто}$ до валового внутрішнього продукту $ВВП$:

$$K_{зто} = \frac{O_e + O_i}{ВВП} = \frac{O_{зто}}{ВВП}. \quad (8.3)$$

Для поглибленої аналітики використовується прийом співвідношення індексів, а саме: а) індексу зовнішньоторговельного обороту $I_{зто}$ та б) індексу ВВП $I_{ВВП}$. За результатами цієї дії обчислюється *коефіцієнт співвідношення індексів* $K_{зто} / I_{ВВП}$:

$$K_{\text{ЗТО} / \text{ВВП}} = \frac{I_{\text{ЗТО}}}{I_{\text{ВВП}}} \quad (8.4)$$

До загальних показників, які відображають роль зовнішньоекономічного фактора в національній економіці, можна віднести також *показник зовнішньоторговельного обороту на душу населення*.

З метою визначення значимості експорту та імпорту для національної економіки та оцінки ефективності міжнародної економічної діяльності країни додатково здійснюється аналіз складу зовнішньоторговельного обороту. Це насамперед показник співвідношення динаміки експорту та імпорту — коефіцієнт випередження / зниження $K_{\text{вип} / \text{зниж}}$:

$$K_{\text{вип} / \text{зниж}} = \frac{I_e}{I_i}, \quad (8.5)$$

де I_e — індекс експорту; I_i — індекс імпорту.

Крім того, застосовується обчислення *індексу умов торгівлі* $I_{y.m}$ як співвідношення індексів середніх цін експорту $\overline{I_{\text{ец}}}$ та імпорту $\overline{I_{\text{іц}}}$:

$$I_{y.t.} = \frac{\overline{I_{\text{ец}}}}{\overline{I_{\text{іц}}}} \quad (8.6)$$

При $I_{y.m} < 1$ умови торгівлі з позиції здійснення зовнішньоторговельної діяльності — несприятливі; при $I_{y.m} > 1$ — сприятливі. Відмінністю цього показника є те, що він не пов'язаний із сальдо торгового балансу — при від'ємному сальдо індекс умов торгівлі може бути більше або менше 1 (або 100 %). Також цей показник дозволяє визначити, як позначилась зміна цін на величину вартості експорту та імпорту товарів.

8.3. Показники валютної ефективності експорту / імпорту

Для оцінки валютної ефективності експорту застосовується інструментарій аналітики, який дозволяє обчислити такі показники:

1. *Гранично допустимі витрати на експорт* товарів за відомої зовнішньоторговельної ціни $V_{\text{е.границ.припуст.}}$:

$$V_{e, \text{гранич.припуст.}} = V_{H_e} \times K_v \times K_{kv}, \quad (8.7)$$

де V_{H_e} — валютні надходження (обсяг продажу товарів за кордоном — сума експорту); K_v — коефіцієнт цінності валюти (купівельної спроможності валютних надходжень); K_{kv} — коефіцієнт кредитного впливу, якщо угода відбувалась за умов надання кредиту.

2. *Національна ефективність експорту або інакше валютна ефективність експорту* E_{ve} . Цей показник визначається як відношення гранично допустимих витрат, пов'язаних з експортом товарів за відомої зовнішньоторговельної ціни $V_{e, \text{гранич.припуст.}}$ і реальних експортних витрат V_e :

$$E_{ve} = \frac{V_{H_e} \times K_v \times K_{kv}}{V_e} = \frac{V_{e, \text{гранич. припуст.}}}{V_e}. \quad (8.8)$$

3. *Валютний ефект від експортних операцій в абсолютному значенні* E_{ve} визначається як різниця між зазначеними показниками:

$$E_{ve} = V_{H_e} \times K_v \times K_{kv} - V_e \text{ або } E_{ve} = V_{e, \text{гранич.припуст.}} - V_e. \quad (8.9)$$

4. *Ефективність виробництва експортної продукції* $E_{vir, e}$ визначається як співвідношення експортної ціни C_e і відповідних витрат:

$$E_{vir, e} = \frac{C_e}{V_e}. \quad (8.10)$$

Виробництво продукції на експорт є вигідним при $E_{vir, e} \geq 1$.

Здійснюючи оцінку валютної ефективності імпорту, використовують такі показники.

1. *Гранично допустима вартість імпортової продукції* $V_{i, \text{гранич.припуст.}}$. Вартість імпортової продукції оцінюють за критерієм її максимально допустимої величини, враховуючи таке: а) імовірні витрати $V_{i, \text{мов.в.}}$, ті, які б були здійснені у випадку виробництва товарів всередині країни; б) коефіцієнт цінності валюти K_v ; в) коефіцієнт кредитного впливу K_{kv} :

$$V_{i, \text{гранич.припуст.}} = V_{i, \text{мов.в.}} \times K_v \times K_{kv}. \quad (8.11)$$

Інколи зазначений показник визначається з урахуванням коефіцієнту якості продукції імпортного товару $K_{як}$:

$$V_{i, \text{гранич.припуст.}} = V_{i, \text{мов.в.}} \times K_v \times K_{kv} \times K_{як}. \quad (8.12)$$

2. *Національна ефективність операцій, пов'язаних з імпортом, або валютна ефективність імпорту E_{vi}* . Цей показник визначається як відношення реальних витрат V_i , пов'язаних з імпортом та гранично допустимих витрат на імпорт товарів за відомої зовнішньоторговельної ціни:

$$E_{vi} = \frac{V_i}{V_{\text{імов.в.}} \times K_{\text{в}} \times K_{\text{кв}}} = \frac{V_i}{V_i \text{ гранич. припуст.}} \quad (8.13)$$

3. *Валютний ефект від імпорту в абсолютному значенні* визначається як різниця між зазначеними показниками:

$$E_{vi} = V_i - V_{\text{імов.в.}} \times K_{\text{в}} \times K_{\text{кв}} = V_i - V_i \text{ гранич. припуст.} \quad (8.14)$$

4. *Економічна ефективність імпорту, обчислену на підставі цінового зіставлення*. Цей показник визначається залежно від призначення продукції, що ввозиться, а саме: а) для товарів виробничого призначення; і б) для товарів народного споживання.

При визначенні економічної ефективності імпорту для товарів виробничого призначення обчислюють два показника ефективності E_{i1} та E_{i2} і порівнюють їх. Якщо $E_{i1} > 1$ та $E_{i2} > 1$ — імпорт вважається доцільним. Методика розрахунків така:

$$E_{i1} = \frac{Ц_{\text{покуп}}}{Ц_{\text{повна}}}, \quad (8.15)$$

$$E_{i2} = \frac{O}{V_i}, \quad (8.16)$$

де $Ц_{\text{покуп}}$ — покупна ціна імпортного обладнання; $Ц_{\text{повна}}$ — повна ціна споживання імпортного обладнання з урахуванням експлуатаційних витрат (вартість сировини та матеріалів, що витрачаються при виготовленні продукції на імпортному обладнанні, вартість ремонту обладнання, вартість запасних частин, заробітна плата робітників, що обслуговують обладнання); O — обсяг продукції, що може бути отриманий при експлуатації обладнання; V_i — витрати на імпорт обладнання.

При визначенні економічної ефективності імпорту для товарів народного споживання ціна реалізації товарів на внутрішньому ринку $Ц_p$ належать до витрат, пов'язаних з імпортом V_i :

$$E_i = \frac{Ц_p}{V_i}. \quad (8.17)$$

Для обґрунтування перспективних напрямів стосовно змін товарної та географічної структури зовнішньої торгівлі широко використовуються показники валютної ефективності експорту / імпорту товарів. Ефект від зовнішньоторговельних операцій $E_{\text{зто}}$ визначається як різниця між двома показниками витрат, по-перше, витрат, пов'язаних з експортними операціями, по-друге — з імпортними:

$$E_{\text{зто}} = V_e - V_i, \quad (8.18)$$

де V_e — витрати на виробництво експортної продукції; V_i — витрати на вітчизняне виробництво товарів, що імпортуються.

Якщо витрати на національне виробництво продукції, яку передбачається одержати по імпорту, більші, ніж витрати на виробництво товарів, що експортуються ($V_i > V_e$), то такий зовнішньоторговельний обмін буде економічно вигідним. Те саме можна показати за допомогою відносного показника коефіцієнта $kE_{\text{зто}}$, обчислення якого може здійснюватися в узагальненому вигляді та розширеному:

$$kE_{\text{зто}} = \frac{B_{i.\text{гранич.припуст.}}}{B_{e.\text{гранич.припуст.}}} = \frac{V_{\text{імов.в.}} \times K_{\text{в}} \times K_{\text{кв}} \times K_{\text{як}}}{(V_{\text{н.е}} \times K_{\text{в}} \times K_{\text{кв}}) - \text{ПДВ} + \text{ЕМ}}, \quad (8.19)$$

де ПДВ — податок на додану вартість; ЕМ — експортне мито.

8.4. Показники бюджетної ефективності зовнішньої торгівлі

1. *Бюджетна ефективність експорту* $E_{\text{б.е}}$ визначається як частка від ділення вартості обсягу експорту O_e на вартість цих товарів за цінами внутрішнього ринку з урахуванням транспортних та інших витрат з доставки товарів $O_{e.\text{вн.ц}}$:

$$\frac{O_e}{O_{e.\text{вн.ц}}}. \quad (8.20)$$

2. *Бюджетна ефективність імпорту* $E_{\text{б.і}}$ визначається як частка від ділення вартості обсягу імпортного товару за цінами внутрішнього ринку $O_{i.\text{вн.ц}}$ на вартість цих товарів за цінами закупки на зовнішньому ринку O_i :

$$E_{б.і} = \frac{O_{i.вн.ц.}}{O_i} \quad (8.21)$$

3. В абсолютних значеннях ефект визначається як різниця відповідних показників:

- бюджетний ефект від експорту

$$E_{б.е} = O_e - O_{е.вн.ц.} \quad (8.22)$$

- бюджетний ефект від імпорту

$$E_{б.і} = O_{i.вн.ц.} - O_i \quad (8.23)$$

8.5. Принципи аналізу ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємств

Визначальні підходи до оцінки досконалості зовнішньоекономічної діяльності підприємств (всіх її видів) ґрунтуються на модифікації класичного принципу порівняльної переваги стосовно експорту-імпорту капіталу. З урахуванням сучасної специфіки міжнародних економічних відносин основними принципами є такі:

- принцип позабалансових витрат полягає у оцінці проектів зовнішньоторговельних угод не за бухгалтерськими витратами (balance cost), а за економічними, тобто з урахуванням позабалансових (неявних) витрат;

- принцип капіталізації дозволяє розглядати зовнішньоторговельні угоди як гру на відсоткових ставках (interest rate) держав, чії валюти задіяні у контрактах, і оцінювати їх дохідність за формулами простої і складної капіталізації, виходячи із вірогідності того, що експортер-імпортер не зможе забрати з проекту дохід до завершення проектних періодів;

- принцип дефляції дозволяє порівняти проекти зовнішньоторговельних угод не за номінальними, а за реальними показниками дохідності, які враховують інфляцію (індекс цін, середньорічний дефлятор) в країнах контрагентів;

- принцип дисконтування є необхідним при реалізації проектів зовнішньоторговельних угод, пов'язаних з довгостроковими іноземними інвестиціями, які варто здійснювати лише за позитивного значення чистої дисконтованої вартості (NPV — net present value);

• принцип арбітражування передбачає, що при проведенні зовнішньоторговельних операцій відсоткового арбітражування необхідно враховувати «ножиці» між відсотковими ставками і курсами валют держав контрагентів;

• принцип хеджування дозволяє перекладати валютний ризик на посередників шляхом укладання з ними ф'ючерсних і форвардних контрактів (futures, forward) або ділити ціновий ризик між постачальниками і замовниками через застосування опціонів (option).

Різноманітність зовнішньоекономічних операцій, що здійснюються перинними суб'єктами господарювання, передбачає можливість одержання ними результатів від міжнародної економічної діяльності у різних формах. Виділяють такі *основи форми прояву ефекту від зовнішньоекономічних операцій*:

1. *Зовнішньоторговельний ефект* — виявляється як реалізація переваг у міжнародних торговельних операціях, які утворюється на основі існуючих розбіжностей у рівні витрат виробництва певного товару, а отже, викликають відмінності структури цін і дозволяють дістати корисний результат від порівняння ціни виробника з ціною середньосвітового рівня.

2. *Науково-технічний ефект* — виявляється як сукупність ефектів, по-перше, ефекту безпосередньо від експорту / імпорту результатів науково-технічної діяльності; по-друге, від супутніх (емерджентних або резонансних) ефектів, зокрема, від формування наукомісткої спеціалізації виробника, можливості започаткування нових досліджень на основі попередніх, підвищення кваліфікації персоналу тощо.

3. *Ефект спеціалізації і кооперування*. Спеціалізація зумовлює стійкий економічний ефект завдяки принципам орієнтації на конкретного споживача та всебічного урахування його потреб. Кооперування забезпечує тривалий ефект від оптимізації господарської взаємодії учасників зовнішньоекономічних відносин в умовах наростання складності (товарної диверсифікації, індивідуалізації потреб, збільшень частки науково-технічної компоненти у споживній вартості товарів тощо) і виявляється передусім як економія витрат у розрахунку на одиницю продукції.

4. *Ефект переваг у часі*. При експорті виявляється як можливість одержання додаткового прибутку на основі підвищення цін на новітній товар, послугу або об'єкт інтелектуальної власності, збільшення сегмента зовнішнього ринку, на якому реалізується продукція фірми, посилення ринкової влади тощо; при імпорті — як можливість прискорення реконструкції або введення в дію нових виробничих потужностей підприємства, виготовлення та реалізації товарів споживчого

призначення з використанням закордонної сировини, комплектуючих частин тощо, застосування ліцензій, ноу-хау та ін. Визначення такого ефекту потребує використання методів дисконтування та врахування кредитного впливу.

5. *Ефект оптимізації ресурсів* — виявляється як можливість збільшення на зовнішньому та внутрішньому ринках обсягів товарів і послуг та підвищення їх якості за рахунок збалансованого поєднання матеріальних, трудових, інвестиційних, науково-технічних ресурсів як вітчизняних, так і залучених із-за кордону.

8.6. Основи методики аналізу ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємств

Аналіз ефективності зовнішньоекономічної діяльності має важливе значення для оцінки поточного економічного стану підприємства, перспектив його розвитку і попередження фінансових втрат. Він є невід'ємною та визначальною частиною загального аналізу зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Комплексний аналіз суб'єкта господарювання, який здійснює зовнішньоекономічну діяльність, передбачає таке: а) дослідження стану зовнішньоекономічної діяльності підприємства у цілому та його підрозділів; б) з'ясування рівня міжнародної конкурентоспроможності товарів, що експортуються; в) виявлення можливих резервів підвищення результативності зовнішньоекономічної діяльності; г) постановку проблеми щодо стратегії і тактики поведінки на зовнішньому ринку та розробку заходів з реалізації поставлених завдань.

Методика аналізу ефективності зовнішньоекономічних операцій насамперед передбачає: а) загальний аналіз дохідності підприємства за рахунок зовнішньоекономічної діяльності; б) аналіз виконання зобов'язань за зовнішньоекономічними операціями; в) аналіз ефективності віддачі на кошти, вкладені в експортні операції; г) аналіз ефективності імпорتنих операцій, зокрема, у випадку їх здійснення на умовах використання кредиту.

Основні положення методики аналізу ефективності зовнішньоекономічної діяльності на рівні суб'єктів господарювання аналогічні методичним підходам, що застосовуються для відповідного аналізу на макрорівні. Способом визначення ефективності зовнішньоекономічної діяльності є обчислення різних показників економічної ефективності

на основі зіставлення досягнутих економічних результатів із витратами ресурсів на їх досягнення.

Система показників економічної ефективності зовнішньоекономічної діяльності поділяється на дві групи:

- показники ефекту, які визначаються через абсолютні величини, що мають вартісний вимір та обчислюються як різниця між результатами і витратами;

- показники ефективності, які визначаються на основі віднесення результатів до витрат і, як правило, визначаються у відносних одиницях (відсотках та індексах).

При обчисленні цих показників важливо забезпечити *дотримання таких правил аналітики*:

- здійснювати найповніший облік усіх складових витрат і чітко визначення результатів, що дозволяє запобігти викривленню висновків стосовно оцінки ефективності проведених заходів;

- проводити порівняння з базовим варіантом — з ситуацією, яка мала місце до прийняття рішень, альтернативним підходом, який пропонується до впровадження одночасно з тим, що взятий до розгляду, ринковою ситуацією, станом відповідної діяльності конкурента;

- приводити витрати і результати до порівняльного стану за обсягом, якістю, часом та іншими параметрами.

Критерій доступності інформації, яка застосовується для проведення аналізу ефективності зовнішньоекономічної діяльності, зумовлює утворення певних підсистем (або рівнів обчислення) показників, а саме:

1. *На основі діючої бухгалтерської звітності* визначаються сума прибутку, рівень прибутку до загального обсягу продаж за кордоном, рентабельність експорту стосовно витрат на здійснення таких операцій та ін.

2. *На основі додаткової інформації у межах управлінського обліку* визначаються а) граничні (маржинальні) показники обсягів експорту, змінних витрат та прибутку у розрахунку на одиницю продукції або на одну поставку чи експортну операцію; б) гранична (маржинальна) рентабельність експорту товару (співвідношення граничного прибутку з граничними змінними витратами); в) точка беззбитковості товару, що екпортується (відношення постійних витрат до маржинального прибутку); г) точка беззбитковості для порівняння обсягів експорту з наявною виробничою потужністю підприємства та ін.

3. *На основі внутрішньої та зовнішньої інформації підприємства про стан реалізації конкретних товарів на міжнародному ринку* визначаються показники, які дозволяють обґрунтовувати стратегію зовнішньої діяльності підприємства, а саме: свідчать про наявність нових

продуктів, що задовольняють вимогам міжнародного ринку та про можливість започаткування нового напрямку в бізнесі.

Такий аналіз передбачає визначення альтернатив з позиції оцінки якості товарів, що існують на ринку і пропонуються підприємством, новизни продукції (а отже, ексклюзивності пропозиції), собівартості виробництва і, зокрема, умов доставки (як одного з найбільш значимих елементів у складі витрат), рівня задоволення потреб клієнтів, наявності добре організованої дилерської мережі, висококваліфікованого персоналу тощо.

8.7. Трансакційні витрати зовнішньоекономічної діяльності підприємств

Трансакційними називають витрати, які пов'язані зі здійсненням господарських угод і, зокрема, з реалізацією зовнішньоекономічних операцій. Збільшення трансакційних витрат негативно впливає на кінцевий результат, тому підприємства, які прагнуть забезпечення ефективності зовнішньоекономічної діяльності, мають додержуватись певних заходів щодо зниження їх рівня. Загальним принципом управління трансакційними витратами є не зменшення загальної суми видатків фірми на реалізацію зовнішньоекономічних угод, а *запобігання виникненню неефективних витрат* при здійсненні господарських операцій.

Величина трансакційних витрат залежить від рівня визначеності середовища — екзогенної (зовнішньої) та ендогенної (внутрішньої). *Екзогенна визначеність середовища* насамперед зумовлена 1) дією ринкових інститутів, які визначають загальні умови здійснення зовнішньоекономічних операцій та 2) дією урядових інститутів, властивих певним господарським макросистемам, що вступають у міжнародні економічні відносини.

Ендогенна визначеність середовища залежить від стратегії поведінки самих суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності. Найбільш суттєвими напрямками у системі заходів щодо зниження трансакційних витрат є такі:

- нагромадження інформації, щодо потенційних клієнтів, конкурентів, груп стратегічного впливу, яких при здійсненні зовнішньоекономічних трансакцій, можна розглядати як імовірних партнерів;
- правильний вибір каналів комунікацій (товаропросування може відбуватися через місцевого представника, шляхом створення філії в країні, куди експортується продукція тощо);

- ефективне проведення рекламних компаній;
- оптимізація роботи з посередниками: застосування стратегії «проштовхування» товару на ринку (посередники є пасивними учасниками переговорів) або застосування стратегії «привернення (залучення) споживача» (посередники є активними учасниками, а інколи й ініціаторами переговорів);
- удосконалення організаційних заходів — насамперед робота з так званою «корисною аудиторією» — робота з користувачами, які споживають товар, з радниками, які пропонують інформацію, здатну вплинути на вибір споживача, з прескрипторами, які визначають технічні характеристики товарів, що необхідно придбати, зі службами матеріального постачання підприємств, з особами, які контролюють рішення певних господарських підрозділів щодо придбання товарів, з керівниками — особами останньої інстанції та ін.;
- додержання правових нормативних актів, які регламентують підготовку та юридичне оформлення ринкових трансакцій.

8.8. Склад витрат при зовнішньоторговельних операціях підприємства

Елементи витрат зовнішньоторговельних операцій такі:

- *витрати на виробництво товару* V_v або *собівартість* C — є складовою витрат при експортних операціях;
- *витрати на закупівлю товарів* $V_{\text{закуп}}$ або *вартість їх придбання* — є складовою витрат при імпортних операціях;
- *витрати сировини, енергії, робочої сили* — *експлуатаційні витрати* $V_{\text{експл}}$. — є складовою витрат при імпортних операціях, що здійснюються, у випадках, коли підприємство купує за кордоном обладнання для власних потреб;
- *митні платежі та збори* V_m ;
- *транспортні (сукупні, або загальні) витрати* $V_{\text{тр.заг}}$. — включають власне витрати на перевезення відповідно до базисних умов поставки Інкотермс $V_{\text{тр.}}$, *вантажно-розвантажувальні витрати* $V_{\text{в.р.}}$ та *експедиційні витрати* $V_{\text{експед.}}$;
- *складські витрати* V_c ;
- *страхові витрати* $V_{\text{срахов.}}$;
- *витрати на укладання угод* $V_{\text{укл. угод}}$;
- *витрати, пов'язані з виконанням платіжно-розрахункових операцій* $V_{\text{п-р}}$;

• витрати на управління зовнішньоторговельною діяльністю, обслуговування операцій тощо $V_{упр.}^e$.

При експорті товарів витрати підприємства визначаються як сукупність таких складових:

$$V_{заг.}^e = V_b^e + V_{тр.заг.}^e + V_{ін.}^e \quad (8.24)$$

При імпорті товарів, що здійснюються з метою перепродажу на внутрішньому ринку, витрати підприємства включають такі складові:

$$V_{заг.}^i (\text{реаліз.}) = V_{закуп.}^i + V_{тр.заг.}^i + V_{ін.}^i \quad (8.25)$$

Якщо підприємство купує за кордоном сировину, комплектуючі деталі та інше для потреб власного виробництва, схема калькуляції витрат, пов'язаних з імпортом товарів, не має особливих відмінностей. Проте при імпорті обладнання для власних потреб виробничого споживання, підхід до їх визначення інший, а саме:

$$V_{заг.}^i (\text{спожив.}) = V_{закуп.}^i + V_{експл.}^i + V_{тр.заг.}^i + V_{ін.}^i \quad (8.26)$$

Якщо підприємство здійснює одночасно як експортну діяльність, так й імпортну, то сукупні витрати на зовнішньоторговельний оборот визначає їх загальна сума, а саме:

$$V_{заг.}^{зто} = V_{заг.}^e + V_{заг.}^i \quad (8.27)$$

8.9. Методика і показники аналізу ефективності експортних операцій підприємства

Для того щоб експорт був ефективним, необхідним є забезпечення двох визначальних умов зовнішньоторговельної діяльності, яку здійснює підприємство. По-перше, потрібно, щоб експортний дохід перевищував експортні витрати $D_{заг.}^e$. По-друге, необхідно, щоб експортний прибуток перевищував внутрішній прибуток підприємства від продажу цього товару всередині країни ($\Pi^e > \Pi_{вн.}^e$). При цьому експортний прибуток дорівнює експортному доходу $D_{заг.}^e$ за відрахуванням експортних ви-

трат $V_{\text{заг.}}^c$. Внутрішній прибуток дорівнює внутрішньому (альтернативному) доходу $D_{\text{вн.альт.}}^c$, визначеному як виручка від продажу на внутрішньому ринку товарів, призначених на експорт за відрахуванням собівартості S . Величину собівартості припустимо прийняти як виробничі витрати на виготовлення експортної продукції $V_{\text{в.}}^c$, проте більш точним буде визначення загальних витрат — виробничих $V_{\text{в.}}^c$ і поза виробничих $V_{\text{п.в.}}^c$. Виходячи з цього головними показниками, які застосовуються в аналізі ефективності експорту, є такі.

1. *Базовий коефіцієнт ефективності експорту* $K_{\text{б.}}^c$:

$$K_{\text{б.}}^c = \frac{D_{\text{заг.}}^c}{V_{\text{заг.}}^c}. \quad (8.28)$$

Експорт вважається ефективним, якщо $K_{\text{б.}}^e$. Чим більший зазначений коефіцієнт, тим ефективність вища.

2. *Альтернативний коефіцієнт ефективності експорту* $K_{\text{а.}}^e$:

$$K_{\text{а.}}^c = \frac{D_{\text{вн.}}^c - V_{\text{заг.}}^c}{D_{\text{вн.}}^c - V_{\text{в.}}^c}. \quad (8.29)$$

Експорт вважається ефективним, якщо $K_{\text{а.}}^c$.

При здійсненні аналізу обидва показники, мають використовуватися разом. Варіант експорту є однозначно сприятливим, якщо і $K_{\text{б.}}^c > 1$, і $K_{\text{а.}}^c > 1$; однозначно несприятливим — якщо і $K_{\text{б.}}^c$, і $K_{\text{а.}}^c$. Якщо $K_{\text{б.}}^c$, а $K_{\text{а.}}^c < 1$, то експорт не є ефективним, тому, що прибуток продажу товарів всередині країни вищий, ніж від його експорту; якщо $K_{\text{б.}}^c$, а $K_{\text{а.}}^c > 1$, то експорт не є ефективним, тому, що експортні витрати перевищують експортний дохід.

Обчислюється також *показник економічного ефекту*, отриманого підприємством від експорту, який за змістом відповідає поняттю «прибуток»:

або

$$D_{\text{заг.}}^c$$

$$D_{\text{заг.}}^c, \quad (8.30)$$

де $E_{\text{заг.}}^c$ — економічний ефект від експорту (експортний прибуток); $D_{\text{заг.}}^c$ — дохід від експорту; $V_{\text{заг.}}^c$ — експортні витрати; $V_{\text{в.}}^c$ — виробничі витрати; $V_{\text{п.в.}}^c$ — позавиробничі витрати.

Крім зазначених показників при здійсненні аналізу ефективності експорту використовуються також такі:

- *частка експорту у загальному обсязі реалізації підприємства* — показує рівень експортної орієнтації суб'єкта господарювання;
- *динаміка поставок товарів на експорт*;
- *дохідність експортних операцій* — відносний показник співвідношення прибутку від експортних операцій та обсягу закордонних поставок; при порівнянні дозволяє оцінити динаміку — небажаною є ситуація, коли фізичні обсяги експорту зростають, а вартісні скорочуються;
- *стійкість позицій підприємства на зовнішньому ринку* — характеризується групою показників: а) відношення реального обсягу експортних поставок продукції до числа покупців (дає можливість оцінити стійкість партнерських відносин, наявність великих партнерів по бізнесу); б) відношення числа отриманих замовлень до числа дійсних торгових партнерів (дає можливість оцінити привабливість умов пропозиції); в) відношення кількості рекламаций до кількості постійних торгових партнерів та ін.;
- *динаміка поставок на експорт* — відносні показники обсягу поставок обчислюються за певний інтервал часу і порівнюються між собою, що дозволяє при констатації динаміки з'ясувати причини таких змін (вплив попиту, пропозиції, ціни, національних та міжнародних інститутів, політики тощо);

8.10. Методика і показники аналізу ефективності імпорتنих операцій підприємства, що здійснюються з метою перепродажу товарів на внутрішньому ринку

У випадку імпорту товарів для реалізації всередині країни підприємство сплачує вартість закупленого товару відповідно до його ціни — $\Pi_{\text{закуп.}}^i$, що відповідає показнику витрат на одиницю продукції $V_{\text{закуп.}}^i$. Крім того, підприємство несе транспортно-експедиційні $V_{\text{тр.заг.}}^i$ та інші витрати $V_{\text{ін.}}^i$. Доходом від імпорту ($D_{\text{заг.}}^i$) у цьому випадку є ви-

ручка від реалізації товару на внутрішньому ринку країни. Імпорт є вигідним тоді, коли $D_{\text{заг.}}^i > V_{\text{заг.}}^i$. Крім того, якщо прибуток від імпорту (ефект) перевищує внутрішній прибуток, то імпортувати товари вигідно. Методика порівняння прибутку від імпорту та внутрішнього прибутку така: ціни на імпортований товар та вітчизняний аналог приймаються як рівні, тоді дохід від імпорту $D_{\text{заг.}}^i$ та внутрішній дохід $D_{\text{вн.}}^i$ дорівнюють один одному, а внутрішньою вартістю $\text{Var}_{\text{вн.}}^i$ є оптова ціна на певний товар всередині країни.

Базовий коефіцієнт ефективності імпорту товарів, призначених для реалізації всередині країни визначається за формулою

$$K_{\text{б}}^i(\text{реаліз.}) = \frac{D_{\text{заг.}}^i}{V_{\text{закуп.}}^i + V_{\text{тр.заг.}}^i + V_{\text{ін.}}^i} = \frac{D_{\text{заг.}}^i}{V_{\text{заг.}}^i(\text{реаліз.})}. \quad (8.31)$$

Імпорт ефективний, якщо $K_{\text{б}}^i(\text{реаліз.}) > 1$.

Альтернативний коефіцієнт ефективності імпорту товарів, призначених для реалізації всередині країни обчислюється так:

$$K_{\text{а}}^i(\text{реаліз.}) = \frac{D_{\text{заг.}}^i - V_{\text{закуп.}}^i - V_{\text{тр.заг.}}^i - V_{\text{ін.}}^i}{D_i - \text{Var}_{\text{вн.}}^i} = \frac{D_{\text{заг.}}^i - V_{\text{заг.}}^i(\text{реаліз.})}{D_{\text{заг.}}^i - V_{\text{заг.альтер}}^i} \quad (8.32)$$

де $\text{Var}_{\text{вн.}}^i$ — вартість вітчизняного товару, аналогічного імпортованому, інакше витрати на придбання подібного товару на внутрішньому ринку, ті, які є альтернативними витратам, що пов'язані із закупівлею товару за кордоном $V_{\text{заг.альтер}}^i$.

Імпорт ефективний, якщо $K_{\text{а}}^i(\text{реаліз.}) > 1$.

8.11. Оцінка ефективності імпорту товарів, що здійснюється для власних виробничих потреб підприємства

Базовий коефіцієнт ефективності імпорту товарів, призначених для потреб власного виробничого споживання визначається за формулою:

$$K_6^i(\text{спожив.}) = \frac{D_{\text{спож.}}^i}{V_{\text{закуп.}}^i + V_{\text{експл.}}^i + V_{\text{тр.заг.}}^i + V_{\text{ін.}}^i} = \frac{D_{\text{спож.}}^i}{V_{\text{заг.}}^i(\text{спожив.})} \quad (8.33)$$

де $D_{\text{спож.}}^i$ — доходи (виручка) від використання товарів для виробничого споживання; $V_{\text{експл.}}^i$ — адресні експлуатаційні витрати на використання товару для власних виробничих потреб; $V_{\text{тр.заг.}}^i$ — транспортні витрати; $V_{\text{ін.}}^i$ — інші витрати; $V_{\text{заг.}}^i(\text{спожив.})$ — загальні витрати, які виникають у підприємства коли імпорт здійснюється для власних виробничих потреб.

Якщо товари, імпортовані для власних потреб представлені не обладнанням, а сировиною та комплектуючими деталями, для визначення витрат і доходу необхідно обчислити частки, що припадають на них у загальних витратах і доходах від виробництва продукції з використанням імпортованих товарів.

Надходження з-за кордону сировини, комплектуючих деталей тощо є ефективним, якщо базовий коефіцієнт ефективності імпорту товарів, призначених для власних виробничих потреб, більше одиниці.

Альтернативний коефіцієнт ефективності імпорту товарів, призначених для власного виробничого споживання, обчислюється так:

$$\begin{aligned} K_a^i(\text{спожив.}) &= \frac{D_{\text{спож.}}^i - V_{\text{закуп.}}^i - V_{\text{експл.}}^i - V_{\text{тр.заг.}}^i - V_{\text{ін.}}^i}{D_{\text{спож.}}^i - V_{\text{експл.}}^i - \text{Var}_{\text{вн.}}^i} = \\ &= \frac{D_{\text{спож.}}^i - V_{\text{заг.}}^i(\text{спож.})}{D_{\text{спож.}}^i - V_{\text{вн.альтер}}^i(\text{спож.})} \end{aligned} \quad (8.34)$$

де $\text{Var}_{\text{вн.}}^i$ — вартість вітчизняного товару, аналогічного імпортованому або інакше загальна величина внутрішніх витрат, альтернативних імпортом $V_{\text{вн.альтер}}^i$, що визначається як а) вартість продукції, яка може стати заміником ввезеного закордонного аналога та б) вартість експлуатаційних витрат, які супроводжують виробниче використання зазначеного товару.

Експорт ефективний, якщо $K_a^i(\text{спожив.}) > 1$.

8.12. Методика і показники аналізу ефективності зовнішньоторговельної (експортно-імпортної) діяльності підприємства

Якщо підприємство здійснює одночасно як експортні, так й імпортні операції, то для висвітлення досконалості підприємницької діяльності стосовно підтримання таких товаропотоків використовуються відповідні методики і розрахунковий інструментарій (у вигляді системи показників).

1 *Базовий коефіцієнт зовнішньоторговельної діяльності:*

- для випадку, коли підприємство здійснює одночасно експорт своєї продукції та імпорт продукції для подальшої реалізації:

$$K_6^{e.i.} = \frac{D_{\text{заг.}}^e + D_{\text{заг.}}^i (\text{реаліз.})}{B_{\text{заг.}}^e + B_{\text{заг.}}^i (\text{реаліз.})}; \quad (8.35)$$

- для випадку, коли підприємство здійснює одночасно експорт продукції та імпорт для власних виробничих потреб:

$$K_6^{e.i.} = \frac{D_{\text{заг.}}^e + D_{\text{заг.}}^i (\text{спож.})}{B_{\text{заг.}}^e + B_{\text{заг.}}^i (\text{спож.})}. \quad (8.36)$$

2. *Альтернативний коефіцієнт зовнішньоторговельної діяльності:*

- для випадку, коли підприємство здійснює одночасно експорт продукції та імпорт для подальшої реалізації:

$$K_a^{e.i.} = \frac{D_{\text{заг.}}^e + D_{\text{заг.}}^i (\text{реаліз.}) - B_{\text{заг.}}^e - B_{\text{заг.}}^i (\text{реаліз.})}{D_{\text{вн.альт.}}^e + D_{\text{заг.}}^i (\text{реаліз.}) - B_{\text{в}}^e - B_{\text{вн.альт.}}^i (\text{реаліз.})} \quad (8.37)$$

- для випадку, коли підприємство здійснює одночасно експорт продукції та імпорт для власних виробничих потреб:

$$K_a^{e.i.} = \frac{D_{\text{заг.}}^e + D_{\text{заг.}}^i (\text{спож.}) - B_{\text{заг.}}^e - B_{\text{заг.}}^i (\text{сплж.})}{D_{\text{вн.альт.}}^e + D_{\text{заг.}}^i (\text{спож.}) - B_{\text{в}}^e - B_{\text{вн.альт.}}^i (\text{спож.})}. \quad (8.38)$$

Загальний економічний ефект від експортно-імпортної діяльності підприємства обчислюється як сукупність ефектів, отриманих від вивозу та ввозу товарів:

$$E_{\text{сукуп.}}^{\text{с.і.}} = E^{\text{с}} + E^{\text{і}}. \quad (8.39)$$

Економічний зміст цього показника полягає у тому, що він відображає прибуток, одержаний учасником зовнішньоекономічної діяльності протягом певного періоду часу за сукупністю всіх експортно-імпортних операцій.

8.13. Основні показники оцінки ефективності інвестиційних проектів у зовнішньоекономічній діяльності підприємства

Аналіз ефективності інвестиційних проектів пов'язаний насамперед з оцінкою довгострокової ефективності зовнішньоекономічної діяльності, що у свою чергу пов'язано з правильним вибором політики капіталовкладень. Прогнозування грошових потоків здійснюється: а) до реалізації проекту; і б) при його здійсненні.

У міжнародній практиці при виборі інвестиційного проекту основними показниками, які беруться до розгляду, є такі: чиста дисконтована вартість (*NPV* — net present value); співвідношення вигод і витрат; внутрішня норма доходу (*IRR* — internal rate of return).

Чиста дисконтована вартість зовнішньоекономічних проектів визначається за формулою

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{B_t - C_t}{(1+i)^t}, \quad (8.40)$$

де B_t — сумарні вигоди або доходи проекту у році t ; C_t — сума інвестицій у рік t ; i — норма дисконту; n — життєвий цикл проекту (горизонт обчислення).

Компанія може здійснювати капіталовкладення тільки тоді, коли сукупний чистий прибуток позитивний, тобто коли $NPV > 0$.

Сутність цього визначального оціночного показника полягає у порівнянні поточної цінності майбутніх доходів (або вигод) і поточної вартості майбутніх витрат на здійснення та експлуатацію проекту. Вигоди від проекту визначаються як приріст обсягів виробництва, помножений на ціну продукції; витрати — як приріст використаних ресурсів, помножений на ціну факторів виробництва. Порівняння вигод і витрат здійснюється з

урахуванням коефіцієнта дисконтування — $\frac{1}{(1+i)^t}$.

Отже, співвідношення вигоди / витрати обчислюється як результат ділення дисконтованих вигод на дисконтовані витрати. Показник, значення якого становить більше одиниці, свідчить про привабливість проекту; відповідно, якщо він менше одиниці — інвестиції недоцільні.

Внутрішня норма доходу дорівнює максимальному відсотку за позиками, що спрямовуються на фінансування інвестицій та ресурсів, необхідних для експлуатації об'єкта.

8.14. Методика аналізу економічної ефективності створення та діяльності компанії з іноземними інвестиціями

Обчислення всіх показників ефективності створення та діяльності підприємства з іноземними інвестиціями пов'язано із використанням інформації про потік готівки (так званого cash flow), який визначається через приток та відтік коштів у грошовій і матеріальній формі з приведенням у часі. При виборі спільного підприємства як форми співпраці, визначення ефективності здійснюється стосовно об'єкта у цілому та окремо для кожного з учасників цієї форми організації бізнесу. Методичні підходи до здійснення аналізу такі:

- *повна ефективність створення та економічної діяльності компанії з іноземними інвестиціями* визначається з урахуванням всіх доходів та витрат до сплати податків, експортного та імпортного мит, інших платежів, безпосередньо не пов'язаних із виробничою діяльністю підприємства та реалізацією його продукції;

- *чиста ефективність створення та економічної діяльності компанії з іноземними інвестиціями* визначається після сплати податків та інших платежів;

- *комерційна ефективність створення та економічної діяльності компанії з іноземними інвестиціями* характеризується співвідношенням фінансових результатів і витрат та порівнянням рентабельності, що очікується, з нормою прибутку.

Критерієм, на основі якого визначається доцільність участі у створенні та діяльності компанії з іноземними інвестиціями, є насамперед позитивне сальдо нагромаджених реальних грошей у господарському періоді, в якому кожен з учасників здійснює витрати та одержує доходи.

8.15. Показники економічної ефективності створення та діяльності компанії з іноземними інвестиціями

1. *Прибуток від реалізації продукції*, виготовленої компанією з іноземними інвестиціями:

$$\Pi_t = V_{\text{валют}_t} \times K + B_{\text{вн}_t} - C_t, \quad (8.41)$$

де Π_t — прибуток від виробництва та реалізації продукції компанії з іноземними інвестиціями у році t ; $V_{\text{валют}_t}$ — валютна виручка за вирахованням валютних витрат на технічне обслуговування та ремонт виробів у зарубіжних споживачів у році t ; K — курс для переведення іноземної валюти у національну; $B_{\text{вн}_t}$ — виручка від реалізації продукції на внутрішньому ринку у році t ; C_t — собівартість реалізованої продукції у році t .

2. *Інтегральний показник ефективності діяльності* компанії з іноземними інвестиціями $E_{\text{інтегр}}$:

$$E_{\text{інтегр}} = \sum_{t=1}^t (\text{ЧП}_t + A_t - \text{KB}_t) \times \lambda_t + \text{ЛВ}_t, \quad (8.42)$$

де t — кількість років; ЧП_t — чистий прибуток компанії з іноземними інвестиціями у році t ; A_t — амортизаційні відрахування у році t ; KB_t — капітальні вкладення у створення та розвиток компанії з іноземними інвестиціями у році t ; ЛВ_t — ліквідаційна вартість підприємства у році t ; λ_t — коефіцієнт приведення у часі.

3. *Ефект від діяльності компанії з іноземними інвестиціями*, згідно з яким визначається доцільність створення такої компанії та відповідність її економічної діяльності інтересам країни.

$$E = \sum_{t=1}^T (\text{Д}_\delta + \text{П}_{\text{нац}} - \text{Кр} - \text{В}_{\text{кр}} + \text{В}_{\text{вн}_t} + \text{СФ}) \times \lambda_t + (\text{ЛВ}_t + \text{А} + \text{Ф}_{\text{рез.}} + \text{Ф}_{\text{розвит.}}) \times \gamma \times \lambda_t, \quad (8.43)$$

де Д_δ — доходи від діяльності компанії з іноземними інвестиціями, які надходять до бюджету країни; $\text{П}_{\text{нац}}$ — прибуток національного учас-

ника компанії з іноземними інвестиціями; K_p — кредити, видані компанії з іноземними інвестиціями; V_{kp} — відсотки і виплати за кредитами, виданими компанії з іноземними інвестиціями; $V_{вн,t}$ — виручка від реалізації продукції на внутрішньому ринку у році t ; CF — внесок національного учасника в статутний фонд; γ — частка внеску учасника компанії з іноземними інвестиціями в уставний фонд; λ_t — коефіцієнт приведення у часі; LB_t — ліквідаційна вартість підприємства у році t ; A_t — витрачені кошти на момент з'ясування доцільності створення компанії у вигляді амортизаційних відрахувань; $\Phi_{рез.}$ — резервний фонд; $\Phi_{розвит.}$ — фонд розвитку виробництва, науки, техніки.

4. *Прибуток кожного з партнерів* компанії з іноземними інвестиціями:

$$\Pi_{нац.} = \Pi_{розпод.} \times \gamma, \quad (8.44)$$

де $\Pi_{розпод.}$ — прибуток компанії з іноземними інвестиціями, який підлягає розподілу між учасниками; γ — частка внеску учасника компанії з іноземними інвестиціями до статутного фонду.

5. *Середньорічна рентабельність витрат на розвиток* (внутрішня норма рентабельності):

$$P = \frac{\sum_{t=1}^t \Pi_{іноз.}}{KB_{іноз.} \times t}, \quad (8.45)$$

де $\Pi_{іноз.}$ — прибуток іноземного учасника компанії зі спільними інвестиціями; $KB_{іноз.}$ — капіталовкладення іноземного учасника компанії зі спільними інвестиціями; t — кількість років.

6. *Строк окупності* інтегральних витрат за рахунок одержаного прибутку:

$$T_{ок} = \frac{KB_t - \Pi_t}{\Pi_t}, \quad (8.46)$$

де $T_{ок}$ — строк окупності капітальних вкладень у створення та розвиток компанії з іноземними інвестиціями; Π_t — прибуток від виробництва та реалізації продукції компанії з іноземними інвестиціями у році t ; KB_t — капітальні вкладення у створення і розвиток компанії з іноземними інвестиціями у році t .



Основні терміни та поняття

Арбітраж валютний, бюджетна ефективність експорту, бюджетна ефективність імпорту, бюджетний ефект від експорту, бюджетний ефект від імпорту, валютний ефект від експорту, валютний ефект від імпорту, валютна ефективність експорту, валютна ефективність імпорту, витрати трансакційні, гранично допустимі витрати експорту, гранично допустима вартість імпортової продукції, дефлятор, дисконтування, ефективність, ефективність зовнішньоекономічної діяльності підприємства, індекс умов торгівлі, капіталізація, квота експортна, квота імпортна, коефіцієнт ефективності експорту альтернативний, коефіцієнт ефективності експорту базовий, коефіцієнт ефективності імпорту альтернативний, коефіцієнт ефективності імпорту базовий, коефіцієнт зовнішньоторговельного обороту, неявні (альтернативні) витрати, опціон валютний, хеджування.



Контрольні запитання, завдання та проблеми для обговорення

1. Дайте визначення поняттю «ефективність зовнішньоекономічної діяльності».
2. За якими критеріями ефективність зовнішньоекономічної діяльності (як феномен господарської практики) може бути піддана класифікації?
3. Визначте аспекти аналізу ефективності зовнішньоекономічної діяльності та охарактеризуйте кожен з них.
4. Назвіть основні абсолютні показники, за якими можна оцінити зовнішню торгівлю країни, та визначте їх економічний зміст.
5. Назвіть основні відносні показники, за якими можна оцінити зовнішню торгівлю країни, та визначте їх економічний зміст.
6. Визначте мету аналізу валютної ефективності міжнародних торгових операцій та поясніть потребу обчислення таких показників: а) гранично допустимі витрати на експорт продукції та гранично допустима вартість імпортової продукції; б) валютна ефективність експорту та валюта ефективність імпорту; в) валютний ефект від експорту та валютний ефект від імпорту.
7. Визначте мету аналізу бюджетної ефективності міжнародних торгових операцій та поясніть потребу обчислення таких показників: а) бюджетна ефективність експорту / імпорту; б) бюджетний ефект експорту / імпорту.
8. Яким чином принцип порівняльної переваги може бути використаний при здійсненні оцінки досконалості зовнішньоекономічної діяльності підприємств і яких сучасних форм він набуває?
9. Назвіть основні форми прояву ефекту за видами зовнішньоекономічної діяльності первинних суб'єктів господарювання.

10 Які заходи передбачає комплексний аналіз суб'єкта господарювання, що здійснює зовнішньоекономічну діяльність?

11. Назвіть основні вимоги до обчислення показників ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства, дотримання яких забезпечує коректність аналітики.

12. Які існують підходи до проведення аналізу ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства залежно від доступності інформації?

13. Які фактори впливають на величину трансакційних витрат, що виникають при здійсненні підприємством зовнішньоекономічних операцій?

14. Визначте за елементами склад витрат, що виникають при здійсненні підприємством зовнішньоторговельних операцій.

15. Грунтуючись на двох показниках: а) співвідношення експортного доходу та експортних витрат (базовий коефіцієнт ефективності експорту K_6^e); і б) співвідношення експортного прибутку та внутрішнього прибутку підприємства від продажу товару всередині країни (альтернативний коефіцієнт ефективності експорту K_a^e) дайте пояснення таким ситуаціям: (1) $K_6^e > 1$, $K_a^e > 1$; (2) $K_6^e < 1$, $K_a^e < 1$;

(3) $K_6^e > 1$, $K_a^e < 1$; (4) $K_6^e < 1$, $K_a^e > 1$.

16. Поясніть сутність дисконтування та доведіть необхідність застосування такої методики при аналізі ефективності міжнародних інвестиційних проектів.

17. Сформулюйте основні аналітичні підходи до визначення економічної ефективності компаній з іноземними інвестиціями.



Тести

1. Визначальним критерієм ефективності зовнішньоекономічної діяльності макrorівня є таке:

а) науково-технічний ефект, за рахунок якого досягається прогресивний розвиток в країні;

б) зростання національного доходу держави за рахунок збільшення частки вітчизняної експортної продукції;

в) результат подолання дефіциту ресурсів та збереження власних ресурсів на майбутнє, за рахунок якого утворюються умови забезпечення вітчизняних підприємств факторами виробництва, а отже, умови довгострокового економічного розвитку країни;

г) ефект спеціалізації та кооперування, оскільки за рахунок цього утворюються тривалі та продуктивні партнерські зв'язки між країнами.

2. Які види ефективності зовнішньоекономічної діяльності визначається на макроекономічному рівні:

а) соціальна ефективність зовнішньоекономічної діяльності та економічна;

б) тільки соціальна ефективність зовнішньоекономічної діяльності (обчислення економічної ефективності зовнішньоекономічної діяль-

ності стосується первинних суб'єктів господарювання і на макрорівні не визначається);

в) тільки економічна ефективність зовнішньоекономічної діяльності (соціальна ефективність стосується функціонування окремих, безпосередньо соціально орієнтованих сфер суспільної діяльності — освіти, охорони здоров'я тощо і стосовно зовнішньоекономічної діяльності не визначається).

3. Якщо індекс умов торгівлі $I_{y.t.}$ дорівнює 0,85, то висновок щодо ефективності здійснення міжнародних торгових операцій такий:

а) умови торгівлі з позиції здійснення зовнішньоторговельної діяльності — несприятливі, оскільки індекс середніх цін експорту ($\overline{I_{це}}$)

менший за індекс середніх цін імпорту ($\overline{I_{ці}}$);

б) умови торгівлі з позиції здійснення зовнішньоторговельної діяльності — сприятливі, оскільки індекс середніх цін експорту ($\overline{I_{це}}$) ви-

щий за індекс середніх цін імпорту ($\overline{I_{ці}}$);

в) умови торгівлі з позиції здійснення зовнішньоторговельної діяльності — несприятливі, оскільки індекс середніх цін експорту ($\overline{I_{це}}$)

не дорівнює індексу середніх цін імпорту ($\overline{I_{ці}}$);

г) оцінити ефективність здійснення міжнародних торгових операцій на основі даних про індекс умов торгівлі ($I_{y.t.}$) неможливо, тому що не відомо стан торгового балансу (є сальдо від'ємним чи додатним).

4. Зовнішньоторговельний обмін буде економічно вигідним, якщо:

а) витрати на національне виробництво продукції, яку передбачається одержати за імпорт, дорівнюють витратам на виробництво товарів, що експортуються ($B_i = B_e$);

б) витрати на національне виробництво продукції, яку передбачається одержати за імпорт, менші, ніж витрати на виробництво товарів, що експортуються ($B_i < B_e$);

в) витрати на національне виробництво продукції, яку передбачається одержати за імпорт, більші, ніж витрати на виробництво товарів, що експортуються ($B_i > B_e$).

5. Бюджетна ефективність експорту $E_{б.е.}$ визначається як відношення вартості обсягу експорту до такої бази порівняння:

а) до вартості цих товарів, що визначена за цінами внутрішнього ринку з урахуванням транспортних та інших витрат з доставки товарів;

б) до вартості цих товарів, що визначена за цінами закупки на зовнішньому ринку;

в) до вартості цих товарів, що визначена за найнижчими світовими цінами;

г) до вартості цих товарів, що визначена за найвищими світовими цінами.

6. Дайте найбільш повну і правильну відповідь стосовно змісту методики аналізу ефективності зовнішньоекономічних операцій, яка полягає у такому:

а) методикою передбачено тільки загальний аналіз дохідності підприємства за рахунок зовнішньоекономічної діяльності, оскільки він є містким і повною мірою охоплює всі аспекти такої діяльності;

б) методикою передбачено аналіз ефективності експортних операцій (дохід, який отримує підприємство, виконання зобов'язань за експортними операціями; віддача на кошти, вкладені у них), при цьому ефективність операцій з імпорту (навіть за умов використання кредиту) до розгляду не береться, оскільки на рівні підприємства визначити це коректно неможливо;

в) методикою передбачено загальний аналіз дохідності підприємства за рахунок зовнішньоекономічної діяльності, аналіз виконання зобов'язань по зовнішньоекономічним операціям, аналіз ефективності віддачі на кошти, вкладені в експортні операції, аналіз ефективності імпортних операцій у випадку їх здійснення на умовах використання кредиту.

7. Загальним принципом управління трансакційними витратами при здійсненні підприємством зовнішньоекономічних операцій є такий:

а) запобігання їх виникненню взагалі;

б) запобігання збільшенню їх суми;

в) запобігання виникненню неефективних витрат.

8. З переліку наведених показників виберіть ті, сума яких дозволяє визначити витрати підприємства при експорті товарів: витрати на виробництво товару або собівартість V_v ; витрати на закупівлю або придбання товарів $V_{\text{закуп.}}$; експлуатаційні витрати або витрати сировини, енергії, робочої сили $V_{\text{експл.}}$; транспортні витрати $V_{\text{тр.}}$; витрати складські, страхові, на укладання угод, на управління зовнішньоторговельною діяльністю, обслуговування операцій тощо — інші $V_{\text{ін.}}$:

а) $V_v + V_{\text{закуп.}} + V_{\text{експл.}} + V_{\text{тр.}} + V_{\text{ін.}}$;

б) $V_v + V_{\text{експл.}} + V_{\text{тр.заг}} + V_{\text{ін.}}$;

в) $V_v + V_{\text{тр.}} + V_{\text{ін.}}$;

г) $V_{\text{закуп.}} + V_{\text{експл.}} + V_{\text{тр.}} + V_{\text{ін.}}$;

д) $V_{\text{закуп.}} + V_{\text{тр.}} + V_{\text{ін.}}$.

9. З переліку наведених показників виберіть ті, сума яких дозволяє визначити витрати підприємства при імпорті товарів, що здійснюються з метою перепродажу на внутрішньому ринку: витрати на виробництво товару або собівартість V_v ; витрати на закупівлю або придбання товарів $V_{\text{закуп.}}$; експлуатаційні витрати або витрати сировини, енергії, робочої сили $V_{\text{експл.}}$; транспортні витрати $V_{\text{тр.}}$; витрати складські, страхові, на укладання угод, на управління зовнішньоторговельною діяльністю, обслуговування операцій тощо — інші $V_{\text{ін.}}$:

а) $V_v + V_{\text{закуп.}} + V_{\text{експл.}} + V_{\text{тр.}} + V_{\text{ін.}}$.

б) $V_v + V_{\text{експл.}} + V_{\text{тр.заг}} + V_{\text{ін.}}$.

в) $V_v + V_{\text{тр.}} + V_{\text{ін.}}$.

г) $V_{\text{закуп.}} + V_{\text{експл.}} + V_{\text{тр.}} + V_{\text{ін.}}$.

д) $V_{\text{закуп.}} + V_{\text{тр.}} + V_{\text{ін.}}$.

10. З переліку наведених показників виберіть ті, сума яких дозволяє визначити витрати підприємства при імпорті обладнання для власних потреб виробничого споживання: витрати на виробництво товару або собівартість V_v ; витрати на закупівлю або придбання товарів $V_{\text{закуп.}}$; експлуатаційні витрати або витрати сировини, енергії, робочої сили $V_{\text{експл.}}$; транспортні ви-

трати $V_{\text{тр.}}$; витрати складські, страхові, на укладання угод, на управління зовнішньоторгівельною діяльністю, обслуговування операцій тощо — інші $V_{\text{ін.}}$:

а) $V_{\text{в}} + V_{\text{закуп.}} + V_{\text{експл.}} + V_{\text{тр.}} + V_{\text{ін.}}$

б) $V_{\text{в}} + V_{\text{експл.}} + V_{\text{тр. заг.}} + V_{\text{ін.}}$

в) $V_{\text{в}} + V_{\text{тр.}} + V_{\text{ін.}}$

г) $V_{\text{закуп.}} + V_{\text{експл.}} + V_{\text{тр.}} + V_{\text{ін.}}$

д) $V_{\text{закуп.}} + V_{\text{тр.}} + V_{\text{ін.}}$

11. Умовою для ствердження того, що експорт підприємства є ефективним за наявності інформації про експортний дохід

$D_{\text{заг.}}^e$, експортні витрати $V_{\text{заг.}}^e$, експортний прибуток Π^e , внутрішній прибуток підприємства від продажу товару всередині країни ($\Pi_{\text{вн.}}^e$) є таке сполучення показників:

а) $D_{\text{заг.}}^e < V_{\text{заг.}}^e$ та $\Pi^e < \Pi_{\text{вн.}}^e$.

б) $D_{\text{заг.}}^e > V_{\text{заг.}}^e$ та $\Pi^e < \Pi_{\text{вн.}}^e$.

в) $D_{\text{заг.}}^e < V_{\text{заг.}}^e$ та $\Pi^e > \Pi_{\text{вн.}}^e$.

г) $D_{\text{заг.}}^e > V_{\text{заг.}}^e$ та $\Pi^e > \Pi_{\text{вн.}}^e$.

д) $D_{\text{заг.}}^e > \Pi^e$ та $V_{\text{заг.}}^e < \Pi_{\text{вн.}}^e$.

12. Якщо до валютної виручки $V_{\text{валют.}}$, перерахованої на курс для переведення іноземної валюти у національну K додати виручку від реалізації продукції на внутрішньому ринку та відняти від загальної суми собівартість реалізованої продукції C , то отриманий показник дозволить визначити таке:

а) прибуток від реалізації продукції, виготовленої компанією з іноземними інвестиціями;

б) строк окупності витрат за рахунок одержаного прибутку компанією з іноземними інвестиціями;

в) рентабельність витрат на розвиток (внутрішню норму рентабельності) компанії з іноземними інвестиціями.



Література

1. Торгова Л. В. Основи зовнішньоекономічної діяльності : навч. посіб. / Торгова Л. В., Хитра О. В. — Львів : «Новий Світ-2006», 2006 — 512 с.

2. Управление внешнеэкономической деятельностью : учеб. пособ. / под ред. А. И. Кредисова. — 2-е изд. — К. : ВИРА-Р, 2001. — 640 с.

3. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств : підручник / І. В. Багорова, Н. І. Редіна, В. Є. Власик, О. О. Гетьман; за ред. І. В. Багрової. — К. : Центр навчальної літератури, 2004. — 580 с.

-
4. *Воронкова О. Н.* Внешнеэкономическая деятельность: организация и управление: учеб. пособ. / О. Н. Воронкова, Е. П. Пузакова ; под ред. Е. П. Пузаковой. — М. : Экономистъ, 2005. — 495 с.
 5. *Демин Н. Я.* Менеджмент во внешнеэкономической деятельности (обобщение и рекомендации) / Н. Я. Демин, Е. Н. Климова ; под ред. В. А. Трайнева. — М. : МАН ИПТ, 2000. — 356 с.
 6. *Мацкевич Л. И.* Эффективность внешнеэкономической деятельности: учеб. пособ. / Л. И. Мацкевич, О. Л. Космович. — Мн. : Частн. ин-т упр. и предп., 2005. — 40 с.
 7. *Колесников А. А.* Внешнеэкономическая деятельность / А. А. Колесников, В. Ю. Друк. — Гомель : УО Белорусский торгово-экономический ун-т потребительской кооперации, 2006. — 168 с.

ЗАВДАННЯ ЗАДАЧІ ПРИКЛАДИ

Завдання 1

Компанія «Альфа» розглядає можливість налагодження зовнішньоторговельних зв'язків з Латвією. При цьому виникає потреба у детальному вивченні не тільки динаміки вартості, фізичного обсягу і цін майбутніх торговельних потоків, а й зміни умов торгівлі. З цією метою необхідно розрахувати показники (індекси) умов торгівлі. Використовуючи такі результати індексних розрахунків, що характеризують динаміку експорту і імпорту Латвії за два суміжні періоди (у відсотках), визначте показники умов зовнішньої торгівлі, що склалися: 1) загальних умов; 2) валових умов; 3) реальних умов:

Зведений індекс	По експорту	По імпорту
Вартості експорту або імпорту (у поточних цінах)	112,5	124,6
Фізичного обсягу експорту або імпорту	104,1	103,8

Методичні рекомендації до виконання завдання

Показником (індексом) загальних умов торгівлі є відношення індексу вартості експорту до індексу вартості імпорту. Показник (індекс) валових умов торгівлі є відношення індексу фізичного обсягу експорту до індексу фізичного обсягу імпорту. Показник (індекс) реальних умов торгівлі обчислюється як відношення індексу цін експорту до індексу цін імпорту (в даному випадку відповідний індекс цін визначається діленням індексу вартості експорту або імпорту на індекс фізичного обсягу експорту або імпорту).

Завдання 2

Визначте для кожного терміну базисних умов розподіл витрат між експортерами та імпортерами. За результатами розв'язання задачі потрібно оформити таблицю.

**РОЗПОДІЛ ВИТРАТ ЕКСПОРТЕРА
ТА ІМПОРТЕРА ЗГІДНО З «ІНКОТЕРМС 2000»**

Базисні умови	Упаковка	Навантаження на транспортний засіб	Доставка до основного перевізника	Експортні формальності	Страхування основного перевезення	Навантаження на основний транспорт	Платня за основний транспорт	Розвантаження	Імпортні формальності	Доставка від основного транспорту	Розвантаження на складі імпортеру
1											
2											
3											

I — витрати сплачує імпортер; E — витрати сплачує експортер.

Завдання 3

Обґрунтуйте вибір базисні умови поставки у такій ситуації:

а) експортер — Україна (Полтава), імпортер — Росія (Архангельськ), предмет зовнішньоторговельного контракту — цукор, інші умови контракту визначити самостійно;

б) експортер — Росія (Архангельськ), імпортер — Республіка Конго, предмет контракту — риба морожена, інші умови контракту визначити самостійно.

Визначити базисні умови поставок, згідно з «Інкотермс 2000» у конкретній угоді можна виходячи з географічного розташування партнерів, особливостей законодавства країн щодо тарифного та нетарифного регулювання ЗЕД, особливостей предмета контракту, терміну поставки, кількості продукції.

Завдання 4

Компанія «Космо» займається торговельним посередництвом при експорті продуктів харчування, алкогольних та безалкогольних напоїв до країн Балтії. Суттєве скорочення товарообороту внаслідок падіння попиту на зовнішніх ринках зумовило потребу в перегляді структури

та обсягів торгівлі. Планування діяльності на майбутній рік повинно спиратись на прогноз динаміки обсягу експорту, для чого необхідно здійснити попередню характеристику динаміки цін, що склалася, на ряд експортних товарів. З цією метою необхідно визначити зведені індекси цін, використовуючи методологію: 1) Ласпейреса; 2) Пааше; 3) Еджворта — Маршалла; 4) Фішера. Для розрахунку названих індексів цін використайте наведені нижче дані.

Товар	Одиниці виміру	Базисний період		Останній період	
		ціна p_0 , грош. од.	фізичний обсяг продажів q_0 , тис.	ціна p_1 , грош. од.	фізичний обсяг продажу q_1 , тис. од.
Горілка в пляшках містк. 0,5 л	шт.	54	1300	58	1240
Шоколад	кг	17	6450	20	6900
Вода газувана	л	28	7820	33	7770

Методичні рекомендації до виконання завдання

При обчисленні індексів цін використайте такі формули:

$$\text{індекс Ласпейреса } I_p = \frac{\sum(p_1q_0)}{\sum(p_0q_0)};$$

$$\text{індекс Пааше } I_p = \frac{\sum(p_1q_1)}{\sum(p_0q_1)};$$

$$\text{індекс Еджворта — Маршалла } I_p = \frac{\sum[p_1 \cdot (q_0 + q_1)]}{\sum[p_0 \cdot (q_0 + q_1)]};$$

$$\text{індекс Фішера } I_p = \sqrt{\frac{\sum(p_1q_0)}{\sum(p_0q_0)} \times \frac{\sum(p_1q_1)}{\sum(p_0q_1)}}.$$

Завдання 5

Компанія «Веллесс», яка займається виробництвом дитячого харчування, планує розширити асортимент продукції, додавши до нього

сухі суміші з вмістом вітамінів (товар 1), сухофруктів (товар 2), мінералів (товар 3). Для їх виробництва необхідно імпортувати сировину з Німеччини. При цьому новий товар, як показали попередні маркетингові дослідження, користується попитом у країнах СНД.

Таким чином, при виборі країни та підготовці експортно-імпоротної операції постала потреба в економічному обґрунтуванні таких кроків. Для прийняття остаточного рішення необхідно порівняти модальні ціни на товари, які цікавлять покупця і які склалися на ринках країн Росії та Казахстану. З цією метою потрібно розрахувати територіальні індекси: 1) цін Росії порівняно з Казахстаном; 2) цін Казахстану порівняно з Росією. Для розрахунку використайте такі дані за період:

Товар	Росія		Казахстан	
	ціна, грош. од.	продаж, тис. шт.	ціна, грош. од.	продаж, тис. шт.
1	77,5	12,4	78,0	18,6
2	83,6	50,5	86,3	64,0
3	71,2	29,0	75,1	41,7

Методичні рекомендації до виконання завдання

При обчисленні територіальних індексів цін застосовуються такі формули:

$$I_p = \frac{\sum [p_A \cdot (q_A + q_B)]}{\sum [p_B \cdot (q_A + q_B)]} \quad \text{і} \quad I_p = \frac{\sum [p_B \cdot (q_A + q_B)]}{\sum [p_A \cdot (q_A + q_B)]}$$

Завдання 6

Компанія «Ойлтекс» має намір змінити обсяги та структуру імпорту сирової нафти, що спричинене зростанням обсягів продаж цього товару на ринках країн Південно-Східної Азії. Рішення повинне ґрунтуватися на результатах ретельного аналізу тенденцій, що складаються на сировинних ринках. Такий аналіз включає вивчення динаміки цін на сировинні товари, а також вплив цього та інших факторів на обсяг продажів сировини. Нижче наведені дані про продаж на ринку країн Південно-Східної Азії сирової нафти марки «Brent» компанії «Ойлтекс» провідними нафтовидобувними компаніями за два періоди:

Компанія	Фізичний обсяг продажів, млн бар.		Ціна, дол. США за 1 бар.	
	базисний період q_0	останній період (q_1)	базисний період p_0	останній період p_1
«Брітіш Петролеум»	231	243	77,0	79,2
«Лукойл»	209	237	76,5	79,0
«Ексон»	110	120	80,4	80,5
Разом	550	600	×	×

Сформулюйте економічно обґрунтований висновок на основі визначення: 1) середньої ціни 1 бар. нафти за кожен період; 2) індексів середньої ціни 1 бар. нафти: а) змінного складу; б) постійного складу; в) структурних зрушень; 3) абсолютного приросту вартісного обсягу продажів нафти — всього і, зокрема, у зв'язку з впливом зміни: а) загального фізичного обсягу продажів нафти; б) цін на нафту по окремих компаніях-продавцях; в) структури загального фізичного обсягу продажів нафти.

Методичні рекомендації до виконання завдання

Розрахунок середньої ціни 1 бар. нафти (\bar{p}) виконайте за середньою арифметичною зваженою, використовуючи в ролі ваги фізичний обсяг продажів.

Індекси середньої ціни розрахуйте за формулами:

- індекс змінного складу $I_{\bar{p}} = \bar{p}_1 : \bar{p}_0 = \frac{\sum(p_1q_1)}{\sum q_1} : \frac{\sum(p_0q_0)}{\sum q_0}$;
- індекс постійного складу $I_p = \frac{\sum(p_1q_1)}{\sum q_1} : \frac{\sum(p_0q_1)}{\sum q_1}$;
- індекс структурних зрушень $I_{d^q} = \frac{\sum(p_0q_1)}{\sum q_1} : \frac{\sum(p_0q_0)}{\sum q_0}$.

Абсолютні прирости вартісного обсягу продажів обчисліть, використовуючи такі формули:

- загальний абсолютний приріст $\Delta\Sigma O = \sum(p_1q_1) - \sum(p_0q_0)$;
- абсолютний приріст за рахунок зміни загального фізичного обсягу продажів $\Delta\Sigma O_{\Sigma q} = (\sum q_1 - \sum q_0) \cdot \bar{p}_0$;

- абсолютний приріст за рахунок зміни цін на нафту по окремих компаніях-продавцях $\Delta\Sigma O_p = \Sigma(p_1q_1) - \Sigma(p_0q_1)$;
- абсолютний приріст за рахунок зміни структури загального фізичного об'єму продажів нафті $\Delta\Sigma O_{dq} = \Sigma(p_0q_1) - \bar{p}_0 \cdot \Sigma q_1$.

Завдання 7

На основі аналізу зовнішньоторговельного обороту за 2009 р. з країнами ЄС уряд Туреччини дійшов висновку, що його структура потребує якісного вдосконалення. Відомо, що для збалансування обсягів експорту та імпорту у довгостроковій перспективі необхідно визначити абсолютну зміну обсягу експорту в останньому році порівняно з базисним (у млн євро і відсотках) — загальну і, зокрема, обумовлену зміною величини зовнішньоторговельного обороту і частки експорту в зовнішньоторговельному обороті країни, а також коефіцієнт покриття імпорту експортом за окремі роки. При вирішенні поставленого завдання використовуйте дані по економіці країни, що наводяться нижче, за два роки (млн євро):

Показник	Базисний рік	Останній рік
Зовнішньоторговельний оборот (ЗТО)	16040,0	19450,0
Імпорт	5132,8	5835,0

Методичні рекомендації до виконання завдання

При обчисленні впливу окремих факторів на динаміку обсягу експорту (у млн євро) використовуйте такі формули:

- зміна обсягу експорту у зв'язку зі зміною величини зовнішньоторговельного обороту:

$$\Delta E_{\text{ЗТО}} = (\text{ЗТО}_1 - \text{ЗТО}_0) \cdot d_0^E;$$

- зміна обсягу експорту у зв'язку зі зміною структури зовнішньоторговельного обороту (частки експорту в зовнішньоторговельному обороті):

$$\Delta E_{d^E} = (d_1^E - d_0^E) \cdot \text{ЗТО}_1,$$

де E — обсяг експорту (в даному випадку різниця між величиною зовнішньоторговельного обороту і обсягом імпорту), d^{E} — частка експорту в зовнішньоторговельному обороті, підрядкові позначення 0 і 1 відповідають показникам базисного і останнього періодів.

Щоб визначити вплив факторів у відсотках, слід розділити зміну обсягу експорту у зв'язку з впливом того або іншого фактора (у млн євро) на загальну зміну обсягу експорту (розраховується як $E_1 - E_0$) з подальшим множенням результату на 100.

Коефіцієнт покриття імпорту експортом — це відношення вартості експорту до вартості імпорту.

Завдання 8

На основі аналізу зовнішньоторговельного обороту за 2009 р. з країнами ЄС уряд Австралії дійшов висновку, що його структура потребує вдосконалення. Відомо, що для збалансування обсягів експорту та імпорту у довгостроковій перспективі, крім інших важливих показників, необхідно визначити абсолютну зміну обсягу імпорту (у 2010 р. порівняно з 2009 р., млн дол. США) — загальну і, зокрема, обумовлену зміною величини зовнішньоторговельного обороту і частки імпорту в зовнішньоторговельному обороті Австралії. Для вирішення поставленого завдання використайте такі дані з економіки Австралії: обсяг імпорту становив у 2010 р. 7020 млн дол. в США, зовнішньоторговельний оборот виріс на 10,5 %, частка імпорту в зовнішньоторговельному обороті скоротилася на 8,0 %.

Методичні рекомендації до виконання завдання

Обсяг імпорту в 2009 році визначте через індекс обсягу імпорту, тобто як відношення обсягу імпорту в 2010 р. до індексу обсягу імпорту (індекс обсягу імпорту одержують при перемноженні індексів зовнішньоторговельного обороту і частки імпорту в зовнішньоторговельному обороті).

При обчисленні впливу окремих факторів на динаміку обсягу імпорту (у млн. дол. США) використайте такі формули:

- зміна обсягу імпорту у зв'язку зі зміною величини зовнішньоторговельного обороту:

$$\Delta I_{\text{ЗТО}} = (i_{\text{ЗТО}} - 1) \cdot I_0;$$

- зміна обсягу імпорту у зв'язку зі зміною структури зовнішньоторговельного обороту (частки імпорту в зовнішньоторговельному обороті):

$$\Delta I_{d^I} = (i_{d^I} - 1) \cdot i_{\text{ЗТО}} \cdot I_0,$$

де I_0 — обсяг імпорту в 2009 р.; d^I — частка імпорту в зовнішньоторговельному обороті; $i_{\text{ЗТО}}$ та i_{d^I} — індекси відповідно зовнішньоторговельного обороту та частки імпорту в зовнішньоторговельному обороті.

Завдання 9

Прийняття урядових рішень про регулювання зовнішньоторговельних операцій вимагає від працівників відповідного відомства всебічної характеристики динаміки експорту країни, для чого необхідно відстежувати його динаміку в поточних (що фактично діяли) цінах, в постійних цінах (останнє дозволяє усунути деформуючий вплив інфляційного фактора), а також цін на експортні товари і послуги. Для цього за наведеними нижче даними з зовнішньої торгівлі України (млн дол. США) необхідно розрахувати: 1) зведені індекси: а) обсягу експорту в поточних цінах; б) фізичного обсягу експорту (обсягу експорту в постійних цінах); в) цін на експортні товари і послуги; 2) середньорічні темпи зростання і приросту обсягу експорту (у постійних цінах) в 2005—2009 рр.

Показник	Експорт у поточних цінах		Індекс фізичного обсягу, % (2005 р. = 100%)
	2005 р. (p_0q_0)	2009 р. (p_1q_1)	
Купівля-продаж товарів за контрактами	294,0	324,1	105,2
Оренда товарів на термін більше 1 року	17,9	23,8	111,8
Багаж пасажирів — всього	14,7	17,3	109,0
зокрема, оподатковуваний митним збором	6,3	7,6	108,5

Закінчення табл.

Показник	Експорт у поточних цінах		Індекс фізичного обсягу, % (2005 р. = 100%)
	2005 р. (p_0q_0)	2009 р. (p_1q_1)	
Реекспорт із завезенням в країну	16,8	18,4	103,6
Реімпорт із завезенням в країну	4,2	6,5	122,3
Монетарне золото і валюта	23,1	15,0	93,4
Товари військового призначення	55,7	51,8	98,6
Постачання продукції по трубопроводах	12,6	19,4	116,7
Споживчі витрати іноземців в країні	6,2	9,7	130,2
Споживчі витрати громадян країни за кордоном	10,5	14,1	112,6
Споживчі витрати іноземних організацій в країні	12,6	13,0	97,1
Споживчі витрати вітчизняних організацій за кордоном	11,6	5,4	80,9
Немонетарне золото і дорогоцінні метали	27,3	21,6	75,3

Методичні рекомендації до виконання завдання

Зведений індекс обсягу експорту в поточних цінах визначається за агрегатною формулою $I_{pq} = \frac{\sum(p_1q_1)}{\sum(p_0q_0)}$.

Зведений індекс фізичного обсягу експорту (обсягу експорту в постійних цінах) розраховується в даному випадку за середньою арифметичною формулою $I_q = \frac{\sum(i_q \cdot p_0q_0)}{\sum(p_0q_0)}$.

Зведений індекс цін на експортні товари і послуги обчислюється за похідною формулою $I_p = \frac{\sum(p_1q_1)}{\sum(i_q \cdot p_0q_0)}$.

Для розрахунку середньорічного темпу зростання обсягу експорту слід застосувати середню геометричну: $\bar{T}_p = \sqrt[4]{I_q}$.

Завдання 10

Компанія «Кондор» вивчає перспективи зміни торговельних контрагентів з імпорту деревини для виробництва меблів. Ураховуючи таку обставину, необхідно оцінити динаміку середньої ціни, використовуючи дані про імпорт деревини у таких компаній.

Компанія-контрагент	Базисний рік		Останній рік	
	вартість імпорту (p_0q_0), тис. євро	кількість (q_0), тис. м ³	вартість імпорту (p_1q_1), тис. євро	кількість (q_1), тис. м ³
Грін-А	21 320	8200	26 000	10 400
Вудсток	47 270	16 300	—	—
Хемфрі	27 300	9100	36 000	12 000
Таркес	89 000	35 600	73 370	31 900
Флін	—	—	43 960	15 700

З метою деталізації аналізу динаміки середньої по компаніяхк — контрагентах ціни імпорту деревини визначте: 1) зведені (загальні) індекси середньої ціни: а) постійного складу; б) структурних зрушень; в) впливу появи нових країн-контрагентів; г) впливу вибуття колишніх країн-контрагентів; 2) абсолютну зміну середньої ціни (у євро) загальну і зокрема в зв'язку: а) зі зміною цін імпорту по окремих порівнянних компаніях-контрагентах; б) зі зміною структури фізичного обсягу імпорту по колу порівнянних компаній-контрагентів; в) з появою нових компаній-контрагентів; г) з вибуттям колишніх компаній-контрагентів. Покажіть взаємозв'язок обчислених: а) індексів; б) абсолютних приростів.

Методичні рекомендації до виконання завдання

Зведений індекс середньої ціни імпорту постійного складу

$$\text{розраховується за формулою } I_p = \frac{\sum(p_1^n q_1^n)}{\sum q_1^n} : \frac{\sum(p_0^n q_1^n)}{\sum q_1^n}.$$

Зведений індекс середньої ціни імпорту структурних зру-

$$\text{шень визначається за формулою } I_{dq} = \frac{\sum(p_0^n q_1^n)}{\sum q_1^n} : \frac{\sum(p_0^n q_0^n)}{\sum q_0^n}.$$

При цьому слід звернути увагу на те, що вказані індекси обчислюються по порівнянному колу компаній-контрагентів (про це говорить надрядковий символ «п» у формулах), до якого належать тільки компанії, що здійснювали імпорт деревини як в базисному, так і в останньому роках.

Індекс впливу (на динаміку середньої ціни імпорту) появи нових компаній-контрагентів розраховується за формулою

$$I_{p_{нов}} = \frac{\sum(p_1q_1)}{\sum q_1} \cdot \frac{\sum(p_1^n q_1^n)}{\sum q_1^n}.$$

Індекс впливу (на динаміку середньої ціни імпорту) вибуття колишніх компаній-контрагентів визначається за формулою

$$I_{p_{виб}} = \frac{\sum(p_0^n q_0^n)}{\sum q_0^n} \cdot \frac{\sum(p_0 q_0)}{\sum q_0}.$$

При перемноженні наведених вище чотирьох індексів виходить індекс середньої ціни імпорту змінного складу, який також можна обчислити за формулою:

$$I_{\bar{p}} = \frac{\sum(p_1q_1)}{\sum q_1} \cdot \frac{\sum(p_0q_0)}{\sum q_0}.$$

Абсолютну зміну середньої ціни загальну і за рахунок впливу окремих факторів можна отримати, віднімаючи від чисельника відповідного індексу його знаменник.

Завдання 11

Уряд Норвегії розробляє програму розвитку зовнішньої торгівлі до 2013 р. Відомо, що обсяг експорту залежить від безлічі факторів, одним з яких виступає валовий внутрішній продукт країни (ВВП). Для прийняття рішень про нарощування експорту на основі аналізу зовнішньоторговельного обороту у різних аспектах можлива побудова як однофакторних, так і багатофакторних моделей залежності обсягу експорту від факторів впливу.

З метою виявлення кількісного впливу ВВП на обсяг експорту і використовуючи дані про валовий внутрішній продукт і експорт країни (млрд дол. США) за ряд років, необхідно визначити: 1) коефіцієнт лінійної кореляції між ВВП і експортом; 2) параметри лінійного рівняння зв'язку (регресії) між ВВП і експортом.

Рік	ВВП	Експорт	Рік	ВВП	Експорт
1995	58,0	5,7	2003	63,6	8,7
1996	58,3	6,4	2004	63,3	8,5
1997	60,0	6,1	2005	64,8	9,0
1998	59,8	7,3	2006	65,3	9,7
1999	60,7	7,2	2007	64,5	9,3
2000	61,0	7,5	2008	62,4	9,2
2001	62,1	7,7	2009	61,9	8,9
2002	61,3	7,3	2010	65,0	10,1

Спрогнозуйте обсяг експорту на 2013 р. виходячи з динаміки обсягу експорту, що склалася за попередні 16 років.

Методичні рекомендації до виконання завдання

Коефіцієнт лінійної кореляції r обчислюється за формулою

$$r = \frac{\overline{xy} - (\bar{x} \cdot \bar{y})}{\sigma_x \cdot \sigma_y},$$

$$\text{причому } \overline{xy} = \frac{\sum(xy)}{n}, \quad \bar{x} = \frac{\sum x}{n}, \quad \bar{y} = \frac{\sum y}{n},$$

$$\sigma_x = \sqrt{\frac{\sum x^2}{n} - (\bar{x})^2}, \quad \sigma_y = \sqrt{\frac{\sum y^2}{n} - (\bar{y})^2},$$

де x — значення факторної ознаки (у даному випадку — валовий внутрішній продукт); y — значення результативної ознаки (в даному випадку — обсяг експорту); $n = 16$ (у даному випадку — кількість років).

Лінійне рівняння регресії має вигляд $\bar{y}_x = a + bx$, де \bar{y}_x — усереднене значення обсягу експорту при певному числовому значенні валового внутрішнього продукту (x); a і b — параметри лінійного рівняння регресії, які називають відповідно вільним членом рівняння регресії і коефіцієнтом регресії. Для їх визначення вирішується така система рівнянь:

$$\begin{cases} na + b \cdot \sum x = \sum y \\ a \cdot \sum x + b \cdot \sum x^2 = \sum (xy) \end{cases}$$

Для прогнозу обсягу експорту на 2013 р. слід побудувати лінійне рівняння тренда, яке має вигляд $\hat{Y}_t = a + bt$.

Обчислення параметрів рівняння тренда виконайте за формулами: $a = \frac{\sum y}{n}$, $b = \frac{\sum yt}{\sum t^2}$, де \hat{Y}_t — прогнозований обсяг експорту в t -му році; t — порядковий номер року, для якого виконується прогноз; y — обсяг експорту за окремі роки.

Прогнозований обсяг експорту визначають за одержаним рівнянням тренда, вважаючи $t = 21$ (21 — порядковий номер 2013 року, відлічений від умовного початку відліку, який перебуває в середині початкового динамічного ряду).

Завдання 12

Складіть список товарів, які ви регулярно використовуєте, таких як будильник, фотоапарат, мобільний телефон, автомобіль, комп'ютер, телевізор тощо. До цього списку можна також включити, наприклад, улюблений CD, джинси, фруктовий сік, жуйку. Визначте компанії, які виробили ці товари. Після того як закінчите складати список, відвідайте бібліотеку або зайдіть в Інтернет і знайдіть відповіді на такі питання:

1. В якій країні розташовано головний офіс компанії-виробника?
2. Який відсоток від річних обсягів продаж певної фірми становлять продажі на зовнішніх ринках?
3. Де, скоріш за все, було виготовлено вашу річ?
4. Чому ви вважаєте, що ваша річ була виготовлена саме в цьому місці?

Продовжте роботу разом з іншими членами вашої групи. Проаналізуйте вплив міжнародної торгівлі на ваше життя. Разом з іншими студентами складіть список з 10-ти товарів, які ви використовуєте найчастіше. Поміркуйте, яку форму виходу на ринок вашої країни мав би обрати виробник та обґрунтуйте таке: а) чому обрана саме ця форма виходу; б) чому обрано саме такий тип торговельного посередника.

Дайте відповідь на запитання:

Чи є у вашому списку товари, вироблені за ліцензією зарубіжної фірми?

Товари, вироблені з давальницької сировини?

Завдання 13

Компанія «Бета» (Росія) займається виробництвом та експортом до країн Східної Європи сонячних батарей і комплектуючих до них. З метою розширення виробничих потужностей і укріплення позицій на зовнішніх ринках компанія розглядає можливість організації аналогічного виробництва в Україні, що потребує значних капіталовкладень.

Однією з підстав для прийняття остаточного рішення є аналіз макроекономічних факторів інвестиційної привабливості України, для чого необхідно дослідити динаміку реального валового внутрішнього продукту (ВВП). Динаміка ВВП і цін за чотири роки характеризується такими даними:

Показник	1-й рік	2-й рік	3-й рік	4-й рік
ВВП у фактично діючих цінах, млн. грош. од.	17 280	24 920	33 640	42 050
Приріст цін в порівнянні з попереднім роком, %	+ 20,8	+ 14,6	+ 11,7	+ 10,5

На основі цих даних визначте:

1) індекси — дефлятори ВВП:

а) за окремі роки;

б) за весь п'ятирічний період;

2) обсяг ВВП у постійних цінах за окремі роки.

Методичні рекомендації до виконання завдання

Розрахунок індексу-дефлятора ВВП виконується за формулою Пааше (індекс Пааше $I_p = \frac{\sum(p_1q_1)}{\sum(p_0q_1)}$).

У даному випадку ланцюгові індекси-дефлятори (тобто за окремі роки) визначаються додаванням до 100 % позитивних темпів приросту цін, які задані за умовою.

За п'ятирічний період індекс-дефлятор визначається перемноженням ланцюгових індексів-дефляторів (заздалегідь рекомендується індекси перевести з відсотків у коефіцієнтну форму). Діленням ВВП у фактично діючих цінах на індекс-дефлятор за окремі роки отримують ВВП в постійних цінах (тобто реальний ВВП).

Завдання 14

Для планування обсягів та структури зовнішньоторговельних операцій між Україною, країнами СНД та ЄС (а саме, експорту зерна з України та імпорту в Україну суміші пластівців в асортименті) компанії необхідно проаналізувати існуючу динаміку таких операцій між цими країнами. Проте при аналізі динаміки експорту та імпорту виникає проблема непорівнянності даних по країнах-контрагентах, оскільки коло цих країн змінюється.

У цьому випадку один з підходів полягає в двоетапному розрахунку індексів динаміки цін експорту або імпорту (по порівнянному колу країн-контрагентів і по всьому експорту або імпорту). Для вирішення проблеми використайте такий підхід, скориставшись даними з таблиці про експорт зерна з України за два періоди.

Група країн і країни-контрагенти	Базисний період		Останній період	
	вартість (p_0q_0), дол. США	кількість q_0 , т	вартість (p_1q_1), дол. США	кількість q_1 , т
Країни ЄС:				
A	85 591	1255	97 128	1349
B	58 588	970	70510	1100
C	131 989	1846	260 100	3468
D	—	—	133 110	1700
E	314 405	4837	330 701	4165
F	519 707	8045	-	-
G	55 062	690	132 342	1644
Країни СНД:				
H	156 731	2147	203 967	2595
I	320 717	4682	326 876	4301

Завдання: необхідно визначити:

1) зведені індекси зовнішньої торгівлі зерном:

а) цін експорту зерна;

б) фізичного обсягу експорту зерна;

в) вартості експорту зерна;

2) абсолютну зміну вартості експорту, обумовлену зміною:

а) цін експорту зерна;

б) фізичного обсягу експорту зерна;

в) всіх факторів.

Методичні рекомендації до виконання завдання

Заздалегідь розрахуйте ціну однієї тонни зерна p за кожен квартал по кожній країні діленням вартості проданого товару на його кількість.

Далі обчисліть зведені індекси цін по порівнянню в динаміці колу країн-контрагентів (окремо для країн ЄС і країн СНД — I_{pi}), виключивши при цьому з розрахунку непорівнянні краї-

ни ЄС (D і F), за формулою
$$I_{pi} = \frac{\sum(p_1q_1)}{\sum(p_0q_1)}$$
.

Далі визначте зведений індекс цін в цілому по всьому експорту, застосовуючи середню гармонічну формулу
$$I_p = \frac{\sum(p_1q_1)}{\sum\left(\frac{p_1q_1}{I_{pi}}\right)}$$
.

При цьому слід звернути увагу, що для розрахунку агрегату $\sum(pq)$ тут і далі беруться дані по всіх країнах, включаючи непорівнянні. Різниця чисельника і знаменника останнього індексу дасть абсолютну зміну вартості експорту, обумовлену зміною цін експорту.

Обчислення зведеного індексу фізичного обсягу експорту

виконайте за формулою
$$I_q = \frac{\sum\left(\frac{p_1q_1}{I_{pi}}\right)}{\sum(p_0q_0)}$$
. Різниця чисельника і

знаменника цього індексу дасть абсолютну зміну вартості експорту, обумовлену зміною фізичного обсягу експорту.

Зведений індекс вартості експорту визначається за формулами $I_{pq} = \frac{\sum(p_1q_1)}{\sum(p_0q_0)}$, або $I_{pq} = I_p \times I_q$. Причому різниця $\sum(p_1q_1) - \sum(p_0q_0)$ є абсолютною зміною вартості експорту, обумовленою зміною як цін експорту, так і фізичного обсягу експорту.

Завдання 15

Компанія «Делла» займається виробництвом дитячих іграшок і має намір розширити ринки збуту, для чого вивчає можливість експорту своєї продукції до країн Північної Америки.

При виборі країни необхідно враховувати ряд важливих макроекономічних показників, зокрема: курс валюти, індекс купівельної спроможності, індекс цін у країні тощо. Для проведення міжнародних порівнянь необхідно розрахувати ряд показників грошового обігу, зокрема, індекс купівельної спроможності національної грошової одиниці, індекс цін на купівлю долара США (або євро), індекс курсу національної грошової одиниці стосовно долара США (або євро), індекс купівельної спроможності національної грошової одиниці з урахуванням зміни курсу стосовно долара США (або євро).

Розрахуйте перераховані вище показники, використовуючи таку інформацію: у останньому періоді порівняно з базисним ціни в країні выросли на 15,6 %, при цьому валютний курс національної грошової одиниці знизився від 8,095 нац. грош. од. до 7,924 нац. грош. од. за 1 дол. США, частка грошового обороту в іноземній валюті (доларах США) на грошовому ринку країни становила 15 %.

Методичні рекомендації до виконання завдання

Індекс купівельної спроможності національної грошової одиниці визначається як величина, обернена до індексу цін (який в даному випадку становить $100 + 15,6 = 115,6\%$, або 1,156).

Індекс цін на купівлю долара США обчислюється як відношення нового валютного курсу національної грошової одиниці до колишнього курсу. Звідси індекс курсу національної грошової одиниці стосовно долара США є величина, обернена до індексу

цін на купівлю долара США. Індекс купівельної спроможності національної грошової одиниці з урахуванням зміни курсу стосовно долара США розраховується як середня арифметична зважена з індексу купівельної спроможності національної грошової одиниці та індексу курсу національної грошової одиниці стосовно долара США. (При цьому як ваги використовують частки грошового обороту відповідно в національній і іноземній — доларі США — валютах.)

ІМЕННИЙ ПОКАЖЧИК

А

Армінгтон П. (Armington P.)

Б

Баласса Б. (Balassa B.)

В

Вернон Р. (Vernon R.)

Вінер Дж. (Viner J.)

Г

Грубель Х. (Grubel G.)

К

Кемп М. (Kemp M.)

Кругман П. (Krugman P.)

Л

Ланкастер К. (Lancaster K.)

Леонт'єв В. (Leontief W.)

Ліндер С. (Linder S.)

Ллойд П. (Lloyd P.)

М

Ман Т. (Mann T.)

Мід Дж. (Meade J.)

Мілл Дж. С. (Mill J. S.)

Монкрет'єн А. (Montchrestien A.)

О

Олін Б. (Ohlin B.)

П

Познер М. (Posner M.)

Портер М. (Porter K.)

Р

Рибчинський Т. (Rybczynsky T.)

Рікардо Д. (Ricardo D.)

С

Семюелсон П. (Samuelson P.)

Серра А. (Serra A.)

Сміт А. (Smith A.)

Стаффорд У. (Stafford W.)

Столпер В. (Stolper W.)

Стюарт Д. (Steuart J.)

Т

Торренс Р. (Torrens R.)

Х

Хаберлер Г. (Haberler G.)

Хекшер Е. (Htckscher E.)

Хелпман Е. (Helpman E.)

ПРЕДМЕТНИЙ ПОКАЖЧИК

А

Актив торгового балансу — (сторінки будуть виставлені після останнього форматування тексту)
Акредитив
Актив торгового балансу
Акцепт
Арбітраж валютний

Б

Банк
Бартер
Бренд
Брокер
Брокеридж
Бюджетна ефективність експорту
Бюджетна ефективність імпорту
Бюджетний ефект від експорту
Бюджетний ефект від імпорту

В

Валюта платежу
Валюта ціни
Валютний ефект від експорту
Валютний ефект від імпорту
Валютна ефективність експорту
Валютна ефективність імпорту
Вантажна митна декларація
ВВП
Видимий експорт і імпорт
«Викрутковий» завод
Витрати трансакційні

Г

Гранично допустимі витрати експорту
Гранично допустима вартість імпоротної продукції

Д

Давальницька сировина
Делькредере
Дефлятор
Дистриб'ютор
Дочірна компанія
Дисконтування

Е

Експорт
Ефективність
Ефективність зовнішньоекономічної діяльності підприємств

З

Замовлення
Запит
Знижка дилерська
Знижка за кількість чи серійність
Знижка за оборот (бонусна)
Знижка загальна (проста, одноразова)
Знижка сезонна
Знижка спеціальна
Зовнішньоекономічна діяльність
Зовнішньоекономічна діяльність підприємства
Зовнішньоекономічний договір (контракт)
Зовнішньоекономічні зв'язки
Зовнішньоекономічна операція
Зовнішньоекономічний потенціал
Зустрічна торгівля

І

Імпорт
Інвестор
Інвестиції
Інвестиції іноземні
Інвестиції прямі

Инвойс (комерційний рахунок)
Індекс умов торгівлі
Індент
Інкасо
Інкасо документарне
Інкотермс
Інжиніринг

K

Кампанія — PR
Капіталізація
Квота експортна
Квота імпортна
Коефіцієнт ефективності експорту альтернативний
Коефіцієнт ефективності експорту базовий
Коефіцієнт ефективності імпорту альтернативний
Коефіцієнт ефективності імпорту базовий
Коефіцієнт зовнішньоторговельного обороту
Комісіонер
Компенсаційна угода
Консалтинг
Кост плюс
Коносамент
Конкурентна перевага
Контракт типовий
Контроферта

L

Лаг імітаційний
Лаг попиту
Лаг чистий
Лист конкурентний
Лист пакувальний
Лізинг
Ліцензія
Ліцензування

M

Маркетинг
Меркантилізм
Митний союз
Монетаризм

Н

Невидимий експорт та імпорт
Неявні (альтернативні) витрати

О

Обмеження валютні
Ордер закупівельний
Опціон валютний
Оферта
Оферта вільна
Оферта тверда

П

Перевага абсолютна
Перевага відносна
Переказ банківський
Політика цінова
Посередник
Протекціонізм
Портфельні інвестиції

Р

Рахунок консульський
Рахунок-проформа
Рахунок-фактура
Ризик валютний
Розрахунки по відкритому рахунку
Реклама
Роялті

С

Сертифікат походження товару
Спільні підприємства
Стратегія
Стратегія планування
Стратегія прямих іноземних інвестицій
Страховий поліс
Суб'єкти ЗЕД

T

Товарообмін
Толлінг
Торгова марка
Торговельний агент
Транспорт
Туризм
Трансакційні витрати

У

Управлінський контракт

Ф

Франчайзер
Франчайзі
Франчайзинг
Фритредерство
Хеджування

Ц

Ціна експортна
Ціна з наступною фіксацією
Ціна імпортна
Ціна ковзаюча (змінна)
Ціна рухома
Ціна тверда
Ціни індикативні
Ціни опубліковані
Ціни розрахункові
Ціни світові
Ціни, що публікуються

ГЛОСАРІЙ

А

Автаркія (від гр. *autarkeia* — самовдоволення) — крайній вияв протекціонізму; політика відособлення країни від економіки інших країн з метою створення замкненого, національного господарства, що відзначається самозабезпеченням.

Акредитив — це розрахунковий документ, який є дорученням одного банку іншому провести оплату товарно—транспортних документів за відвантажені товари чи надані послуги за рахунок заздалегідь визначених джерел коштів.

Акредитив документарний — це грошове зобов'язання банку, яке виставляється на підставі доручення його клієнта—імпортера на користь експортера.

Актив торгового балансу — перевищення експорту країни над її імпортом.

Акцепт — лист-підтвердження, що містить згоду покупця на пропозицію продавця.

Арбітраж валютний — покупка іноземної валюти на одному валютному ринку з одночасним перепродажем її на іншому з метою здобуття прибутку на різниці у курсах валют, або здійснення такої операції в часі.

Б

Банк — підприємство, що торгує грошми, засобами платежу. Банк залучає їх у вигляді внесків (деPOSITIV), платить вкладникові обговорений відсоток, стає боржником; проводить розміщення засобів у виді позик і кредитів, тобто як би продає в тимчасове користування гроші за відсоток, що перевищує процентну ставку по депозитах. Різниця, або маржа, є джерелом банківського прибутку. Банки торгують цінними паперами, державними і корпоративними; мають різну спеціалізацію (інвестиційні, іпотечні, ошадні).

Бартер — безгрошовий (прямий) обмін товарами і послугами.

- Бренд** — невлочима сума властивостей продукту: його імені, упаковки та ціни, його історії, репутації та способи рекламування. Бренд також є сполученням вражень, які він справляє на споживачів, і результатом їхнього досвіду у використанні бренду.
- Брокер** — фізична або юридична особа, що виконує роль посередника між продавцями і покупцями товарів, цінних паперів, валюти. Брокери сприяють укладенню торговельних угод, зводячи покупців і продавців. Брокери діють з доручення своїх клієнтів і за їхній рахунок, одержуючи плату або винагороду у виді комісійних при укладенні угоди. У дорученні клієнта брокерові вказується: кількість, термін постачання і ціна.
- Брокеридж** — (англ. brokerage fee) винагорода брокера. Сума, виплачувана страховому брокерові при укладанні договору страхування, обмовляється у відсотках від суми страхової премії. У брокеридж входить також плата страховальника брокерові за посередницькі послуги у врегулюванні заявленої претензії по фактові страхового випадку.
- Бюджетна ефективність експорту** — частка від ділення вартості обсягу експорту товарів на вартість цих товарів за цінами внутрішнього ринку з урахуванням транспортних та інших витрат з доставки товарів.
- Бюджетна ефективність імпорту** — частка від ділення вартості обсягу імпортованих товарів за цінами внутрішнього ринку на вартість цих товарів за цінами закупки на зовнішньому ринку.
- Бюджетний ефект від експорту** — різниця між вартістю обсягу експорту товарів та вартістю цих товарів за цінами внутрішнього ринку з урахуванням транспортних та інших витрат з доставки товарів.
- Бюджетний ефект від імпорту** — різниця між вартістю обсягу імпортованих товарів за цінами внутрішнього ринку та вартістю цих товарів за цінами закупки на зовнішньому ринку.

B

- Валюта платежу** — валюта, у якій здійснюється оплата товарів, цінних паперів, послуг або погашення кредиту.
- Валюта ціни** — це валюта, в якій визначається ціна контракту.
- Валютний ефект від експорту** — різниця між гранично допустимими витратами, пов'язаними з експортом товарів за відомої зовнішньоторговельної ціни та реальними експортними витратами.
- Валютний ефект від імпорту** — різниця між реальними витратами, пов'язаними з імпортом та гранично допустимими витратами на імпортовані товари за відомої зовнішньоторговельної ціни.
- Валютна ефективність експорту** — відношення гранично допустимих витрат, пов'язаних з експортом товарів за відомої зовнішньоторговельної

ціни (валютні надходження, скориговані на коефіцієнт цінності / купівельної спроможності валюти та, за потреби, на коефіцієнт кредитного впливу) і реальних експортних витрат.

Валютна ефективність імпорту — відношення реальних витрат, пов'язаних з імпортом та гранично допустимих витрат на імпорт товарів за відомої зовнішньоторговельної ціни (витрат, скоригованих на коефіцієнт цінності / купівельної спроможності валюти та, за потреби, на коефіцієнт кредитного впливу).

Вантажна митна декларація — документ, що містить відомості про товар, який ввозиться на митну територію України, мету його ввезення або про зміну митного режиму для таких товарів, а також інформацію, необхідну для здійснення митного контролю, митного оформлення, митної статистики, нарахування митних платежів.

ВВП — вартість товарів і послуг, зроблених у країні у всіх галузях економіки і призначених для кінцевого споживання, нагромадження й експорту.

«Викрутковий» завод — підприємство, яке лише збирає готову продукцію з великих вузлів та агрегатів, що закупуються і поставляються у готовому вигляді.

Витрати трансакційні — витрати економічної діяльності, пов'язані зі здійсненням ринкових угод (витрати збору та обробки інформації, проведення переговорів та прийняття рішень, контролю та юридичного захисту виконання контракту).

Г

Гранично допустимі витрати експорту товарів за відомої зовнішньоторговельної ціни — валютні надходження (обсяг продажу товарів за кордоном або сума експорту), скориговані на коефіцієнт цінності валюти (купівельної спроможності валютних надходжень) та коефіцієнт кредитного впливу (за умов укладання угоди на умовах надання кредиту).

Гранично допустима вартість імпортової продукції — імовірні витрати (ті, які б були здійснені у випадку виробництва товарів всередині країни), скориговані на коефіцієнт цінності валюти та коефіцієнт кредитного впливу.

Д

Давальницька сировина — сировина особи (юридичної, фізичної), власник якої є замовником на виготовлення товару з цієї сировини іншою осо-

бою—товаровиробником, а водночас і власником готового товару (продукту). Може бути давальницька сировина також зарубіжного походження, яка ввозиться в іншу країну з метою переробки в готову продукцію з наступним вивезенням до країни — власника сировини або реалізацією на внутрішньому ринку країни-виробника. У ціну готової продукції виробник включає вартість переробки давальницької сировини і витрати, пов'язані з виготовленням продукції.

Добровільне обмеження експорту/імпорту — кількісне обмеження, засноване на зобов'язанні одного з партнерів по торгівлі обмежити або, принаймні, не розширювати обсягів постачань, прийняте в рамках офіційної міжурядової або неофіційної угоди про встановлення квот на експорт/імпорт певного товару.

Делькредере (італ. del credere — за довірою): а) гарантійне зобов'язання брокера перед принципалом за виконання угоди; б) страхування дебіторської заборгованості; в) винагорода за поруку в платежі за векселем або іншим зобов'язанням; д) виплачується у випадку повного надходження платежу за відданий у борг товар.

Демпінг — навмисне заниження цін на товари, що конкурують із товарами, виробленими національними підприємствами, з метою придбання більшої частки ринку і витіснення інших (національних) виробників.

Дефлятор — коефіцієнт, який використовується з метою приведення економічних показників, що визначаються у грошовому вимірі, до рівня цін попереднього періоду; чисельно дорівнює індексу цін.

Дистриб'ютор (англ. distributor — розподіл) — юридична або фізична особа, що проводять закупівлю і збут оптових партій товарів визначеного асортименту, найчастіше імпортного виробництва, на регіональних ринках. дистриб'ютор закуповує товари в продавця або виробника за свій рахунок, а потім продає їх покупцеві. дистриб'ютор може надавати маркетингові послуги, а також послуги з монтажу і налагодження устаткування, навчання користування їм. Можливе застосування правопису «дистрибутор».

Дочірня компанія — компанія, в якій прямиий інвестор (материнська компанія) має контрольний пакет акцій.

Дисконтування — приведення економічних показників різних років до виду зіставлення за допомогою коефіцієнта, заснованого на формулі складних процентів.

E

Експорт — вивіз за кордон товарів, послуг і капіталу для реалізації на зовнішніх ринках.

Ембарго (лат. *imbaricare* — перешкоджати; ісп. *embargo*) — державна заборона на імпорт-експорт певних товарів, технологій і капіталу у окремі країни.

Ефективність — досягнення певних результатів із мінімально можливими витратами або отримання максимально можливого обсягу продукції з існуючої кількості ресурсів.

Ефективність зовнішньоекономічної діяльності підприємств — позитивний кількісний та (або) якісний результат, отриманий за наслідками реалізації зовнішньоекономічного контракту порівняно із результатами зовнішньоекономічної діяльності, що здійснювалась до цього.

3

Замовлення — письмове розпорядження покупця щодо доставки йому товарів чи надання послуг; документ оформлюється частіше всього на спеціальному бланку з обґрунтуванням ціни.

Запит — звернення покупця до продавця, що містить пропозицію вислати оферту, якщо ініціатива в пошуку товару виходить від покупця.

Знижка дилерська — знижка, яка надається виробниками своїм постійним агентам та іншим посередникам зі збуту.

Знижка за кількість чи серійність — знижка, яка надається за умови купівлі заздалегідь визначеної зростаючої кількості товару.

Знижка за оборот (бонусна) — знижка, яка встановлюється за певною шкалою залежно від досягнутого обороту протягом узгодженого сторонами терміну (звичайно одного року).

Знижка загальна (проста, одноразова) — знижка, яка надається до преїскурантної або довідкової ціни товару.

Знижка сезонна — знижка, яка надається за купівлю товару поза сезоном.

Знижка спеціальна — знижка, яка надається на пробні партії товару.

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.

Зовнішньоекономічна діяльність підприємства — це сфера господарської діяльності, пов'язана з міжнародною виробничою й науково-технічною кооперацією, експортом і імпортом продукції, виходом підприємства на зовнішній ринок.

Зовнішньоекономічний договір (контракт) — матеріально оформлена угода двох чи більше суб'єктів ЗЕД та їхніх іноземних контрагентів, спрямована на встановлення, зміну або припинення їхніх взаємних прав та обов'язків у зовнішньоекономічній діяльності.

- Зовнішньоекономічні зв'язки** — це сукупність форм, засобів і методів зовнішньоекономічних відносин між країнами.
- Зовнішньоекономічна операція** — це комплекс дій контрагентів різних країн з підготовки, укладання та виконання торгової, інвестиційної чи іншої угоди економічного характеру.
- Зовнішньоекономічний потенціал** — це сукупність галузей, підгалузей, об'єднань, підприємств і організацій, що виробляють продукцію на експорт чи використовують імпорتنу продукцію та здійснюють інші види і форми ЗЕД.
- Зовнішньоекономічна політика держави** — система принципів і методів, що визначають діяльність органів державної влади та державного управління і спрямовані на забезпечення національних економічних інтересів у сфері розвитку та взаємодії національних економік у цілому і національних суб'єктів міжнародного бізнесу зокрема.
- Зустрічна торгівля** — сукупність угод, при укладанні яких закупка продукції з різних причин супроводжується відповідними поставками товарів з метою досягнення балансу експортно-імпортних операцій. Зустрічна торгівля поділяється на бартерні угоди, зустрічні закупки, компенсаційні угоди, кліринг, угоди «оффсет».

/

- Імпорт** — ввіз через границю товарів, технології та капіталів для реалізації на внутрішньому ринку країни—імпортера; одержання від іноземних партнерів послуг виробничого або споживчого призначення.
- Імпортний депозит** — попередня застава, яку імпортер повинен внести в свій банк перед закупівлею іноземного товару.
- Інвестор** — це людина яка вкладає гроші і/або інші активи з метою їх збереження та примноження.
- Інвестиції** — це довгострокове вкладення капіталу в підприємницьку діяльність з метою отримання прибутку.
- Інвестиції іноземні** — цінності, що вкладаються іноземними інвесторами в об'єкти інвестиційної діяльності відповідно до законодавства України з метою отримання прибутку або досягнення соціального ефекту.
- Інвестиції прями** — це безпосередня участь інвестора у виборі об'єкта інвестування і вкладанні коштів.
- Інвойс (комерційний рахунок)** — пакет документів, що є основою для розрахункових операцій, до якого входить рахунок-фактура, з переліком відправлених товарів та повної інформації про кількість, якість і ціну товару, нумерацію і маркування вантажних місць, способи постачання товару; крім того, проставляється номер контракту, вказується вели-

чина скидки і методи її надання, номер замовлення і накладної, дата відвантаження, умови і форми платежу.

Індекс умов торгівлі — співвідношення індексів середніх цін експорту та імпорту.

Ідент — документ з відривним дублікатом; 2) замовлення, зроблене імпортером однієї країни комісіонеру іншої на закупку певної партії товару.

Інкасо — банківська операція по стягненню грошових коштів з платника на користь одержувача на підставі письмового доручення останнього з наданням відповідних документів.

Інкасо документарне — це доручення експортера (кредитора) своєму банку одержати від імпортера (платника) безпосередньо або через інший банк певну суму або підтвердження (акцепт) того, що ця сума буде сплачена в установлені терміни.

Інкотермс (Incoterms, International commerce terms)— офіційні правила Міжнародної торгової палати, які містять перелік і опис факультативних правил здійснення договірних поставок.

Інжиніринг (англ. engineering; від лат. ingenium — винахідливість) — інженерно—консультаційні послуги, роботи дослідницького, проектно—конструкторського, розрахунково-аналітичного характеру, підготовка техніко-економічного обґрунтування проектів, надання рекомендацій щодо організації виробництва та управління.

К

Кампанія — PR — комплексне і багатократне використання PR-заходів, а також рекламних матеріалів у межах єдиної концепції і загального проведення плану впливу на думку та ставлення людей з метою популяризації іміджу, підтримки репутації.

Капіталізація — перетворення частини доданої вартості або доходів на капітал; обчислення цінності майна (нерухомості, цінних паперів тощо) за доходом, якій таке майно приносить; калькуляція вартості кредиту з урахуванням процентної ставки; доларова сума всіх акцій, боргів і перерозподіленого прибутку компанії.

Квота експортна — відношення величини обсягу експорту до валового внутрішнього продукту.

Квота імпортна — відношення величини обсягу імпорту до валового внутрішнього продукту.

Коефіцієнт ефективності експорту альтернативний — віднесення суми експортного прибутку до внутрішнього прибутку підприємства від продажу цього товару всередині країни.

Коефіцієнт ефективності експорту базовий — віднесення величини експортного доходу до експортних витрат.

- Коефіцієнт ефективності імпорту альтернативний** — показник, який визначається віднесенням прибутку від реалізації імпортованих товарів до внутрішнього прибутку, обчисленого на основі оптової ціни цього товару за умов виробництва його всередині країни.
- Коефіцієнт ефективності імпорту базовий** — показник, який визначається віднесенням виручки від реалізації товару на внутрішньому ринку країни до витрат, пов'язаних з здійсненням імпорту.
- Коефіцієнт зовнішньоторговельного обороту** — відношення величини суми експорту та імпорту до валового внутрішнього продукту.
- Комісіонер** — одна зі сторін угоди комісії, контрагент комітента за такою угодою.
- Компенсаційна угода** — комерційний обмін товарів і послуг на інші товари чи послуги такої ж вартості.
- Консалтинг** — консультативні послуги в діловій практиці.
- Кост плус** — метод формування ціни, коли до повних витрат додається певний прибуток, що визначається через норму рентабельності, називається методом повних витрат (Full cost pricing, Cost plus pricing).
- Коносамент** — документ, що засвідчує одержання вантажу для транспортування морським шляхом; видається перевізником відправникові вантажу.
- Конкурентна перевага** — рівень ефективного використання наявних у розпорядженні фірми (а здобувають також для майбутнього споживання) всіх видів ресурсів.
- Контракт типовий** — розроблений відповідно до встановлених правил документ, який містить ряд уніфікованих умов, прийнятих у практиці міжнародної торгівлі, тобто наперед узгоджених, типових умов.
- Контроферта** — лист із визначенням умов угоди, який відправляє покупець у разі незгоди з умовами оферти.

Л

- Лаг імітаційний** — проміжок часу між появою новітнього продукту в одній з країн та налагодженням випуску такого товару національними виробниками у інших країнах.
- Лаг попиту** — проміжок часу між моментом появи нового продукту на ринку країни та тим моментом часу, коли споживачі визнають цей продукт як гідний заміник існуючим виробам або як якісно новий предмет споживання.
- Лаг чистий** — обчислена в одиницях виміру часу різниця між імітаційним лагом і лагом попиту, яка показує тривалість періоду, коли експортні операції найбільш дієві та результативні.
- Лист конкурентний** — документ, що узагальнює інформацію про техніко—економічні показники, якість, ціни й комерційні умови при реалізації.

лізації товару; використовується при укладенні контрактів, з метою реклами.

Лист пакувальний — супроводжувальний документ до вантажу, в якому дається перелік усіх видів і сортів товарів, що перебувають у кожному товарному місці.

Лізинг — вид інвестиційної діяльності з придбання майна або інших товарів і передачі їх у довгострокову оренду фізичним або юридичним особам за визначену плату, на певний строк і на умовах, передбачених договором, із правом наступного викупу лізингоодержувачем (орендарем).

Ліцензія — дозвіл на право використання технічної документації або запатентованих винаходів.

Ліцензія — це дозвіл, що дає право імпортеру ввозити певну кількість товару в країну.

Ліцензування — нормативне встановлені умови, порядок і процедура надання уповноваженими органами дозволу на експорт та імпорт певних товарів, робіт, послуг прав інтелектуальної власності у відповідних обсягах і суворо визначені строки.

Ліцензування — це система письмових дозволів, які видаються державними органами на експорт та імпорт товарів.

М

Маркетинг — комплексна система керування діяльністю підприємства з розробки, виробництва і збуту продукції на основі дослідження ринку й активного впливу на формування попиту. Маркетинг включає взаємозалежну систему заходів з дослідження ринку, просування товару на ринок, підпорядкування виробництва вимогам ринку. Орієнтуючи виробництво на найкраще задоволення потреб ринку, що існують і потенційних покупців продукції, маркетинг сприяє усталеній роботі підприємства й одержанню прибутку.

Меркантилізм — теорія і політика торгового капіталу періоду його первісного нагромадження (європейські держави XVI—XVIII ст.). Основний зміст меркантилізму полягає у забезпеченні економічного добробуту в країні через обмеження імпорту та збільшення експорту для того, щоб в країні нагромаджувались дорогоцінні метали, а сальдо торгового балансу було б незмінно активним.

Митний союз — угода групи країн про взаємне скасування митних тарифів та встановлення єдиної тарифної політики стосовно третіх країн.

Мито — це вид державного податку, що стягується з товарів, цінностей та майна, що перетинає державний кордон країни.

Митний тариф будь-якої країни — перелік товарів, що обкладаються митом.

Монетаризм — економічна теорія, згідно з якою кількість грошей у обігу є визначальним фактором формування кон'юнктури. Існує прямий зв'язок із зміною грошової маси у обігу, з одного боку, і величиною валового національного продукту і рівнем цін — з другого.

Міжнародний економічний режим — комплекс правил, регламентацій та звичаєвих норм, що утворюються на базі міжнародних угод та встановлюють передумови міжнародної господарської діяльності та співробітництва щодо міжнародної економічної діяльності.

Н

Неявні (альтернативні) витрати — вартість власних виробничих ресурсів підприємства, які використовуються, але ціна за які не сплачується, оскільки такі ресурси не є покупними; неявні (альтернативні) витрати разом із бухгалтерськими (явними) утворюють економічні витрати підприємства.

О

Обмеження валютні — це законодавча чи адміністративна заборона у вигляді лімітування і регламентації операцій резидентів і нерезидентів з валютою й іншими валютними цінностями.

Обмежувальна ділова практика — це сукупність дій, заходів, прийомів, що формують ринкову поведінку підприємств чи їх об'єднань з метою досягнення та утримання провідної позиції на ринку шляхом обмеження або послаблення конкурентної боротьби.

Ордер закупівельний — супроводжувальний лист на замовлення партії товару чи надання послуги.

Опціон валютний — контракт на право купити або продати протягом договірного періоду за договірною ціною лот валюти; опціон, який передбачає право вибору альтернативних валютних умов контракту.

Оферта — це письмова пропозиція продавця покупцю про продаж товарів на визначених ним умовах.

Оферта вільна — письмова пропозиція, яка зазвичай робиться одночасно на одну і ту ж партію товарів багатьом покупцям і не містить терміну для відповіді, внаслідок цього не пов'язує оферента своєю пропозицією: якщо покупець згоден з умовами даної оферти, він підтверджує цей факт твердою офертою.

Оферта тверда — письмова пропозиція на продаж відповідної партії товарів одному можливому покупцю з визначенням терміну відповіді, на протя-

зі якого він є пов'язаним зі своєю пропозицією і не може зробити пропозицію іншим покупцям.

П

- Перевага абсолютна** — перевага у виробництві певних товарів і послуг, яке одна країна має стосовно всіх або більшості інших країн завдяки наявності особливого складу факторів виробництва, що дозволяє виробляти товари з порівняно меншими витратами.
- Перевага відносна** — одна з головних засад міжнародної спеціалізації між секторального і вертикально внутрішньосекторального характеру, що ґрунтується на відмінностях між країнами, а саме, у технології виробництва (рікардіанська та новорікардіанська теорія), або відмінностях у факторній забезпеченості між країнами та відмінностях у факторомісткості їхніх виробничих секторів (теорія Хекшера — Оліна та теорія пропорції нових факторів) і здатна описувати місце та роль країни у системі міжнародного поділу праці.
- Переказ банківський** — доручення банку від однієї фізичної чи юридичної особи переказати певну суму на користь іншої особи.
- Політика цінова** — це визначення рівня цін і можливих варіантів їх зміни залежно від цілей та завдань, що стоять перед підприємством в короткостроковому та довгостроковому періодах.
- Портфельні інвестиції** — вкладення в іноземні підприємства або цінні папери, які приносять інвесторові відповідний дохід, але не дають право контролю над підприємством.
- Посередник** — фізична або юридична особа, яка стає єдиною ланкою між виробником і споживачем, продавцем і покупцем товару і яка сприяє розвитку торгівлі.
- Протекціонізм** — економічна політика держави, яка має за мету послабити вплив іноземної конкуренції на національне господарство шляхом введення високого мита на товари, що ввозяться, обмеження або повної заборони ввозу певних товарів.

Р

- Рахунок консульський** — доручення, в якому підтверджується походження товару; він виписується в країні експортера консулом країни імпортера після виплати консульського збору; надається разом з експортованим товаром, якщо це вимагається в країні—імпортері.

- Рахунок-проформа** — попередній рахунок на оплату імпортованої продукції; зазвичай містить ту ж інформацію, що й кінцевий (остаточний) рахунок, але не може використовуватися для оплати поставок.
- Рахунок-фактура** — це рахунок, що виписується продавцем на ім'я покупця після того, як покупець замовить товар. У рахунку-фактурі містяться відомості про товар та його ціну. Рахунок-фактура є підставою для оплати або розрахунку.
- Режим найбільшого сприяння** — це положення про те, що кожна з держав зобов'язується надати іншій державі — учасниці договору такі ж сприятливі права, переваги, привілеї та пільги, як і ті, що їх вона надає або надасть у майбутньому будь-якій третій державі.
- Ризик валютний** — небезпека валютних втрат, пов'язаних із зміною курсу іноземної валюти стосовно національної валюти при проведенні внутрішньоторговельних, кредитних і валютних операцій.
- Розрахунки по відкритому рахунку** — продаж товарів у кредит, без гарантій для експортера стосовно одержання платежу від імпортера.
- Регулювання світогосподарських зв'язків** — рівнева система цілеспрямованої дії суб'єктів регулювання на основі певних принципів з використанням певних інструментів регулювання та інституційно-правових структур.
- Реклама** — інформація про особу чи товар, розповсюджена в будь-якій формі та у будь-який спосіб і призначена сформулювати або підтримати обізнаність споживачів реклами та їх інтерес щодо таких особи чи товару.
- Роялті** — сума коштів, що має бути виплачена фірмою за право виробляти товар (надавати послугу) за згодою з іншою фірмою.

С

- Сертифікат походження товару** — документ спеціально установленої форми, який підтверджує, що товари / послуги вироблені / виконані в даній країні; містить інформацію для ідентифікації товарів/послуг.
- Спільні підприємства** — підприємства, що базуються на спільному капіталі суб'єктів господарської діяльності України або іноземних суб'єктів господарської діяльності, на спільному управлінні та на спільному розподілі результатів та ризиків.
- Стратегія** — це генеральна комплексна програма дій, що визначає пріоритетні для підприємства проблеми, його місію, головні цілі та розподіл ресурсів для досягнення таких цілей.
- Стратегія** — спосіб досягнення мети; відбиває сутність і характер діяльності компанії; намічений шлях розвитку компанії, який враховує наявні ресурси, їхній розподіл, передбачає координацію і відповідне планування.
- Стратегія прямих іноземних інвестицій** — це стратегія придбання діючих компаній, які ведуть бізнес у країні, що приймає інвестиції.

Страховий поліс — письмова угода між страхувальником і страховиком, яка засвідчує, що страховик бере на себе зобов'язання у разі настання страхового випадку виплатити страхову суму або в межах страхової суми відшкодувати збиток страхувальникові чи іншій особі, зазначеній у полісі.

Суб'єкти ЗЕД — це суб'єкти господарської діяльності, що належать до різних форм власності, самостійно здійснюючи зовнішньоекономічних операції з закордонними партнерами.

Т

Тарифна ескалація — підвищення рівня митного обтяження товарів зі зростанням їх доданої вартості.

Технічні бар'єри — комплекс заходів щодо перевірки відповідності продукції, що імпортується, вимогам міжнародних та національних стандартів.

Товарообмін — обмін товарами, акти купівлі—продажу.

Толлінг — діяльність з використанням давальницької сировини.

Торгова марка — (англ. trademark) знак для товарів і послуг позначення, знак за яким товари і послуги одних осіб відрізняються від товарів і послуг інших осіб. Такими позначеннями можуть бути слова, цифри, зображувальні елементи, комбінації кольорів. У Цивільному кодексі України стосовно знаку для товарів і послуг вживається термін «торговельна марка». Термін «торговельна марка» є прямим запозиченням з англійської мови. Це, по суті, термін «знак для товарів і послуг» і «торговельна марка» означають одне й те саме поняття і тому можуть вживатися як рівнозначні.

Торговельний агент — особа, що займається збутом товарів однієї чи кількох фірм у певній місцевості.

Транспорт — сукупність заходів, що пристосовані для переміщення людей, вантажів, сигналів та інформації з одного місця в інше.

Туризм — тимчасові виїзди (подорожі) людей в іншу країну або місцевість, відмінну від місця постійного проживання на термін від 24 год. до 6 міс. або із здійсненням не менше однієї ночівлі в розважальних, оздоровчих, спортивних, гостьових, пізнавальних, релігійних і інших цілях без заняття діяльністю, оплачуваною з місцевого джерела.

У

Управлінський контракт — угода, за якою контроль над поточною діяльністю підприємства або його частиною передається в руки іншої компанії за певну винагороду.

Ф

Франчайзер — власник торговельної марки і бізнес-ідеї.

Франчайзі — підприємець, який здійснює комерційну діяльність «під вивіскою» франчайзера як незалежний підприємець, його заробітком є прибуток від діяльності.

Франчайзинг (фр. franchissage — пільга, привілей) — форма співпраці між юридично та фінансово незалежними сторонами (компаніями та/або фізичними особами), в рамках якої одна сторона (франчайзер), що володіє успішним бізнесом, відомою торговою маркою, ноу-хау, комерційними таємницями, репутацією та іншими нематеріальними активами, дозволяє іншій стороні (франчайзі) користуватися цією системою на певних умовах.

Франчайзинг — це передавання продавцем (франшизером) права на використання своєї торгової марки покупцю (франшизі).

Фритредерство — напрям в економічній теорії і практиці, який ґрунтується на принципах вільної торгівлі та невтручання держави у підприємницьку діяльність.

Х

Хеджування — страхування від імовірних втрат при коливанні ціни товару на ринку реального продукту через купівлю ф'ючерсних контрактів.

Ц

Ціна експортна — це ціна, за якою виробники або зовнішньоторговельні організації продають національні товари на світовому ринку.

Ціна з наступною фіксацією — встановлюється у визначені контрактном терміни на підставі узгоджених джерел.

Ціна імпортна — це ціна, за якою вітчизняні підприємці купують товари за кордоном.

Ціна ковзаюча (змінна) — застосовується в контрактах із тривалими термінами поставок, протягом яких економічні умови виробництва товарів можуть суттєво змінитися.

Ціна рухома — це зафіксована при укладенні контракту ціна, що може бути переглянута у подальшому, якщо ринкова ціна певного товару до моменту його поставки зміниться.

-
- Ціна тверда** — узгоджується і встановлюється на момент підписання контракту і не підлягає зміні протягом строку його дії.
- Ціни індикативні** — ті ціни, що відповідають цінам, які склалися на аналогічну продукцію на момент здійснення експортної (а інколи імпоротної) операції.
- Ціни опубліковані** — це ціни, що повідомляються в спеціальних джерелах, які, як правило, показують рівень світових цін, тобто експортні ціни основних постачальників певного товару й імпорتنі ціни в найважливіших центрах імпорту цього товару.
- Ціни розрахункові** — застосовуються в контрактах на нестандартне устаткування, вироблене звичайно за індивідуальними замовленнями.
- Ціни світові** — це ціни великих експортно-імпортних операцій, що здійснюються в основних центрах світової торгівлі.
- Ціни, що публікуються**, — це ціни, що оприлюднюються в спеціальних джерелах інформації (ціни аукціонів, біржові котирування, ціни статистичних довідників, ціни укладених контрактів, ціни пропозиції великих фірм).

ДОДАТКИ

Додаток А

ДЖЕРЕЛА ПРАВА

1. Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність». Прийнятий Верховною Радою Української РСР 16 квітня 1991 р. № 959-XII. До Закону неодноразово вносилися зміни та доповнення.

2. Закон України «Про підприємництво». Прийнятий Верховною Радою Української РСР 7 лютого 1991 р. № 698-XII. До Закону неодноразово вносилися зміни та доповнення.

3. Закон України «Про підприємства». Прийнятий Верховною Радою Української РСР 27 березня 1991 р. № 888-XII. До Закону неодноразово вносилися зміни та доповнення.

4. Закон України «Про режим іноземного інвестування». Прийнятий Верховною Радою України 19 березня 1996 р. № 93 / 96-ВР. Закон змінювався та доповнювався.

5. Указ Президента України «Про додаткові заходи щодо збільшення надходжень інвестицій в економіку України» від 22 лютого 2001 р. № 108 / 2001 (Офіційний вісник України. — 2001. — № 9).

6. Положення «Про порядок державної реєстрації договорів (контрактів) про спільну інвестиційну діяльність за участю іноземного інвестора». Затверджене постановою Кабінету Міністрів України від 30 січня 1997 р. № 112 (Офіційний вісник України. — 1997. — № 6).

7. Розпорядження Президента України «Про впорядкування контролю за зовнішньоекономічною діяльністю резидентів України» від 21 лютого 2000 р. № 90 / 2000-рп. Код нормативного акта 14704 / 2000 (Офіційний вісник України. — 2000. — № 8).

8. Положення «Про форму зовнішньоекономічних договорів (контрактів)». Затверджене наказом Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України від 6 вересня 2001 р. № 201 (Офіційний вісник України. — 2001. — № 39).

9. Порядок реєстрації та обліку зовнішньоекономічних договорів. Затверджений наказом Міністерства економіки України від 29 червня 2000 р. № 136. Зареєстрований у Міністерстві юстиції України 17 липня 2000 р. за № 420 / 4641. Зазначеним наказом були також затверджені такі документи:

- інструкція про порядок заповнення інформаційної картки зовнішньоекономічного договору (контракту);
- інструкція про заповнення картки реєстрації обліку зовнішньоекономічного договору (контракту);
- перелік товарів (текстильних виробів) за кодами ТН ЗЕД (походженням з України), щодо яких міжнародними договорами передбачено добровільні обмеження експорту;

- перелік товарів походженням з України, на імпорт яких введено односторонні кількісні обмеження (квотування, контингентування, ліцензування) деякими державами, економічними угрупованнями, митними союзами;

- перелік товарів, експорт яких здійснюється відповідно до конкретних заходів з метою запобігання антидемпінговим процедурам;

- перелік країн, у разі експорту в які товарів зовнішньоекономічні договори (контракти) підлягають обліку (реєстрації);

- розрахунок вартості витрат Міністерства економіки України, пов'язаних з оформленням та видачею карток реєстрації обліку зовнішньоекономічних договорів.

(Зазначені акти містяться в «Офіційному віснику України». — 2000.— № 30.)

10. Угода про порядок вирішення спорів, пов'язаних із здійсненням господарської діяльності. Підписана у Києві 20 березня 1992 р. урядами держав — учасниць СНД.

11. Вашингтонська конвенція 1965 р. про порядок вирішення інвестиційних спорів між державами та іноземними особами.

12. Сеульська Конвенція 1985 р. про заснування багатостороннього агентства з гарантій інвестицій (Seoul Multilateral Investment Agency Convention)

13. Конвенція ООН 1980 р. про договори міжнародної купівлі-продажу товарів (United Nations Convention on the Contracts for the International Sale of Goods). Україна є учасницею Конвенції з 1 лютого 1991 р. Конвенція відома ще як «Віденська» за місцем укладення.

14. Конвенція про позовну давність у міжнародній купівлі-продажу товарів від 14 червня 1974 р. (Convention on the Limitation Period in the International Sale of Goods). Набула чинності 1 серпня 1988 р., для України — 1 квітня 1994 р. Конвенція ратифікована постановою Верховної Ради України від 14 липня 1993 р. № 3382-ХІІ.

ЗАКОН УКРАЇНИ
«ПРО ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНУ ДІЯЛЬНІСТЬ»
від 16 квітня 1991 р. № 959-ХІІ
(структура документа)

Розділ І

Загальні положення

- Стаття 1. Визначення термінів.
- Стаття 2. Принципи зовнішньоекономічної діяльності.
- Стаття 3. Суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності.
- Стаття 4. Види зовнішньоекономічної діяльності.
- Стаття 5. Право на здійснення зовнішньоекономічної діяльності.
- Стаття 6. Договори (контракти) суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності та право, що застосовується до них.

Розділ ІІ

Регулювання зовнішньоекономічної діяльності.

- Стаття 7. Основи регулювання зовнішньоекономічної діяльності.
- Стаття 8. Державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності.
- Стаття 9. Органи державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності.
- Стаття 10. Органи місцевого управління зовнішньоекономічною діяльністю.
- Стаття 11. Принципи оподаткування при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності.
- Стаття 12. Обов'язковий розподіл виручки від зовнішньоекономічної діяльності в іноземній валюті.
- Стаття 13. Принципи митного регулювання при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності.
- Стаття 14. Ведення розрахунків та кредитування суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності.
- Стаття 15. Страхування зовнішньоекономічних операцій.
- Стаття 16. Ліцензування і квотування зовнішньоекономічних операцій.
- Стаття 17. Заборона окремих видів експорту та імпорту.
- Стаття 18. Порядок встановлення і використання технічних, фармакологічних, санітарних, фітосанітарних, ветеринарних та екологічних стандартів та вимог.
- Стаття 19. Спеціальні імпортні процедури.

Стаття 20. Антимонопольні заходи у галузі зовнішньоекономічної діяльності.

Стаття 21. Державне замовлення.

Стаття 22. Облік зовнішньоекономічних операцій, звітність та аудит суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності.

Стаття 23. Інформаційне забезпечення зовнішньоекономічної діяльності.

Розділ III

Спеціальні правові режими зовнішньоекономічної діяльності.

Стаття 24. Спеціальні економічні зони.

Стаття 25. Інші спеціальні правові режими зовнішньоекономічної діяльності.

Розділ IV

Економічні відносини України з іншими державами та міжнародними міжурядовими організаціями.

Стаття 26. Економічні відносини України з іншими державами.

Стаття 27. Відносини України з міжнародними міжурядовими економічними організаціями.

Розділ V

Захист прав і законних інтересів держави та інших суб'єктів зовнішньоекономічної і господарської діяльності України.

Стаття 28. Захист прав і законних інтересів держави та інших суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності України за межами України.

Стаття 29. Заходи України у відповідь на дискримінаційні та недружні дії іноземних держав.

Стаття 30. Обмеження реекспорту.

Стаття 31. Заходи проти недобросовісної конкуренції.

Розділ VI

Відповідальність у зовнішньоекономічній діяльності

Стаття 32. Загальні засади відповідальності суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності

Стаття 33. Види та форми відповідальності у зовнішньоекономічній діяльності.

Стаття 34. Відповідальність України як держави.

Стаття 35. Відповідальність суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності.

Стаття 36. Порядок здійснення відповідальності.

Стаття 37. Спеціальні санкції за порушення цього або пов'язаних з ним законів України.

Розділ VIII

Порядок розгляду спорів у зовнішньоекономічній діяльності

Стаття 38. Розгляд спорів, що виникають у процесі зовнішньоекономічної діяльності.

Стаття 39. Спори, що виникають при застосуванні цього Закону.

ПОЛОЖЕННЯ ПРО ФОРМУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНИХ ДОГОВОРІВ (КОНТРАКТІВ)

Це Положення розроблено відповідно до ст. 6 Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність» та пункту 9 постанови Кабінету Міністрів України і Національного банку України від 17 липня 1995 р. № 523 «Про стан виконання Указу Президента України від 18 червня 1994 року № 319 «Про невідкладні заходи щодо повернення в Україну валютних цінностей, що незаконно знаходяться за її межами». Воно застосовується 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.

Зовнішньоекономічний договір (контракт) — 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.

Договір (контракт) укладається відповідно до Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність» та інших законів України з урахуванням міжнародних договорів України. Суб'єкти підприємницької діяльності при складанні тексту договору (контракту) мають право використовувати відомі міжнародні звичаї, рекомендації міжнародних органів та організацій, якщо це не заборонено прямо та у виключній формі Законом України «Про зовнішньоекономічну діяльність» та іншими законами України.

Зовнішньоекономічний договір (контракт) укладається суб'єктом зовнішньоекономічної діяльності або його представником у простій письмовій формі, якщо інше не передбачено міжнародним договором України чи законом. Повноваження представника на укладення зовнішньоекономічного договору (контракту) може впливати з доручення, статутних документів, договорів та інших підстав, які не суперечать Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність». Дії, які здійснюються від імені іноземного суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності суб'єктом зовнішньоекономічної діяльності України, уповноваженим на це належним чином, уважаються діями цього іноземного суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності.

Договір (контракт) може бути визнано недійсним у судовому порядку, якщо він не відповідає вимогам законів України або міжнародних договорів України.

Права та обов'язки сторін зовнішньоекономічної угоди визначаються матеріальним та процесуальним правом місця її укладання, якщо сторони не погодили інше, і відображаються в умовах договору (контракту).

1. 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:

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

1.2. 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).

1.3. 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 давальницької сировини визначається також точне найменування (марка, сорт) зустрічних поставок (або назва товару, що є кінцевою метою переробки давальницької сировини).

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 давальницької сировини зазначається відповідна технологічна схема такої переробки.

Технологічна схема переробки давальницької сировини 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.

1.4. 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.

1.5. Базисні умови поставки товарів (приймання-здавання виконаних робіт або послуг).

У цьому розділі зазначається вид транспорту та базисні умови поставки (у відповідності до Міжнародних правил інтерпретації комерційних термінів чинної редакції), 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).

1.6. 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 давальницької сировини крім того зазначається її заставна 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, віднесений Національним банком України до першої групи Класифікатора іноземних валют.

1.7. 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 від 21 червня 1995 р. № 444 «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.

1.8. 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.

1.9. 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.

1.10. 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.

1.11. Санкції та рекламації.

Цей розділ встановлює порядок застосування штрафних санкцій, відшкодування збитків та пред'явлення рекламацій 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 рекламації можуть бути заявлені, права та обов'язки сторін договору (контракту) при цьому, способи врегулювання рекламацій.

1.12. 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.

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

При цьому зазначаються місцезнаходження (місце проживання), повні поштові та платіжні реквізити (№ рахунку, назва та місцезнаходження банку,) контрагентів договору (контракту).

За домовленістю сторін у договорі (контракті) можуть визначатися *додаткові умови*: страхування, гарантії якості, умови залучення субвиконавців договору (контракту), агентів, перевізників, визначення норм навантаження (розвантаження), умови передачі технічної документації на товар, збереження торгових марок, порядок сплати податків, митних зборів, різного роду захисні застереження, з якого моменту договір (контракт) починає діяти, кількість підписаних примірників договору (контракту), можливість та порядок унесення змін до договору (контракту) та ін.

МІЖНАРОДНІ ПРАВИЛА З ТЛУМАЧЕННЯ ТЕРМІНІВ — ІНКОТЕРМС

Інкотермс (англ. *Incoterms, International commerce terms*) — це комплект міжнародних правил з тлумачення найбільш широко використовуваних торговельних термінів в області зовнішньої торгівлі. Ці міжнародні правила торгівлі є стандартними умовами договорів купівлі-продажу, які регламентують момент передачі права власності на товар і всіх пов'язаних із цим ризиків.

Інкотермс встановлюють правила, які регулюють питання пов'язані з доставкою товарів від продавця до покупця. Це включає в себе власне перевезення, відповідальність за експортне та імпортне очищення товарів. Ці правила визначають відповідального за сплату доставки, митного оформлення, та страхування ризиків на шляху транспортування товарів у залежності від означених стандартних умов поставки.

Вони розробляються і публікуються Міжнародною торговою палатою (англ. *International Chamber of Commerce*, скорочено ICC). Англomовна версія тексту є офіційною версією Incoterms 2010, яка була затверджена Комісією ООН з міжнародного торговельного законодавства (англ. *United Nations Commission on International Trade Law*) скорочено (англ. *UNCITRAL*). Наразі профільна комісія ICC працює над розробкою правил Incoterms 3000, до складу робочої групи шляхом участі в Українському національному комітеті Міжнародної торгової палати включені і українські фахівці. Авторизований переклад на 31 мову світу можливо придбати в національних комітетах ICC. В Україні переклад Інкотермс здійснено Українським національним комітетом Міжнародної торгової палати українською мовою,

Групи термінів. Терміни поділяються на 4 групи:

- **Група E** — Місце відправлення (Departure):
EXW. Ex Works (вказане місце): товар зі складу продавця.
- **Група F** — Основне перевезення неоплачене (Main Carriage Unpaid):
FCA. Free Carrier (вказане місце): товар доставляється перевізнику замовника.
FAS. Free Alongside Ship (вказано порт завантаження): товар доставляється до судна замовника.
FOB. Free On Board (вказано порт завантаження): товар завантажується на судно замовника.
- **Група C** — Основне перевезення сплачено (Main Carriage Paid):
CFR. Cost and Freight (вказано порт призначення): товар доставляється до порту замовника (без вивантаження).
CIF. Cost, Insurance and Freight (вказано порт призначення): товар страхується й доставляється до порту замовника (без вивантаження).
CPT. Carriage Paid To (вказано порт призначення): товар доставляється перевізнику замовника у зазначеному порту

CIP. Carriage and Insurance Paid to (вказано порт призначення): товар страхується й доставляється перевізнику замовника у зазначеному порту

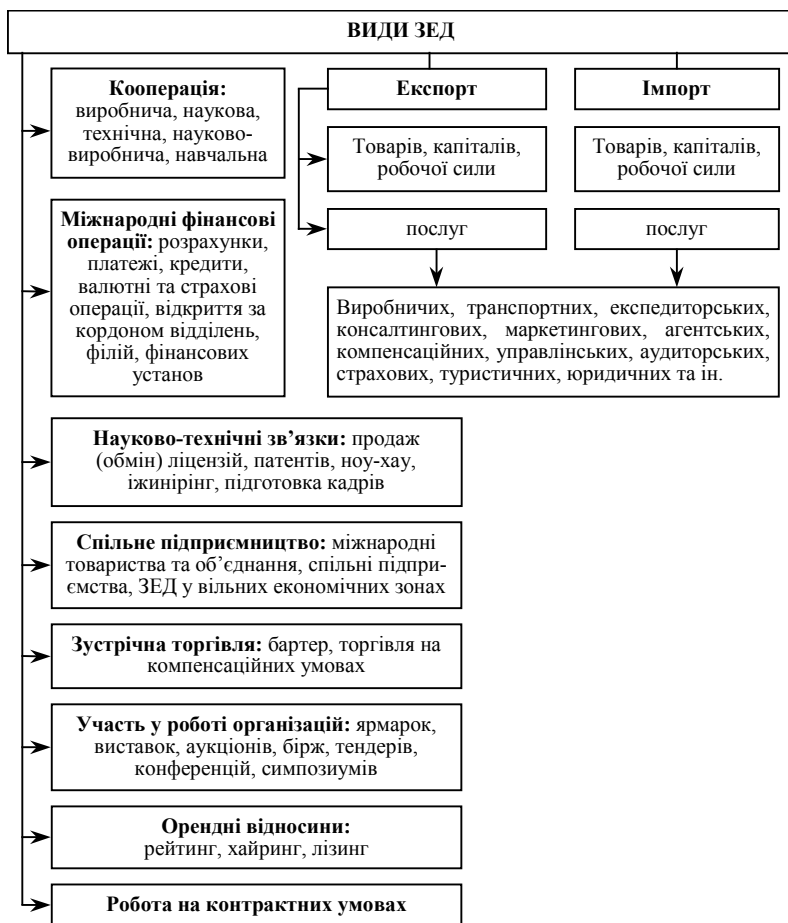
- **Група D** — Доставка (Arrival):

DAT. Delivered at Terminal (вказано термінал призначення) — товар розвантажений з транспортного засобу надається у розпорядження покупця в узгодженому терміналі у названому порту або місці призначення; продавець бере на себе всі ризики, пов'язані з доставкою товару та його розвантаженням

DAP. Delivered at Place (вказано місце призначення) — товар надається у розпорядження покупця на транспортному засобі, що прибув, готовим до розвантаження в обумовленому місці призначення; продавець бере на себе всі ризики, пов'язані з доставкою товару в назване місце

DDP. Delivered Duty Paid (вказано місце призначення) — товар доставляється замовнику, очищений від мит та ризиків

**ВИДИ ЗЕД, ДОЗВОЛЕНІ ЗАКОНОМ УКРАЇНИ
«ПРО ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНУ ДІЯЛЬНІСТЬ» (ст. 4)**



ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА.....

РОЗДІЛ 1. ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ: СУТНІСТЬ, ВИДИ, ФАКТОРИ РОЗВИТКУ.....

- 1.1. Поняття та сутність зовнішньоекономічної діяльності.....
- 1.2. Види зовнішньоекономічної діяльності.....
- 1.3. Суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності.....
- 1.4. Принципи зовнішньоекономічної діяльності.....
- 1.5. Основні напрями розвитку зовнішньоекономічних зв'язків України.....

РОЗДІЛ 2. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....

- 2.1. Меркантилізм (mercantilism).....
- 2.2. Теорія абсолютних переваг (absolute advantage theory).....
- 2.3. Теорія порівняльних переваг (comparative advantage theory).....
- 2.4. Закони Дж. С. Міла (J. S. Mill).....
- 2.5. Теорія Хекшера-Оліна (Heckscher-Ohlin theory).....
- 2.6. Теорема вирівнювання цін факторів виробництва (the factor price equalization theorem).....
- 2.7. Теорема Столпера—Семюелсона (Stolper — Samuelson theorem).....
- 2.8. Парадокс Леонт'єва (Leontief paradox).....
- 2.9. Модель альтернативних витрат Г. Хаберлера (G. Haberler).....
- 2.10. Теорія технологічного розриву (theory of technological gap).....
- 2.11. Теорія життєвого циклу товару (product cycle theory).....
- 2.12. Теорія конкурентних переваг М. Портера (Porter's competitive advantage theory).....
- 2.13. Теорія внутрішньогалузевої торгівлі (intra-industry trade theory).....
- 2.14. Сучасна теорія ефекту масштабу.....
- 2.15. Теорія перехресного попиту С. Ліндера (overlapping demand theory).....
- 2.16. Теорема Рибчинського (Rybczynski theorem).....
- 2.17. Теорія митного союзу (theory of Customs Union).....

РОЗДІЛ 3. ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....

- 3.1. Місце державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності в системі регулювання світогосподарських зв'язків
- 3.2. Структура державного регулювання ЗЕД
- 3.3. Методи державного регулювання ЗЕД. Тарифне та нетарифне регулювання ЗЕД

РОЗДІЛ 4. ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІ КОНТРАКТИ: ВИДИ, СТРУКТУРА, ЗМІСТ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДОГОВІРНИХ ЗОБОВ'ЯЗАНЬ

- 4.1. Сутність, особливості та види зовнішньоекономічних контрактів.....
- 4.2. Техніка підготовки, укладання та виконання зовнішньоекономічного контракту
- 4.3. Типова структура міжнародного контракту.....
- 4.4. Основні джерела правового регулювання зовнішньоекономічних контрактів

РОЗДІЛ 5. ЦІНОУТВОРЕННЯ У ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ. ЦІНОВІ, ВАЛЮТНІ, ФІНАНСОВІ УМОВИ КОНТРАКТУ

- 5.1. Ціни і ринкова політика підприємства на світовому ринку. Поняття світової ціни
- 5.2. Особливості ціноутворення при укладанні зовнішніх контрактів.....
- 5.3. Цінові та валютні умови контракту
- 5.4. Фінансові умови контракту
- 5.5. Особливості міжнародних розрахунків

РОЗДІЛ 6. ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНІ ОПЕРАЦІЇ.....

- 6.1. Історія виникнення та сучасна роль зовнішньоторговельних операцій.....
- 6.2. Експорт та імпорт товарів і послуг
- 6.3. Прямі та непрямі експортно-імпортні операції
- 6.4. Організація експортної діяльності фірми.....
- 6.5. Експортна стратегія фірми
- 6.6. Використання посередників у зовнішній торгівлі
- 6.7. Види зовнішньоекономічних операцій.....

РОЗДІЛ 7. ІНВЕСТИЦІЇ У ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ.....

- 7.1 Сутність іноземних інвестицій та основні їх типи
- 7.2. Основні теорії міжнародного інвестування
- 7.3. Прямі іноземні інвестиції та їх форми.....

- 7.4. Фактори, що впливають на прямі іноземні інвестиції.....
 7.5. Законодавче регулювання інвестиційної діяльності в Україні.....

РОЗДІЛ 8. ЕФЕКТИВНІСТЬ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....

- 8.1. Загальні теоретичні основи економічної ефективності зовнішньоекономічної діяльності
 8.2. Оцінка ефективності зовнішньоекономічної діяльності на національному рівні.....
 8.3. Показники валютної ефективності експорту / імпорту.....
 8.4. Показники бюджетної ефективності зовнішньої торгівлі.....
 8.5. Принципи аналізу ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємств.....
 8.6. Основи методики аналізу ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємств.....
 8.7. Трансакційні витрати зовнішньоекономічної діяльності підприємств.....
 8.8. Склад витрат при зовнішньоторговельних операціях підприємства.....
 8.9. Методика і показники аналізу ефективності експортних операцій підприємства¹⁷¹.....
 8.10. Методика і показники аналізу ефективності імпортних операцій підприємства, що здійснюються з метою перепродажу товарів на внутрішньому ринку.....
 8.11. Оцінка ефективності імпорту товарів, що здійснюється для власних виробничих потреб підприємства.....
 8.12. Методика і показники аналізу ефективності зовнішньоторговельної (експортно-імпортної) діяльності підприємства.....
 8.13. Основні показники оцінки ефективності інвестиційних проєктів у зовнішньоекономічній діяльності підприємства.....
 8.14. Методика аналізу економічної ефективності створення та діяльності компанії з іноземними інвестиціями.....
 8.15. Показники економічної ефективності створення та діяльності компанії з іноземними інвестиціями.....

ЗАВДАННЯ, ЗАДАЧІ, ПРИКЛАДИ.....

ІМЕННИЙ ПОКАЖЧИК.....

ПРЕДМЕТНИЙ ПОКАЖЧИК.....

ГЛОСАРІЙ.....

ДОДАТКИ.....