

ОПОРНИЙ КОНСПЕКТ ЛЕКЦІЙ З
ДИСЦИПЛІНИ
«ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ
ПІДПРИЄМСТВА»

Тема 1

СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

1. Поняття зовнішньоекономічної діяльності.
2. Суб'єкти та об'єкти ЗЕД в Україні.
3. Основні напрямки здійснення зовнішньоекономічних операцій.
4. Фактори, що впливають на організацію ЗЕД підприємства.
5. Принципи зовнішньоекономічної діяльності.

1. Поняття зовнішньоекономічної діяльності. Об'єкти та суб'єкти ЗЕД в Україні

Поняття «зовнішньоекономічна діяльність підприємства» (ЗЕД) з'явилося в СРСР у 1986р. у зв'язку з намаганням реформувати адміністративно-командну систему економіки, яка перебувала в стані глибокої кризи. Одним з центральних напрямків даної реформи була децентралізація зовнішньої торгівлі, надання підприємствам права безпосереднього виходу на зовнішній ринок і стимулювання такої діяльності на рівні господарюючих суб'єктів.

У результаті здійснення зовнішньоекономічних реформ сформувалося два поняття: «зовнішньоекономічні зв'язки» (ЗЕЗ) та «зовнішньоекономічна діяльність» (ЗЕД). Перше поняття є більш загальним і включає як форми реалізації міждержавних відносин у галузі виробничого, торгового та науково-технічного співробітництва і валютно-фінансових відносин, так і сукупність зовнішньоекономічних операцій підприємств, організацій різних форм власності. Друге поняття застосовується переважно для характеристики зовнішньоекономічних операцій на мікрорівні (підприємств, організацій, об'єднань), операцій, метою яких було отримання прибутку в умовах самоокупності. Іншими словами, ЗЕД можна визначити як сукупність виробничо-господарських, організаційно-економічних і оперативних-комерційних функцій підприємства, пов'язаних з його виходом на зовнішній ринок та участю в зовнішньоекономічних операціях.

Після проголошення у 1991р. незалежності України були здійснені заходи, спрямовані на істотну лібералізацію ЗЕД в країні, а сама ЗЕД починає розглядатися не тільки як складова господарської діяльності підприємства, але й як важливий фактор економічного зростання, створення передумов більш інтенсивного розвитку інтеграційних процесів на мікрорівні.

У Законі України "Про зовнішньоекономічну діяльність" (ст.1) від 1991р. подано таке визначення даного поняття:

Зовнішньоекономічна діяльність - це діяльність суб'єктів господарської діяльності України та іноземних суб'єктів господарської діяльності, основана на взаємовідносинах як на території України, так і за її межами.

Окрім зовнішньоекономічних зв'язків та зовнішньоекономічної діяльності важливо виокремлювати також і поняття зовнішньоекономічних операцій, яке є значно вужчим. **Зовнішньоекономічна операція** – це комплекс дій контрагентів різних країн з підготовки, укладання і виконання торгової, науково-виробничої, інвестиційної чи іншої угоди економічного характеру.

Зв'язок між названими категоріями можна представити у вигляді схеми:

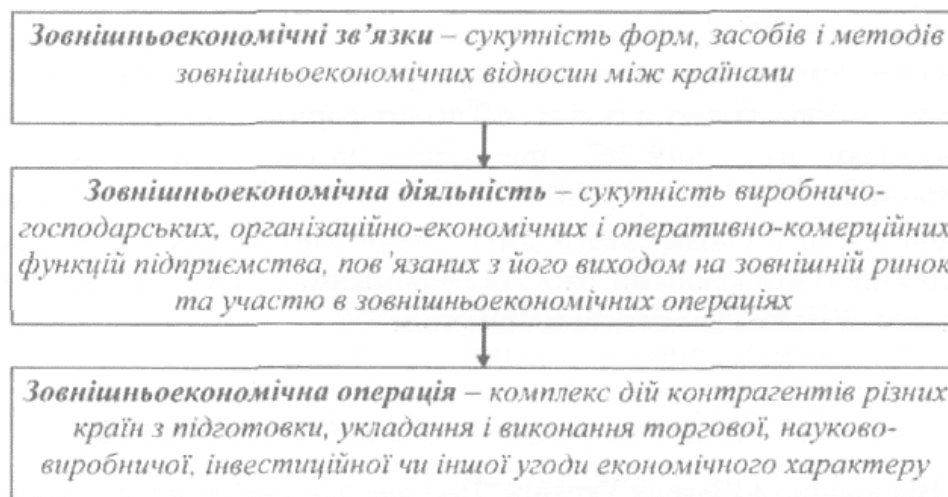


Рис. 1.1. Взаємозв'язок категорій у зовнішньоекономічній сфері

Основними мотивами розвитку ЗЕД можуть бути:

- розширення ринку збуту своєї продукції за національні межі з метою максимізації прибутку;
- закупівля необхідної сировини, комплектуючих виробів, нових технологій і обладнання;
- залучення інжинірингових та інших послуг для потреб виробництва;
- 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 забезпечення розвитку своєї економіки.

2. Суб'єкти та об'єкти ЗЕД в Україні

Відповідно до Закону України "Про зовнішньоекономічну діяльність" **суб'єктами ЗЕД** виступають:

- 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 знаходження яких - на її території;

- об'єднання фізичних, юридичних, фізичних та 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 і т. ін.), але мають постійне місцезнаходження на території України;

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

Об'єкти ЗЕД – це матеріально-речова продукція та послуги, зокрема, результати науково-технічного та виробничого співробітництва, які набувають при міжнародному обміні вартість, тобто стають товаром. Послуга – це товар особливого роду нематеріального характеру, що не має уречевленої форми.

Згідно з Гармонізованою системою опису і кодування товарів, усі товари діляться на 5 груп:

- 1) сільськогосподарська сировина, продукти харчування;
- 2) паливо, мінеральна сировина;
- 3) хімічні продукти;
- 4) машини, обладнання, транспортні засоби;
- 5) промислові товари народного споживання.

Відповідно до Класифікатора послуг зовнішньоекономічної діяльності (ДК 012-97) виокремлюють наступні види послуг:

- транспортні послуги;
- послуги зв'язку;
- подорожі;
- фінансові послуги;
- страхові послуги;
- будівельні послуги;
- роялті та ліцензійні послуги;
- комп'ютерні та інформаційні послуги;
- різні ділові, професійні та технічні послуги;
- інші ділові послуги;
- послуги приватним особам та послуги у галузі культури й відпочинку.

3. Основні напрямки здійснення зовнішньоекономічних операцій

Зовнішньоекономічні операції можуть здійснюватись господарюючими суб'єктами за такими *основними напрямками*:

- *міжнародна торгівля* (експортно-імпортна діяльність, включаючи реекспорт та реімпорт, операції зустрічної торгівлі, торгові операції змагального типу);
- *міжнародний трансфер технологій* (укладання ліцензійних і франчайзингових угод, експорт-імпорт інжинірингових та реінжинірингових послуг, консалтинг і наукоємний сервіс, лізинг тощо);
- *міжнародні інвестиції* (створення спільних підприємств, капіталовкладення в межах вільних економічних зон та ін.).

Серед наведених форм ЗЕД історично першою і переважаючою є *міжнародна торгівля*, що являє собою міжнародний обмін продуктами і послугами - результатами національної праці.

В цілому імпортування та/або експортування продукції найчастіше виступає першою зовнішньоекономічною операцією, яку здійснює фірма. Це пояснюється тим, що на початковій стадії залучення до міжнародного бізнесу ці операції передбачають, як правило, мінімальні зобов'язання і найменший ризик для ресурсів фірми. Наприклад, фірми можуть збільшувати експорт продукції шляхом завантаження своїх надлишкових потужностей, що зводить до мінімуму потребу у додаткових капіталовкладеннях. Крім того, вони можуть вдатися до послуг торгових посередників, які за комісійні візьмуться здійснювати експортно-імпортні функції, усуваючи таким чином необхідність у найманні досвідченого персоналу для зовнішньоторгових операцій. Основними формами торгівлі виступають:

- *торгівля готовою продукцією*;
- *торгівля продукцією в розібраному вигляді*;
- *зустрічна торгівля*;
- *постачання комплектного устаткування*.

Міжнародний обмін технологіями передбачає використання активів, що перебувають за кордоном, наприклад, фірмових знаків, патентів авторських прав або Інших видів експертних документів, згідно з підписаними контрактами, які носять назву ліцензійних угод.

Сюди ж належить франчайзинг, тобто такий спосіб ведення бізнесу, при якому одна сторона продає іншій право на користування своїм фірмовим знаком, а також на довгочасній основі допомагає у здійсненні господарських операцій, поставляючи напівфабрикати і комплектуючі вироби, надаючи управлінські послуги і технології.

Обмін технологіями також здійснюється через укладання лізингових угод, які розцінюються як альтернатива традиційному інвестуванню. У загальному вигляді міжнародний лізинг являє собою надання у довгострокову оренду виробничого обладнання,

транспортних засобів, комп'ютерної техніки, складських приміщень. Тим самим орендатор, що не володіє валютними коштами для придбання відповідного об'єкта у повну власність, отримує можливість його експлуатації. Орендатор має можливість по закінченні терміну дії договору викупити предмет оренди за залишковою вартістю у свою власність або ж укласти новий договір на нове, більш сучасне обладнання.

До міжнародного обміну технологіями можна віднести також експорт-імпорт наукоємних послуг у сфері виробництва, обігу та управління, що вважається найдинамічнішою складовою всієї сукупності міжнародних економічних відносин. Зокрема, управлінське консультування - це професійна діяльність, яка полягає у наданні незалежних і об'єктивних порад та технічної допомоги кваліфікованими спеціалістами фірмам, організаціям, окремим підприємцям (клієнтам) з метою сприяння останнім у визначенні та дослідженні управлінських проблем, пошуку варіантів їх оптимального розв'язання, методології впровадження рекомендацій.

Розрізняють два види міжнародних інвестицій: прямі і портфельні. *Прямі інвестиції* є різновидом іноземних інвестицій, що супроводжуються контролем за діяльністю компанії навіть у випадку придбання невеликої частки її акцій (на рівні 10%). Володіння контрольним пакетом акцій зарубіжного підприємства є найвищим типом зобов'язань по відношенню до зовнішньоекономічних операцій. Таке володіння не лише передбачає право власності на доход з капіталу, але й більш інтенсивний обмін кваліфікованими фахівцями і новими технологіями між країнами, ніж у випадку відсутності контрольного пакету акцій у зарубіжному виробництві. Досить поширеним різновидом прямого іноземного інвестування є створення спільних підприємств (СП). Часто з метою стимулювання таких інвестицій приймаючі держави надають інвесторам певні пільги (особливо це стосується діяльності у вільних (спеціальних) економічних зонах).

До *портфельних інвестицій* можуть бути віднесені як боргові зобов'язання, так і акції фірми. Фактором, який дозволяє відрізнити даний тип інвестицій від прямих, є відсутність контролю за діяльністю фірми, яка приймає інвестиції. До портфельних інвестицій вдаються в основному з метою розв'язання фінансових завдань: отримання більш високого прибутку за рахунок короткострокових капіталовкладень.

Окремо слід виділити цілий комплекс міжнародних комерційних операцій, що носять забезпечуючий характер:

- міжнародні перевезення і транспортно-експедиторські операції;
- операції зі зберігання і страхування вантажів;
- розрахунково-фінансові операції;
- митне оформлення вантажів;
- дослідження кон'юнктури ринків і т. ін.

Д/З: знайти і розглянути види ЗЕД, вказані у «Законі про ЗЕД» України.

4. Фактори, що впливають на організацію ЗЕД підприємства

Фактори, що впливають на організацію та розвиток ЗЕД, доцільно поділити на дві групи: *внутрішні* і *зовнішні* (рис.1.2).



Рис. 1.2. Фактори, що впливають на організацію зовнішньоекономічної діяльності підприємства

До **внутрішніх факторів** належать: 1) масштаби ЗЕД; 2) витрати; 3) складність продукції; 4) досвід; 5) контроль.

Кожна організація, яка бере участь у міжнародному бізнесі, може здійснювати різну кількість операцій. При невеликому їх *масштабі* і малій номенклатурі, як правило, на початковому етапі, немає потреби створювати додаткові структурні підрозділи, а тим більше засновувати зовнішньоторгову фірму або ж купувати офшорну компанію. Як показує досвід, доцільно скористатися матричною структурою: у рамках наявної організаційної структури підприємства виділяється тимчасова група управління проектом виходу на зовнішні ринки, яка безпосередньо підпорядковується вищому керівництву. Такий підхід, по-перше, полегшує організаційну перебудову, а по-друге, дозволяє вищому керівництву контролювати питання міжнародного бізнесу. У випадку розширення ЗЕД можна створювати спеціальні підрозділи або офшорні компанії.

Виробництво за кордоном або продаж продукції на зовнішніх ринках пов'язані з постійними *витратами*, тому при малому обсязі виробництва дешевше залучити до роботи на підрядних умовах сторонню фірму, яка займається міжнародним бізнесом. Коли бізнес розширюється, вигіднішим варіантом може стати ведення міжнародних операцій своїми силами, а не придбання послуг зовнішньої фірми. Тому будь-якій фірмі слід періодично заново оцінювати проблему ведення міжнародних операцій власними силами. Підключення на основі контракту зовнішньої організації може обійтися дешевше, якщо вона володіє надлишковими потужностями у сферах виробництва або збуту і ці потужності можна легко використати. Такий варіант означає скорочення часу підготовки до ведення міжнародних операцій і прискорення початку надходження готівки. Водночас створення спільного підприємства інколи пов'язане з підвищенням витрат, зумовлених веденням переговорів з фірмою-партнером, появою додаткової штаб-квартири і неминучими витратами для підтримування відносин з партнером.

Частина затрат пов'язана з передачею технології. Як правило, дешевше обходиться передача всередині "сімейства фірм", наприклад, від головної фірми - філіалу, ніж іншій компанії. Відмінності в затратах особливо відчутні, коли технологія складна, адже персонал філіалу добре ознайомлений з підходами, які використовує фірма в цілому. З цієї причини, чим складніша технологія, тим імовірніше, що компанія здійснить експансію в інші країни шляхом створення свого підприємства, а не укладання контракту зі сторонньою закордонною фірмою на виробництво продукції від свого імені.

На початковому етапі виходу на міжнародні ринки небагато фірм готові витратити значну частину ресурсів на міжнародні операції; фірми можуть просто не мати коштів, достатніх для швидкого налагоджування діяльності за кордоном. Як наслідок, такі фірми нарощують свою участь у міжнародному бізнесі поетапно. На початкових етапах вони намагаються берегти свої ресурси і зосереджувати їх насамперед у країні базування, а не за кордоном. Цим зумовлюється обрання таких операційних форм, які передбачають перекладання усіх питань, пов'язаних з міжнародними операціями, на зовнішні організації. З розширенням зарубіжної діяльності фірма починає розглядати свій міжнародний сектор окремо від внутрішнього. Потім з'являється тенденція до обслуговування міжнародних операцій власними силами і зростання питомої ваги ресурсів, розмішених за кордоном.

Чим більше угод фірма укладає з іншими компаніями, тим імовірніше, що вона втратить контроль над прийняттям рішень і це може позначитись на оптимізації її діяльності на глобальному рівні, включаючи такі питання, як географія розширення виробництва, освоєння нових видів продукції або забезпечення якості. Угоди з зовнішніми організаціями передбачають також розподіл доходів, що має велике значення на підприємствах з високим

потенційним прибутком. Фірма ризикує ще й тим, що її конфіденційна інформація стане відомою конкурентам.

До *зовнішніх факторів* належать: 1) економічна свобода; 2) конкуренція; 3) присутність у країні; 4) ризики.

Економічна свобода включає такі фактори, як пряме заміщення окремих форм діяльності, визначення ставок податків, величини коштів, що підлягають репатріації, вимоги (фактичні або можливі) дотримання умов антимонопольного законодавства тощо.

Можливість *конкуренції* може змусити фірму обирати стратегію прискореного розширення закордонних операцій, але тільки (через обмеженість ресурсів) шляхом укладання угод з іншими фірмами. Звести до мінімуму конкуренцію на конкретних ринках можна також за допомогою угод про співробітництво, які перешкоджають виходу нових конкурентів на ринок і визначають дольовий розподіл ресурсів або обсягів виробництва. Ефективність таких дій частково залежить від обраного різновиду операцій, а також від лояльного ставлення державних органів до певної угоди.

Коли компанія вже здійснює *операції у певній країні*, деякі переваги використання підрядної фірми вже втрачають сенс. Інакше кажучи, компанія знає, як діяти у чужій країні, і може володіти в ній надлишковими потужностями, достатніми для нарощування обсягу виробництва. Багато залежить, однак, від того, чи відповідає спеціалізація діючого зарубіжного філіалу тому виду продукції або послуг, який передається за кордон. Коли така відповідність має місце, найбільш високою є ймовірність, що нове виробництво буде освоєно власними силами. В компаніях з високим рівнем диверсифікації діючі закордонні підприємства можуть виготовляти продукцію, яка настільки відрізняється від тієї, яка передається їм з центральної штаб-квартири, що простіше укласти договір з досвідченою сторонньою фірмою.

У бізнесі існують різні *ризики*. Однак ризик, пов'язаний з ймовірністю політичних або економічних змін, які можуть знизити захищеність активів фірми і отримуваних доходів, керівництво корпорацій часто ставить у міжнародних операціях на перше місце. Один із способів зведення до мінімуму втрат полягає в мінімізації активів за кордоном. Побоювання такого ж роду можуть обумовити обрання угод, заснованих на поділі активів з іншими фірмами. Ці ж обставини змушують уряди країн-реципієнтів обережно вводити обмеження будь-яких операцій через побоювання сутички з протидією з боку більш ніж однієї фірми.

5. Принципи зовнішньоекономічної діяльності

Управлінська діяльність завжди базується на основоположних правилах, яких дотримуються керівники і спеціалісти апарату управління в процесі прийняття тих чи інших

рішень. Ці правила можуть бути задекларовані у спеціальних документах або ж бути своєрідною традицією, нормою, звичаєм.

Відповідно до Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність» (ст. 2) суб'єкти господарської діяльності України та іноземні суб'єкти господарської діяльності у здійсненні ЗЕД керуються наступними принципами:

1) принципом суверенітету народу України, 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;

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

- обов'язку дотримуватись при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності порядку, встановленого законами України;

- 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 всіх учасників зовнішньоекономічної діяльності, незалежно від форм власності, в тому числі держави, при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності;

- забороні будь-яких, крім передбачених 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 суб'єктів, крім випадків, передбачених законом;

4) принципом верховенства закону, що полягає у:

- регулюванні зовнішньоекономічної діяльності тільки законами України;

- 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 встановлені законами України;

5) принципом захисту інтересів суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності, який полягає у тому, що Україна як держава:

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

б) принципом еквівалентності обміну, неприпустимості демпінгу при ввезенні і вивезенні товарів.

Окрім національних принципів ЗЕД, виокремлюють також загальні та специфічні (рис.1.3). *Загальні принципи ЗЕД являють собою невелику кількість загальновизнаних у всьому світі правил, які стали своєрідними загальновідомими істинами (аксіомами), яких дотримуються всі учасники міжнародних ділових операцій. Провідними загальними принципами є науковість, системність, взаємовигода.*

Науковість ЗЕД означає насамперед розвиток цієї діяльності відповідно до об'єктивних економічних законів. Дотримання цього принципу в практиці управління міжнародними діловими операціями передбачає передусім виявлення організацією попиту і пропозиції на її продукцію за кордоном, рівня цін, співвідношення їх із витратами у країні-експортері тощо.

Системність ЗЕД означає насамперед, що між окремими її складовими існують стійкі взаємозв'язки. Наприклад, необхідно забезпечувати належний взаємозв'язок між усіма статтями контракту: якістю товару, базисними умовами поставки і ціною, валютою ціни, валютою розрахунку і формами платежу, термінами поставок і транспортними умовами, предметом контракту й арбітражем тощо. Системні взаємозв'язки існують і в часі між укладанням і виконанням контрактів.

Принцип взаємовигідності ЗЕД, на перший погляд, є цілком очевидним: кожен учасник міжнародних операцій отримує свій прибуток. Водночас дотримуватись цього принципу дуже складно через велику кількість часу, необхідного для здійснення угод, зміни валютних курсів, наявність різних зв'язків між окремими зовнішньоекономічними угодами, використання бартерних операцій тощо. Тому дотримання принципу взаємовигідності вимагає ретельного аналізу й обліку, розмежування різних потоків доходів і витрат.

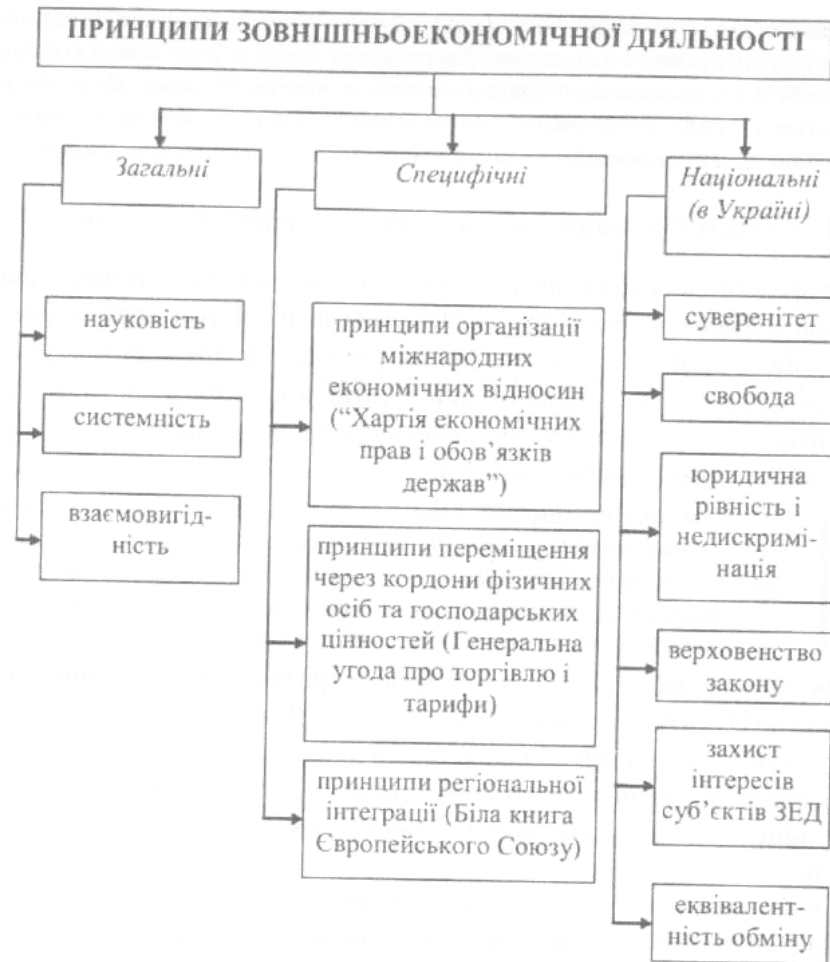


Рис. 1.3. Класифікація принципів організації ЗЕД

Специфічні принципи ЗЕД закріплені у відповідних міжнародних правових актах і є обов'язковими для виконання усіма державами, які підписали той чи інший акт.

Найбільш повний перелік принципів організації міжнародних економічних відносин міститься в "Хартії економічних прав і обов'язків держав", прийнятій на IV спеціальній сесії Генеральної асамблеї ООН у 1974 р. В означеному документі подано такі принципи:

- 1) суверенітет;
- 2) територіальна цілісність і політична незалежність держав;
- 3) суверенна рівність усіх держав;
- 4) ненапад і невтручання у внутрішні справи;
- 5) взаємна і справедлива вигода;
- 6) мирне співіснування;
- 7) рівноправність і самовизначення народів;
- 8) мирне врегулювання спорів;
- 9) усунення несправедливості, що виникає внаслідок застосування сили і позбавлення нації засобів для її нормального розвитку;
- 10) добросовісне виконання міжнародних зобов'язань;
- 11) повага прав людини і основних свобод;

- 12) відсутність прагнення до гегемонії у сферах впливу;*
- 13) сприяння міжнародній соціальній справедливості;*
- 14) міжнародне співробітництво у цілях розвитку;*
- 15) вільний доступ до і від морів для країн, що не мають моря на своїй території.*

Рекомендована література

1. Про зовнішньоекономічну діяльність: Закон України від 16.04.1991 р. (зі змінами і доповненнями).
2. Дідківський М.І. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: Навч. посів. - К.: Знання, 2006. — 462 с.
3. Макеева Е.А. Менеджмент внешнеэкономической деятельности: Курс лекций. — Одесса: Астропринт, 2001. — 196с.
4. Гребельник О.П., Романовський О.О. Основи зовнішньоекономічної діяльності: Навч. посібник. - К.: Деміур, 2003. - 296 с.
5. Управління зовнішньоекономічною діяльністю: Навч. посібник / За заг. ред. А.І. Кредісова. — К.: ВІРА-Р, 2002. — 552с.
6. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: Підручник / За ред. О.А. Кириченка. — К.: Знання, 2005. — 493 с.
7. Новицький В.Є. Міжнародна економічна діяльність України : Підручник. — К.: КНЕУ, 2003. — 948с.
8. Георгіаді Н.Г., Князь С.В., Передало Х.С., Берлінг Р.З. Основи зовнішньоекономічної діяльності: теоретичні основи і прикладні аспекти: Навч.-метод. посібник. — Львів: Інтелект-Захід, 2006. — 260 с.
9. Торгова Л.В, Хитра О.В. Основи зовнішньоекономічної діяльності: Навчально-методичний посібник. - Львів: "Новий Світ-2000", 2006. -512 с.

Тема 2

СТАН І ГОЛОВНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

1. Концепція зовнішньоекономічної політики України.
2. Характеристика основних показників зовнішньоекономічної діяльності України.
3. Характеристика зовнішньоекономічних зв'язків України з окремими країнами, групами країн.
4. Розвиток нових форм і напрямків зовнішньоекономічних зв'язків в Україні.

1. Концепція зовнішньоекономічної політики України

Можна виділити 3 визначальні передумови, реалізація яких створить сприятливі можливості для включення економіки України в глобальні процеси і структури: а) системну ринкову трансформацію (Україна отримала статус країни з ринковою економікою); б) реструктуризацію; в) відкритість економіки.

Головною тут є **системна ринкова трансформація**, що передбачає системну трансформацію економіки від ізоляції до відкритості, перехід від тоталітарно-директивної моделі товариства до ринкової. Досвід свідчить, що ринкова трансформація розвивається в 3-х основних напрямках: *лібералізація економіки, приватизація власності, інституціоналізація* (створення ринкової інфраструктури). При цьому виняткову роль для України відіграє створення атрибутів загальноекономічної і ринкової інфраструктури, стан відкритості економіки для більш широкого її включення в торгово-економічні, фінансово-інвестиційні, виробничо-технологічні глобальні процеси.

Серед головних причин і чинників, які спонукають до поглиблення участі економіки України в міжнародному поділі праці можна назвати насамперед високу частку експорту у ВВП. Характерним є те, що 1/3 національного виробництва України опосередкована дією зовнішньоекономічних зв'язків. Це підкреслює виняткову важливість цієї сфери для держави. Інші передумови, що визначають тісний зв'язок української економіки і світового господарства: розвинутий внутрішній поділ і кооперація праці; ресурсна обмеженість, традиційні господарські зв'язки з країнами СНД, насамперед з Росією, зростаюча необхідність створення нових технологій, інвестиційних і фінансових ресурсів з розвинутих країн світу.

Основними **принципами формування відкритої економіки** в Україні мають стати:

По-перше, акцент на розвиток власних галузей власних галузей, що мають порівняльні і конкурентні переваги і світовій економіці регіонального і глобального масштабу. Мова йде про машинобудування (ракети, судна, літаки, прилади тощо);

порошкова металургія; виробництво надтвердих металів; електрозварювальна галузь; хімічна промисловість. Великі потенційні можливості мають АПК і галузі, пов'язані з транзитом через її територію вантажів, енергоносіїв, ін. товарів і послуг. Патентно-ліцензійна торгівля, ноу-хау, інжиніринг, інші послуги можуть стати третім напрямком у формуванні експортного сектору України (за умови створення належної інфраструктури).

По-друге, високий рівень внутрішньої інтегрованості вітчизняної економіки, створення потужного національного ринку як фундаментальної економічної основи для завоювання і закріплення за собою відповідних ніш на високо конкурентних світових ринках товарів і послуг.

По-третє, забезпечення подальшої фінансової стабілізації, що покращує макроекономічні умови як для національного, так і для міжнародного підприємництва, від чого залежить створення сприятливого інвестиційного клімату.

По-четверте, врахування різної фактороінтенсивності національних галузей і виробництв, тобто їх капітало- і працевзабезпеченості порівняно з іншими країнами, врахування відповідних внутрішніх витрат, цін і їхніх світових аналогів з тим, щоб уникнути несприятливої для України асиметрії в цінах, що погіршує умови торгівлі і призводить до збитків.

По-п'яте, зміцнення національної грошової одиниці.

По-шосте, слід неухильно здійснювати постійну гармонізацію національного зовнішньоекономічного законодавства з нормами ГАТТ/СОТ.

Серед пріоритетів державної **імпоротної політики** необхідно назвати ввезення сучасної техніки і технології, ноу-хау, інжинірингових послуг; охорона здоров'я, розвиток медичної промисловості, медичних закладів; галузі продовольчого комплексу, харчової промисловості (оснащення новітньою технікою і технологією).

Діяльність державних органів управління ЗЕД могла б сконцентруватися на таких **напрямах:**

- відкриття внутрішнього ринку для іноземної конкуренції з гнучким захистом вітчизняних виробників;
- забезпечення правових і економічних гарантій господарського функціонування і захисту іноземного капіталу;
- орієнтація технічної, технологічної, промислової і соціальної політики на світові стандарти і тенденції розвитку;
- гармонізація національного господарського права і законодавства з міжнародним;
- підтримка в міру стабілізації економіки вітчизняних експортерів на світових ринках.

Поступова інтеграція української економіки у світові процеси і структури потребує тривалого часу, як показав історичний досвід, зміна економічної системи триває від 30 до 60

років. Практика багатьох країн свідчить, що ці процеси відбуваються на основі посилення регулюючої ролі держави, що здійснює активну структурну, промислову і зовнішньоекономічну політику.

Найбільш прийнятною для України є експортно орієнтована модель економічного розвитку, що передбачає всебічне використання світових ринків як дантового чинника економічного зростання. Необхідно вживати також деяких протекціоністських заходів стосовно національних виробників за допомогою митно-тарифного регулювання імпорту і встановлення нетарифних бар'єрів (санітарні, екологічні, технічні норми і стандарти), які сприятимуть зростанню власного виробництва.

Стратегічна програма розвитку зовнішньоекономічних відносин України має базуватися на забезпеченні її суверенітету в світогосподарських зв'язках, гарантуванні її національної ЗЕ безпеки. ЗЕ стратегія України має включати:

- створення потужного експортного сектору;
- зміцнення і забезпечення конвертованості національної валюти;
- залучення іноземних інвестицій на основі створення СП, інших форм спільного підприємництва з іноземним капіталом;
- лібералізацію імпорту;
- здійснення закордонної підприємницької діяльності;
- формування розгалуженої системи ЗЕ менеджменту (банки, біржі, страхові компанії, консалтинг, аудит, лізинг і т.п.);
- гнучку податкову, цінову, депозитну, кредитну, фінансову і валютну політику, що стимулює диверсифікацію експортно-імпортних операцій;
- поступову інтеграцію економіки в європейські і світові господарські об'єднання та організації;
- кадрове забезпечення ЗЕД.

2. Характеристика основних показників зовнішньоекономічної діяльності України

Україна належить до країн з високою експортною квотою у ВВП. В середньому кожен 3-й продукт чи послуга реалізується за допомогою ЗЕЗ. Ключові проблеми розвитку зовнішньої торгівлі України пов'язані з диверсифікацією її геополітичних або регіональних пріоритетів, з оптимізацією структури експорту й імпорту, з гармонізацією національного законодавства відповідно до вимог і норм ГАТТ/СОТ.

4. Розвиток нових форм і напрямків зовнішньоекономічних зв'язків в Україні.

Трансформація ЗЕЗ України має вирішувати 2 основних завдання: сприяти оптимальному розподілу факторів виробництва та економічному зростанню. Вирішення питання про входження до міжнародної економіки потребує від України також чіткого визначення стратегічних і тактичних цілей ЗЕП. З огляду на економічну ситуацію в світі, **стратегічні цілі** формування зовнішнього сектору економіки України визначаються як орієнтація країни на європейські інтеграційні структури, що розвиваються на основі ЄС.

Набуття членства в ЄС передбачає послідовне здійснення кроків:

1. Набуття Україною членства в СОТ. Це слід розглядати як системний чинник розвитку національної економіки, підвищення її конкурентоспроможності, лібералізації зовнішньої торгівлі, створення сприятливого інвестиційного клімату.

2. Проведення переговорного процесу та підписання угоди про асоціацію України з ЄС.

3. Проведення переговорного процесу щодо створення зони вільної торгівлі між Україною та ЄС, яка б передбачала функціонування ринкових інститутів, гарантування правових норм у діловій сфері, стабільні й недискримінаційні правові рамки, чітко визначені права власності, застосування відповідних правил походження товарів, належну організацію прикордонної інфраструктури.

4. Приведення законодавства України у відповідність до вимог законодавства ЄС у пріоритетних сферах.

5. Виконання процедур, необхідних для набуття чинності Угоди про Асоціацію між Україною та ЄС. Отримавши асоційований статус, Україна зможе брати неформальну участь у переговорах стосовно різних питань загальноєвропейського масштабу і значення, отримати полегшений доступ до фінансових ресурсів ЄС.

6. Проведення переговорного процесу та створення митного союзу між Україною та ЄС, метою якого має стати поступове усунення митних, правових і технологічних перепон у цій сфері.

7. Повне виконання Угоди про Асоціацію між Україною та ЄС та копенгагенських критеріїв членства в ЄС.

Тактичні цілі спрямовані на посилення співробітництва в рамках СНД.

Тема 3

СИСТЕМА РЕГУЛЮВАННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ (частина I)

1. Мета, завдання, суб'єкти та інструменти регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні.
2. Політика вільної торгівлі і протекціонізм.

1. Мета, завдання, суб'єкти та інструменти регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні

Метою державного регулювання ЗЕД в Україні є:

- захист економічних інтересів України і законних інтересів суб'єктів ЗЕД;
- створення однакових можливостей для суб'єктів ЗЕД з метою розвитку усіх видів підприємницької діяльності, незалежно від форм власності, використання доходів і здійснення інвестицій;
- розвиток конкуренції і ліквідацію монополізму.

Регулювання ЗЕД в Україні спрямовується на виконання таких *завдань*:

- *максимізація випуску продукції, сприяння більш глибокій національній спеціалізації, розширенню коопераційної бази господарювання;*
- *гарантування довгострокової міжнародної конкурентоспроможності та економічної безпеки держави;*
- *контроль за станом внутрішнього ринку через стимулювання його засобами зовнішньої конкуренції, недопущення проникнення на нього недоброякісних товарів;*
- *зниження абсолютних витрат та коригування вартісних пропорцій у національній економіці;*
- *збільшення зайнятості як фактора зростання виробництва та поліпшення результатів участі у міжнародному співробітництві;*
- *використання механізмів міжнародної кооперації як інструмента поліпшення якості життя та розв'язання інших соціальних проблем;*
- *поліпшення умов формування бюджету за рахунок позитивного сальдо поточних операцій або руху капітальних активів;*
- *оптимізація розподілу доходів засобами тарифної і нетарифної політики.*

Регулювання ЗЕД в Україні здійснюється такими *суб'єктами*:

- 1) *Україною як державою в особі її органів у межах їх компетенції;*

- загальнодержавними органами (Верховна Рада як вищий орган законодавчої влади, Президент України як офіційний глава держави, Кабінет Міністрів як вищий виконавчий орган);

- координаційними органами (Міністерство економіки України, Міністерства зовнішніх економічних зв'язків і торгівлі України, Державного інвестиційно-клірингового комітету, Національного агентства України з питань розвитку та європейської інтеграції, Державної служби експортного контролю, Національний банк України, Державна митна служба України, Антимонопольний комітет України, Міжвідомча комісія з міжнародної торгівлі);

- територіальними органами (місцеві Ради народних депутатів, територіальні підрозділи органів державного регулювання ЗЕД);

2) спеціалізованими функціональними інститутами (Торгово-промислова палата України, товарні, фондові, валютні біржі тощо);

3) самими суб'єктами ЗЕД на основі відповідних координаційних угод, що укладаються між ними.

Компетенція Верховної Ради України:

- прийняття, зміна, анулювання законів;
- ухвалення основних напрямків зовнішньоекономічної політики;
- ухвалення структури органів державного регулювання ЗЕД;
- укладання міжнародних договорів;
- ухвалення нормативів обов'язкового розподілу валютної виручки, ставок та умов оподаткування, митного тарифу, митних зборів та митних процедур;
- встановлення спеціальних режимів ЗЕД на території України;
- ухвалення переліку товарів, експорт та імпорт яких підлягає ліцензуванню або забороняється.

Компетенція Кабінету Міністрів України:

- визначення методів та конкретних заходів здійснення зовнішньоекономічної політики України;
- здійснення координації діяльності міністерств, державних комітетів і відомств України щодо регулювання ЗЕД;
- координація роботи торгових представництв України в інших державах;
- прийняття нормативних актів з питань ЗЕД;
- проведення переговорів та укладання міжурядових договорів, забезпечення їх виконання та залучення до їх виконання Інших суб'єктів ЗЕД на договірних засадах;

- внесення на розгляд Верховної Ради України пропозицій щодо організації системи міністерств, державних комітетів і відомств - органів оперативного державного регулювання ЗЕД;

- забезпечення складання платіжного балансу, зведеного валютного плану;
- вжиття заходів для раціонального використання коштів Державного валютного фонду України.

Компетенція Національного банку України:

- здійснення зберігання і використання золотовалютного резерву та інших державних цінностей;
- представлення інтересів України у відносинах з центральними банками та іншими фінансово-кредитними інститутами та укладання міжбанківських угод;
- регулювання курсу національної валюти України щодо грошових одиниць інших держав;
- здійснення обліку та розрахунків з наданих і отриманих державних кредитів і боргів, проведення операцій з централізованими валютними ресурсами, які виділяються у його розпорядження;
- виконання функцій гаранта кредитів, що надаються суб'єктам ЗЕД іноземними банками, фінансовими та іншими міжнародними організаціями під заставу Державного валютного фонду та іншого державного майна, тощо.

Центральний орган виконавчої влади з питань економічної політики (Міністерство економіки України):

- забезпечує проведення єдиної зовнішньоекономічної політики при здійсненні суб'єктами ЗЕД виходу на зовнішній ринок, координує їхню зовнішньоекономічну діяльність;
- здійснює контроль за дотриманням усіма суб'єктами ЗЕД чинних законів України та умов міжнародних договорів України;
- здійснює заходи нетарифного регулювання ЗЕД, реєстрацію учасників ЗЕД, реєстрацію окремих видів контрактів;
- проводить антидемпінгові, антисубсидійні та спеціальні розслідування;
- бере участь у розробці механізму регулювання валютно-кредитних відносин із зарубіжними країнами, а також: у реалізації загальнодержавної політики залучення в Україну іноземних інвестицій і розміщення їх на території країни;
- бере участь у розробці прогнозу зовнішньоторгового та платіжного балансу України, здійснює аналіз їх стану і прогнозування темпів, пропорцій, ефективності експорту та імпорту;
- співпрацює з міжнародними економічними організаціями, вносить пропозиції про підписання міжнародних договорів та укладає їх за дорученням Кабінету Міністрів;

- на основі аналізу й прогнозування кон'юнктури на світових ринках забезпечує інформацією суб'єктів ЗЕД, а також: надає їм допомогу в роботі з іноземними партнерами.

Державна митна служба:

- в межах своєї компетенції захищає економічні інтереси України, дбає про економічну безпеку держави;
- забезпечує дотримання чинного законодавства, веде боротьбу з контрабандою, порушенням митних правил і податкового законодавства;
- здійснює митне регулювання торгово-економічних відносин, стягує мито та інші митні платежі;
- здійснює митний контроль;
- веде митну статистику зовнішньої торгівлі;
- забезпечує виконання міжнародних зобов'язань України в галузі митної справи, здійснює співробітництво з митними органами іноземних держав.

Антимонопольний комітет:

- здійснює контроль за дотриманням суб'єктами ЗЕД антимонопольного законодавства.

Міжвідомча комісія з міжнародної торгівлі:

- здійснює оперативне державне регулювання ЗЕД в Україні;
- приймає рішення про порушення і проведення антидемпінгових, антисубсидійних або спеціальних розслідувань та застосування відповідно антидемпінгових, компенсаційних або спеціальних заходів.

До компетенції ***органів місцевого регулювання ЗЕД*** належить:

- укладання і забезпечення виконання у встановленому законодавством порядку договорів з іноземними партнерами на придбання та реалізацію продукції, виконання робіт і надання послуг;
- сприяння зовнішньоекономічним зв'язкам підприємств, установ та організацій, розташованих на відповідних територіях, незалежно від форм власності;
- сприяння у створенні на основі законодавства спільних з іноземними партнерами підприємств виробничої і соціальної інфраструктури та Інших об'єктів, залучення іноземних інвестицій для створення робочих місць;
- організація та контроль прикордонної і прибережної торгівлі;
- створення умов для належного функціонування митних органів;
- забезпечення на відповідній території в межах наданих повноважень виконання міжнародних зобов'язань України.

До недержавних організацій, які сприяють розвитку ЗЕД підприємств, належать насамперед торгово-промислові палати (ТПП). Торгово-промислова палата є недержавною

неприбутковою самоврядною організацією, яка об'єднує юридичних осіб, які створені і діють відповідно до законодавства України, та громадян України, зареєстрованих як підприємці, та їх об'єднання. Діяльність ТПП в Україні регулюється Законом України *"Про торгово-промислові палати в Україні"*.

Торгово-промислова палата:

- сприяє розвитку зовнішньоекономічних зв'язків, експорту українських товарів і послуг, надає практичну допомогу підприємцям у проведенні торгово-економічних операцій на зовнішніх ринках;
- представляє інтереси членів палати з питань господарської діяльності як в Україні, так і за її межами;
- бере участь в організації в Україні та за кордоном професійного навчання і стажування фахівців, а також: у розробці та реалізації міждержавних програм у цій галузі;
- надає довідково-інформаційні послуги, основні відомості про діяльність українських підприємств і підприємців зарубіжних країн, сприяє поширенню, зокрема через засоби масової інформації, знань про економіку і науково-технічні досягнення, законодавство, звичаї та правила торгівлі в Україні і зарубіжних країнах, можливості зовнішньоекономічного співробітництва;
- встановлює і розвиває зв'язки з іноземними підприємцями, а також організаціями, що об'єднують або представляють їх, бере участь у роботі міжнародних неурядових організацій.

Ці завдання ТПП реалізує при виконанні низки **функцій**, що полягають у:

- проведенні за дорученням державних органів незалежної експертизи проектів нормативно-правових актів з питань зовнішньоекономічних зв'язків;
- наданні за дорученням українських та іноземних юридичних і фізичних осіб послуг, пов'язаних із захистом їх прав та інтересів відповідно до законодавства України та міжнародних договорів;
- зверненні за дорученнями осіб, права яких порушені, до Антимонопольного комітету України з відповідними заявами;
- проведенні на замовлення українських та іноземних підприємців експертизи, контролю якості, кількості, комплектності товарів (у тому числі експортних та імпорتنих) і визначенні їхньої вартості;
- видачі сертифікатів про походження товарів, сертифікатів визначення продукції власного виробництва підприємств з іноземними інвестиціями та інших документів, необхідних для здійснення ЗЕД;
- здійсненні декларування зовнішньоторгових вантажів у випадках, передбачених законом;

- організації міжнародних виставок, національних виставок іноземних держав і окремих іноземних фірм, забезпеченні підготовки і проведення виставок українських товарів за межами України;

- організації семінарів, конференцій, ділових переговорів з економічних питань за участю українських підприємців та іноземних фірм як в Україні, так і за її межами;

- укладанні необхідних для виконання функцій палат зовнішньоекономічних та інших угод з українськими та іноземними суб'єктами підприємницької діяльності;

- створенні за ініціативою учасників спору третейських судів відповідно до законодавства України, галузевих або територіальних комітетів (рад) підприємців, цільових секцій фахівців-консультантів тощо.

Загалом ТПП України є системою, яка містить регіональні, місцеві ТПП, союзи, асоціації, об'єднання підприємців (організації роботодавців), арбітражні органи (Міжнародний комерційний арбітражний суд, Морська арбітражна комісія, третейські суди).

ТПП України представляє інтереси своїх членів у Міжнародній торговій палаті, а також в інших міжнародних організаціях. Зокрема, підтримуються тісні зв'язки з Організацією економічного співробітництва та розвитку, Європейським Союзом, Асоціацією торгово-промислових палат Європи, налагоджуються зв'язки з аналогічними національними та регіональними структурами в багатьох країнах світу. ТПП України є ініціатором створення таких змішаних торгових палат, як Польсько-Українська, Турецько-Українська, Італо-Українська; у Німеччині працює контакт-бюро ТПП України, відкрито представництво у Сеулі.

Значну допомогу підприємствам у здійсненні ЗЕД надають організації роботодавців (об'єднання підприємців) - громадські неприбуткові організації, що об'єднують роботодавців на засадах добровільності та рівноправності з метою представництва і захисту їх прав та інтересів.

Організації роботодавців (підприємців) та їх об'єднання створюються у формі союзу, асоціації, ліги, федерації, ради, конгресу тощо. Представники найбільших союзів підприємців у сфері ЗЕД:

- * беруть участь у розробці проектів законів з питань торгової політики, патентного права, податків;*

- * надають фірмам-експортерам експортні й інші субсидії;*

- * забезпечують підготовку і проведення переговорів про укладання торгових угод з іноземними державами;*

- * беруть участь у наданні гарантій експортних кредитів і в захисті внутрішнього ринку від іноземної конкуренції шляхом введення спеціальних імпорتنих податків, антидемпінгового мита тощо.*

До найбільших союзів підприємців у світі належать: Національна асоціація промисловців США, Конфедерація британської промисловості в Англії, Федеральний союз німецької промисловості в Німеччині, Національна рада французьких підприємців у Франції, Промисловий союз у Швеції тощо.

В Україні союзи підприємців створюються з 1989 р. і поділяються на національні, міжнародні, галузеві і місцеві. До найбільших з них належать: Український союз промисловців і підприємців, Конгрес ділових кіл України, Ліга спільних підприємств України, Асоціація брокерів України, Конгрес бірж, Союз малих підприємств та ін. їх роль у розвитку міжнародної діяльності фірм різноманітна:

- співробітництво і взаємодія з об'єднаннями підприємців закордонних країн:
- надання допомоги в налагодженні господарських зв'язків з партнерами, що знаходяться за межами України;
- співробітництво з організаціями ООН з метою удосконалення ринкових відносин в Україні;
- сприяння розвитку товарних, валютних і фінансових ринків;
- організація міжнародних виставок, ярмарків, аукціонів;
- сприяння у збуті продукції на закордонних ринках у товарообмінних, лізингових операціях;
- участь в укладанні зовнішньоторгових контрактів;
- виконання на договірній основі експортно-імпортних операцій, використання своїх валютних коштів на імпорт устаткування, сировини, матеріалів та інших товарів, необхідних для розвитку виробництва.

Підприємці України беруть участь також у діяльності різних міжнародних союзів підприємців: Міжнародному конгресі промисловців і підприємців, Міжнародному союзу підприємців і орендарів, Міжнародній асоціації підприємств із власністю працівників, Східноєвропейському об'єднанні підприємців, Євро-Азіатській лізі малих і середніх підприємств та ін.

Регулювання ЗЕД в Україні здійснюється за допомогою:

- законів України (*"Про зовнішньоекономічну діяльність", "Про захист іноземних інвестицій в Україні", "Про дію міжнародних договорів на території України", "Про міжнародний комерційний арбітраж", "Про режим іноземного інвестування" і т. д.*);
- передбачених у законах України актів тарифного і нетарифного регулювання, що видаються державними органами України у межах їх компетенції;
- економічних методів оперативного регулювання (валютно-фінансових, кредитних) в межах законів України;

- рішень недержавних органів управління економікою, які приймаються згідно з їх статутними документами в межах законів України;
- договорів, які укладаються суб'єктами ЗЕД і не суперечать законам України.

2. Політика вільної торгівлі і протекціонізм

За ступенем втручання держави у регулювання зовнішньої торгівлі можна виділити протекціоністську політику і політику вільної торгівлі.

Політика вільної торгівлі характеризується мінімальним державним втручанням у зовнішню торгівлю, тобто торгівля розвивається на основі дії вільних ринкових сил, попиту і пропозиції. Така політика базується на усуненні будь-яких перешкод щодо ввезення та вивезення товарів. Митні органи виконують лише реєстраційні функції.

Протекціоністська політика - це захист внутрішнього ринку від іноземної конкуренції за допомогою тарифних і нетарифних інструментів торгової політики. З іншого боку, така політика може призвести до застійних явищ, оскільки послаблюються стимули до технічного прогресу, що веде до падіння конкурентоспроможності національних товарів.

При протекціонізмі передбачається, що економічний потенціал і конкурентоздатність на світовому ринку окремих країн різні. Тому вільна дія ринкових сил може бути не вигідною для менш розвинутих країн. Необмежена конкуренція з боку сильніших держав може призвести в менш розвинутих країнах до економічного застою і формування неефективної економічної структури; послаблюються стимули до технічного прогресу, і це веде до падіння конкурентоспроможності національних товарів.

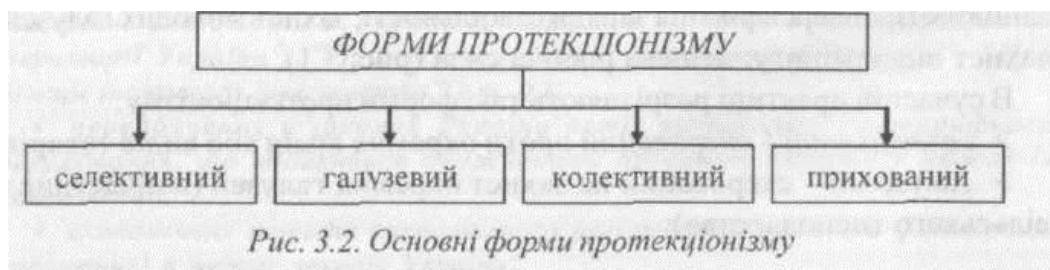
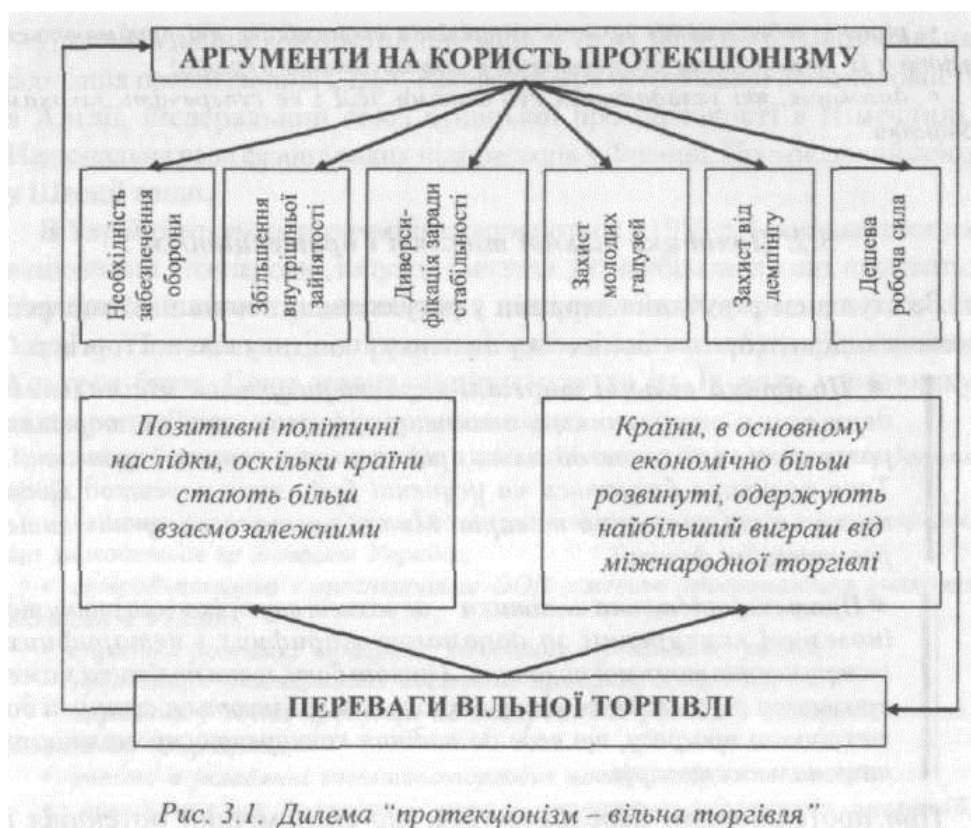
Зрештою аргументами на користь протекціонізму виступають такі міркування: необхідність забезпечення оборони; збільшення внутрішньої зайнятості; диверсифікація заради стабільності; захист молодих галузей; захист від демпінгу; дешева робоча сила (рис. 3.1).

В сучасній практиці розрізняють такі **форми протекціонізму**:

- > *селективний* - скерований проти окремих країн або видів товарів;
- > *галузевий* - скерований на захист окремих галузей (найчастіше - сільського господарства);
- > *колективний* - проводиться об'єднаннями країн щодо держав, які не входять у ці об'єднання;
- > *прихований* - здійснюється методами внутрішньої економічної політики (рис. 3.2).

Ступінь жорсткості державного регулювання зовнішньої торгівлі визначається на основі середнього рівня митного тарифу і середнього рівня та інтенсивності кількісних обмежень. Відносно відкритим вважається торговий режим при середньому рівні митного

обкладання менше 10% та кількісних обмеженнях, що покривають менше 25% імпорту. Якщо обмеження перевищують 25%, режим вважається обмежувальним; 40-100% - заборонним.



При використанні тих чи інших елементів торгової політики необхідно враховувати їх сукупний вплив на загальний характер торгової політики країни і на можливі заходи, які вживатимуть у відповідь її торгові партнери. Тому залежно від цілей державного регулювання (обмеження імпорту або стимулювання експорту) існують різні інструменти торгової політики.

Вплив засобів тарифного та нетарифного регулювання ЗЕД на ефективність експортно-імпортних операцій має враховуватись на початку розробки стратегічних рішень і тактичних дій.

Тема 3

СИСТЕМА РЕГУЛЮВАННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ (частина II)

1. Сутність та методи державного регулювання ЗЕД.
2. Нетарифні методи регулювання, їх класифікація і характеристика.

1. Сутність та методи державного регулювання ЗЕД

Система регулювання ЗЕД певної країни відповідає реалізації її зовнішньоекономічної політики. **ЗЕ політика** – це система заходів, спрямованих на досягнення економікою даної країни певних переваг на світовому ринку та, одночасно, захист внутрішнього ринку від конкуруючих імпортованих товарів.

Регулювання ЗЕД слід розглядати у 2-х аспектах:

- 1) правове регулювання ЗЕД всередині держави;
- 2) регулювання міжнародної діяльності.

Регулювання ЗЕД всередині держави передбачає:

- правове регулювання діяльності суб'єктів ЗЕД;
- регулювання інвестиційної діяльності;
- правове регулювання діяльності суб'єктів спеціальних економічних зон;
- валютне регулювання;
- тарифне регулювання ЗЕД;
- нетарифне регулювання ЗЕД;
- правове регулювання укладення, реєстрації та виконання зовнішньоторговельних договорів (контрактів) тощо.

Регулювання міжнародної діяльності (міжнародне право) включає:

- право міжнародних договорів;
- морське право;
- міжнародне повітряне право;
- міжнародне правове регулювання космічної діяльності;
- міжнародне правове регулювання збройних конфліктів;
- міжнародне співробітництво у боротьбі зі злочинністю;
- способи вирішення міжнародних суперечок тощо.

Методи державного регулювання поділяють на різні групи.

З одного боку, їх поділяють на адміністративні та економічні. До **економічних належать:**

- у галузі імпорту – митні тарифи, численні податки і збори з товарів, що ввозяться, та імпортні депозити;

- у галузі експорту – пільгові кредити експортерам, гарантії, субсидії, звільнення від сплати податків і надання фінансової допомоги.

Адміністративні методи безпосередньо впливають на ЗЕ відносини. До них належать:

- ембарго (повна заборона ЗЕ операцій);
- ліцензування;
- квотування (кількісне лімітування ввезення або вивезення);
- специфічні вимоги до товару, упаковки і маркування;
- зобов'язання щодо самозбереження поставок експортерам.

З іншого боку, ці методи поділяють на методи тарифного і нетарифного регулювання.

Тарифне р. – головний інструмент торговельної політики, що впливає на вартісні показники імпортованого чи експортованого товару через обкладення його відповідним митом.

Нетарифне р. – об'єднує решту методів, непов'язаних з тарифним р. Це комплекс національних адміністративних заходів, які часто не пов'язані безпосередньо із зовнішньою торгівлею, але виконують функції регулятора експортно-імпортних операцій.

2. Нетарифні методи регулювання, їх класифікація і характеристика

Нетарифне регулювання - це комплекс заходів обмежувально-заборонного характеру, що перешкоджають проникненню іноземних товарів на внутрішній ринок країни.

На відміну від митних бар'єрів, нетарифні обмеження можуть бути введені рішенням різних органів державної влади, а також місцевою владою, тобто можуть діяти на різних рівнях. Як правило, такі обмеження мають замаскований, неявний характер.

2.1. Методи кількісних обмежень

Кількісні обмеження – це адміністративна форма нетарифного державного регулювання торгового обороту, що визначає кількість і номенклатуру товарів, дозволених до експорту чи імпорту. Їх можуть застосовувати на підставі рішення уряду однієї країни, або на підставі міжнародних угод, що координують торгівлю певними групами товарів. Кількісні обмеження є формою державного регулювання умов виходу підприємств на зовнішній ринок, вони приводять до підвищення ціни товарів, що зменшує обсяг експорту або імпорту товарів.

Кількісні обмеження охоплюють практично 50% продовольчих товарів, 50% пального і близько 100% текстильних виробів, які імпортуються промислово розвинутими країнами.

Так, Німеччина встановлює квоти на імпорту вугілля, Франція - на нафту і нафтопродукти, Австрія - на вино і м'ясні консерви, Фінляндія - на олію, нафту і нафтопродукти.

Кількісні о. включають: квотування, ліцензування і добровільне обмеження експорту.

Квотування (контингентування) - це обмеження державною владою ввезення товарів певною кількістю чи сумою на встановлений період часу. Загалом контингентування здійснюється з метою ліквідації торгового і платіжного дисбалансу у торгівлі з окремими країнами, регулювання попиту і пропозиції на внутрішньому ринку, виконання міжнародних зобов'язань і досягнення взаємовигідних домовленостей.

Квота – це кількісний нетарифний засіб обмеження експорту чи імпорту товару певною кількістю або сумою на певний проміжок часу.

За напрямом дії квоти поділяють на експортні та імпортні. **Експортна (імпортна) квота** – граничний обсяг певної категорії товарів, який дозволено експортувати з території України (чи імпортувати) протягом встановленого строку та який визначається у натуральних чи вартісних одиницях.

Експортні вводять у таких випадках:

- відповідності до міжнародних угод, що встановлюють частку кожної країни у загальному експорті певного товару;
- урядом країни для попередження вивезення товарів, дефіцитних на внутрішньому ринку.

Імпортні вводять національний уряд для захисту місцевих товаровиробників, досягнення збалансованості торговельного балансу, відповідь на дискримінаційну торгову політику інших держав.

Чинним законодавством України визначено також такі види квот:

Глобальні – це квоти, що встановлюються за товаром без зазначення конкретних країн (чи груп країн), куди товар експортується, або з яких він імпортується.

Індивідуальні – квоти, що встановлюються за товаром з визначенням конкретної країни, куди товар може експортуватись або з якої він може імпортуватись.

Групові – квоти, що встановлюються та товаром з визначенням групи країн, куди товар експортується або з яких він імпортується.

Антидемпінгові – граничний обсяг імпорту в Україну певного товару, що є об'єктом антидемпінгового розслідування та антидемпінгових заходів, який дозволено імпортувати в Україну протягом установленого строку та який визначається в натуральних або вартісних одиницях виміру.

Компенсаційні – граничний обсяг імпорту в Україну певного товару, що є об'єктом антисубсидійного розслідування та компенсаційних заходів, який дозволено імпортувати

в Україну протягом встановленого строку та який визначається в натуральних або вартісних одиницях виміру.

Ліцензування – це регулювання ЗЕД через дозвільний пакет документів, що видають державні органи на право експорту чи імпорту товару у визначених кількостях на певний проміжок часу.

В Україні використовуються такі види ліцензій:

генеральна - відкритий дозвіл на експортні (імпортні) операції з окремим товаром або окремою країною;

разова (індивідуальна) - разовий дозвіл, який має іменний характер і видається для здійснення кожної окремої операції конкретним суб'єктом ЗЕД;

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

глобальна ліцензія – дозвіл на ввезення або вивезення того чи іншого товару в будь-яку країну за певний період часу без обмежень кількості і вартості.

З метою спрощення системи ліцензування практикується видача так званих **автоматичних ліцензій**, особливість яких полягає в тому, що імпортер (експортер), подаючи заявку на отримання дозволу на імпорт (експорт), автоматично отримує дозвіл на ввезення (вивезення) товару за умови, звичайно, що він не дістав офіційну відмову.

«Добровільне» обмеження експорту – кількісне обмеження експорту, що ґрунтується на зобов'язанні одного з торгових партнерів обмежити або не розширювати обсяг експорту, прийнятому в рамках офіційного міжурядового або неофіційного договору про встановлення квот на експорт товару. На практиці цей метод застосовується як засіб торгової політики переважно розвинутими країнами в конкурентній боротьбі між собою.

Слід зазначити, що найбільшого поширення "добровільне" обмеження експорту дістало у взаємовідносинах між США, Японією і ЄС. Прикладом комплексних узгоджень питань торговельних відносин, що виявляються в "добровільних" обмеженнях експорту, може бути ряд зобов'язань Японії обмежити вивезення до США легкових автомобілів. Це пов'язано з невдоволенням американської сторони японським протекціонізмом, який є найбільш жорстким стосовно аграрної продукції, а також високими конкурентними властивостями дешевих та якісних японських легковиків. Японія також "добровільно" обмежує свій експорт телевізорів до Великої Британії, Бельгії, Нідерландів та Люксембургу. Країни ЄС "добровільно" обмежують свій експорт труб і тюбінгів до США.

2.2. Методи прихованого протекціонізму

Методи прихованого, побічного протекціонізму являють собою різні перепони, створені численними державними структурами на шляху імпорتنих товарів. Національні стандарти та вимоги до товарів також можуть розглядатись як прихований протекціонізм,

оскільки імпортовані товари підлягають більш прискіпливому дослідженню на відповідність національним стандартам та вимогам, що ускладнює їх просування на внутрішній ринок.

Технічні бар'єри - це перешкоди для імпорту товарів, що виникають у зв'язку з їх невідповідністю національним стандартам у системі виміру та інспекції якості, вимогам техніки безпеки, санітарно-гігієнічним нормам, правилам пакування і маркування тощо. Перевірка відповідності ввезеного товару означеним вимогам обумовлюється об'єктивними потребами виробництва і споживання продукції; водночас ця процедура може виконувати і протекціоністську роль. До цих бар'єрів належать: стандарти, сертифікація якості, вимоги до пакування та маркування, санітарно-гігієнічні та екологічні вимоги, процедури митного оформлення.

Внутрішні податки. Обкладення імпортованих товарів (на додаток до імпортного мита, сплати за отримання дозвільних документів країни імпорту) внутрішніми податками додатково підвищує вартість імпорту та є проявом прихованого протекціонізму.

Спеціальні податки на внутрішньому споживчому ринку виконують особливу функцію стосовно імпортованих товарів, хоча формально ставки податків однакові для імпортованих та вітчизняних товарів. У зв'язку з тим, що цінова база оподаткування та методика стягнення податку щодо вітчизняних товарів відрізняються від тих, що застосовуються до імпортованих товарів, вони суттєво підвищують ціну відносно вітчизняних товарів. Таким податком є акцизний збір, який стягується як з вітчизняних, так і з імпортованих товарів. Національний товаровиробник має можливість скористатися відстроченням сплати акцизного збору, але отримувач зобов'язаний сплатити цей податок за імпортований товар безпосередньо при митному оформленні та випуску його у вільний обіг на внутрішній ринок.

Політика в межах державних закупівель - це прихований метод торгової політики, згідно з яким від державних органів і підприємств вимагається купувати певні товари лише у національних фірм, якщо навіть вони дорожчі за імпортні.

Найчастіше така політика пояснюється вимогами національної безпеки. Наприклад, американський уряд за законом 1933 р., який отримав назву "Акт *"Купуй американське"*, платив на 12% більше, а для оборонних товарів - на 50% більше американським постачальникам порівняно з іноземними. У країнах ЄС, де донедавна засоби зв'язку були державними, практично не було торгівлі обладнанням зв'язку, оскільки від державних фірм вимагалось купувати таке обладнання лише у своїх виробників.

Вимоги про вміст місцевих компонентів - законодавчо встановлена частка кінцевого продукту, яка повинна бути вироблена національними виробниками для продажу на внутрішньому ринку. Мета цього методу полягає у тому, щоб з використанням місцевих компонентів створити вітчизняне виробництво заміників імпортованих товарів.

Уряди розвинутих країн використовують вимогу про вміст місцевих компонентів з метою запобігання переміщенню виробництва у країни, що розвиваються, з більш дешевою робочою силою, і зберегти тим самим рівень зайнятості. Наприклад, США зобов'язують іноземних постачальників автомобілів на американський ринок, зокрема японських, розширити використання комплектуючих частин американського виробництва, робочої сили та послуг у сфері реклами.

2.3. Методи стимулювання експорту (фінансові методи)

Субсидії - це грошові виплати, скеровані на підтримку національних товаровиробників та побічну дискримінацію імпорту.

Розрізняють такі **види субсидій**:

прямі - дотації вітчизняному товаровиробнику, які сплачуються безпосередньо в разі здійснення експортної операції;

непрямі - приховане дотування експортерів наданням пільг в оподаткуванні, пільгових умов страхування тощо;

внутрішні - бюджетне фінансування виробництва товарів, що реально конкурують з імпортними на внутрішньому споживчому ринку;

експортні - бюджетні виплати національним експортерам, які покривають частину витрат і в такий спосіб підвищують конкурентоспроможність вітчизняних товарів на зовнішніх ринках.

Експортне кредитування - це метод, який передбачає фінансове стимулювання державного розвитку експорту національними виробниками. Воно може здійснюватись у формах:

кредитів національним експортерам від державних банків під ставку відсотка, нижчу за ринкову;

державних кредитів іноземним імпортерам за умови дотримання ними зобов'язань купувати товари лише у фірм цієї країни;

страхування комерційних та політичних експортних ризиків національних експортерів.

Одним з методів субсидування експорту є **демпінг** - вивезення товарів за цінами, нижчими, ніж на внутрішньому та світовому ринках, за рахунок державних субсидій експортерам або за рахунок зацікавлених фірм.

Залежно від цілей застосування розрізняють такі види демпінгу:

спорадичний (епізодичний) - це епізодичний продаж зайвих товарів на зовнішньому ринку за заниженими цінами;

доцільний (навмисний) - експорт товарів за цінами, нижчими, ніж ціни внутрішнього ринку, або навіть нижчими, ніж витрати виробництва;

постійний - постійний експорт товарів за заниженими цінами;

зворотний - завищення цін на експорт порівняно з цінами продажу цих товарів на внутрішньому ринку;

взаємний - зустрічна торгівля двох країн одним і тим самим товаром за заниженими цінами.

До адміністративних методів стимулювання експорту належать:

- податкова політика. Національні особливості податкової політики можуть полягати в необхідності певної процедури державної реєстрації суб'єктів ЗЕД, можливості призупинення ЗЕ операцій, можливості накладення податкових штрафів тощо.
- система валютного контролю. Національне законодавство затверджує механізм валютного регулювання та систему контролю за рухом валютних коштів, встановлює певний механізм купівлі валюти та перерахування її до інших країн.
- національна система інформаційного забезпечення дає змогу ознайомитись з національним законодавством, що регулює ЗЕД, та із законодавством країн можливих контрагентів, вивчати особливості національного законодавства, що може створювати певні бар'єри на шляху просування товару на визначений експортером ринок.
- кадрове забезпечення полягає в підготовці національних менеджерів різного рівня для забезпечення підприємств фахівцями з питань ЗЕ політики, тактики і окремих операцій.
- Дипломатична підтримка. Торговельні представництва – надають експортерам правову підтримку, сприяють торговельним відносинам з країною перебування, вивчають її ринки, надають інформаційну підтримку.

2.4. Правові методи регулювання ЗЕД

1) Торговельні договори та угоди;

2) Режими регулювання. Торгово-політичний режим - це сукупність заходів, які застосовуються в певний момент часу в певній країні для регулювання доступу іноземних товарів на внутрішній ринок, а також для забезпечення доступу вітчизняних товарів на ринки інших країн. У міжнародній практиці розрізняють: режим найбільшого сприяння, національний режим, преференційний режим.

Режим найбільшого сприяння (РНС) - це положення про те, що кожна з держав, які домовляються, зобов'язується надати іншій державі, що бере участь у переговорах, такі ж сприятливі права, переваги, привілеї і пільги, як і ті, що їх вона надає чи надаватиме у майбутньому будь-якій третій державі (Most Favored Nation Treatment – MFN) .

Суть РНС полягає в тому, що зменшення митних бар'єрів для однієї країни означає також зменшення цих бар'єрів і для всіх інших країн, що встановили з нею РНС. Зазначений принцип поширюється також на квотування і ліцензування.

Національний режим передбачає надання державою іноземним юридичним та фізичним особам, товарам та послугам умов, аналогічних тим, якими користуються, відповідно, вітчизняні юридичні і фізичні особи, товари, послуги тощо.

Преференційний режим - надання країнам, що розвиваються, переваг щодо доступу їх товарів на ринки розвинутих країн. Основною формою преференцій є тарифні пільги, які фіксуються у вигляді зниження ставок імпортного мита.

2.5. Обмеження митного оформлення

1) *Державна реєстрація*. Їй підлягають усі суб'єкти ЗЕД. Окремій р. підлягають особливо важливі для даної країни товари, які можуть бути об'єктами експортно-імпортних операцій. Загальнодержавній р. підлягають усі експортно-імпортні операції суб'єктів даної країни.

2) *Особливості декларування*. Процедура декларування експортно-імпортних операцій полягає у заваленні відомостей на кожну конкретну товарну партію та сплаті усіх належних митних платежів. Держава також встановлює час його проведення.

3) *Методи оперативного регулювання*. Ними можуть бути обмеження у торгівлі з певною країною чи групою країн, наприклад, ембарго.

Найбільш жорстким заходом регулювання зовнішньої торгівлі є **ембарго**, що означає заборону імпорту та/або експорту. Ці заходи є вимушеними, вони визнаються міжнародною практикою, виступають у відкритій та завуальованій формах. Незважаючи на те, що ембарго вводиться з політичних міркувань, наслідки, по суті, є економічними. Приклади ембарго: заборона на імпорт з Іраку та Югославії; заборона арабськими країнами імпорту з Ізраїлю; заборона США торгівлі з Кубою. Різновид ембарго - часткові заборони безумовного характеру на імпорт конкретних товарів, здатних завдати шкоди різним сферам життя держави (наприклад, Іран забороняв ввозити товари, які підпадають під обмеження релігійних законів). Ввезення певних товарів часто забороняється з міркувань моралі, охорони здоров'я людей, захисту рослинного та тваринного світу (так, законодавство ЄС забороняє імпорт слонової кістки та шкір молодих тюленів).

4) *Консульські формальності*. Полягають у оформленні консульської фактури – документа, що засвідчує ціну одиниці товару та вартість усієї товарної партії.

2.6. Обмеження за цінами та режимом розрахунків за імпортом

В цих о. можна виділити 2 взаємопов'язані методи – цінову політику держави щодо імпортованих товарів та порядок валютних розрахунків за їхнє надходження.

Тема 4.

МИТНО-ТАРИФНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

1. Сутність та принципи митно-тарифного регулювання ЗЕД в Україні. Митний тариф.
2. Види і ставки мита, його функції.
3. Поняття митної вартості.
4. Механізм нарахування та види митних платежів.

1. Сутність та принципи митно-тарифного регулювання ЗЕД в Україні

Тарифне регулювання зовнішньої торгівлі - головний інструмент торгової політики, що впливає на вартісні показники імпортованого чи експортованого товару і реалізується шляхом обкладання продукції відповідним митом.

Митно-тарифна політика держави базується на таких **принципах**:

- виключної юрисдикції України на її митній території;
- виключної компетенції митних органів України щодо здійснення митної справи;
- законності;
- єдиного порядку переміщення товарів і транспортних засобів через митний кордон України;
- системності;
- ефективності;
- додержання прав та інтересів ф.о. та ю.о., що охороняється законом;
- гласності та прозорості.

При визначенні ставок мита головними **критеріями** є:

- економічні інтереси країни в цілому;
- інтереси національних виробників і споживачів;
- можливість та доцільність заміни імпортової продукції вітчизняною;
- інтереси збереження прямих зв'язків, виробничої кооперації;
- заохочення або стримування імпорту товарів залежно від ступеня їх обробки;
- сприяння виробництву товарів експортного призначення через систему пільг на імпорт сировини і компонентів;
- доцільність обмеження імпорту окремих товарів або підвищення надходжень до державного бюджету від їх імпорту;
- можливість маневрування рівнем мита у ході міждержавних торговельних переговорів для одержання зустрічних поступок.

Основним засобом митного регулювання є митні тарифи.

***Митний тариф** - це систематизований перелік товарів, що підлягають обкладанню митом при ввезенні їх на митну територію країни або при вивезенні з неї. 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 обкладається.

Митні тарифи можуть бути простими та складними (рис. 3.11).



Рис. 3.11. Класифікація митних тарифів за структурою

Простий митний тариф встановлює одну ставку мита для кожного товару незалежно від країни походження цього товару. Такий тариф не забезпечує достатньої маневреності у митній політиці, а тому не відповідає сучасним умовам боротьби на світовому ринку.

Складний митний тариф передбачає дві і більше ставок мита для кожного товару. Звичайно найвища ставка є автономною і називається максимальною, чи генеральною. Вона використовується для товарів тих країн, з якими немає торгових угод. Найнижча, мінімальна ставка (як правило, конвенційна) звичайно застосовується до товарів тих країн, з якими підписані торгові договори й угоди і, що особливо важливо, яким наданий режим найбільшого сприяння. Складні митні тарифи багатьох країн часто передбачають і особливо пільгові, преференційні ставки мита.

Механізм застосування митного тарифу складається з декількох елементів: товарна класифікація об'єкта оподаткування, методи оцінки вартості оподатковуваних товарів, методи визначення країни походження товарів, процедура застосування митних ставок (рис. 3.10).

Систематизація ставок мита у тарифі здійснюється відповідно до диференційованого переліку товарів - **товарної номенклатури**. Характерними рисами будь-якої товарної номенклатури є системність опису товарів і привласнення коду кожній товарній позиції. В Україні застосовується **Українська класифікація товарів ЗЕД (УКТЗЕД)**, яка складається на основі гармонізованої системи опису та кодування товарів, затвердженої міжнародною конвенцією в 1983р., і Комбінованої номенклатури ЄС.



Рис. 3.10. Основні елементи механізму застосування митного тарифу

Для вибору ставки мита важливе значення має порядок визначення *країни походження товару*. Згідно з загальним правилом, такою країною вважається та, де товар було виготовлено або істотно перероблено. У генеральному плані товар вважається істотно переробленим, якщо після такої переробки він переходить з однієї товарної позиції митного тарифу до іншої. Цей принцип, однак, по-різному застосовують у практиці різних держав. Так, найжорсткіші вимоги щодо країни походження товару встановлено в ЄС: товар вважається виробленим у тій чи іншій країні, якщо ступінь суттєвої переробки становить 95% і більше.

Киотською конвенцією з оцінювання товарів для митних цілей встановлюються три **критерії для визначення країни походження товару**:

- > залежно від доданої вартості;
- > за зміною товаром товарної позиції митного тарифу;
- > встановлення переліку товарів, які вважаються такими, що не підлягають переробці.

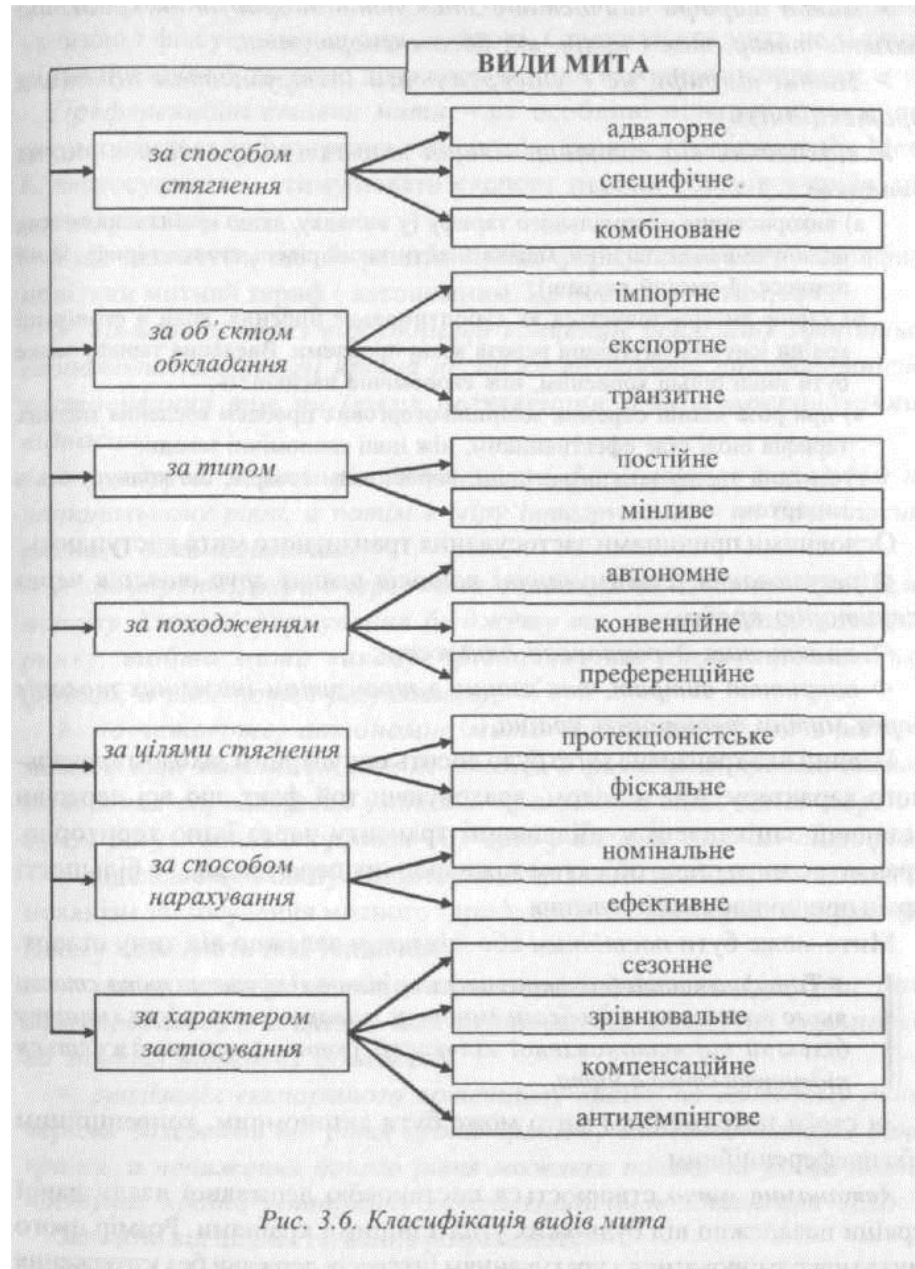
В Україні діє Єдиний митний тариф, визначений Законом «Про єдиний митний тариф». **Єдиний митний тариф** – це систематизований перелік ставок мита, яким обкладаються товари та інші предмети, що ввозяться на митну територію України, вивозяться за межі цієї території або переміщуються транзитом по цій території. Ставки Єдиного митного тарифу єдині для всіх суб'єктів ЗЕД незалежно від форми власності.

Відповідно до даного закону, окремі види товарів звільняються від обкладення митом, зокрема: транспортні засоби, які здійснюють транспортні міжнародні вантажні перевезення; валюта України, іноземна валюта, цінні папери; товари, які вироблені на Україні і ввозяться назад на її територію без переробки, а також товари іноземного походження, які вивозяться назад з України без переробки; товари, які імпортуються всеукраїнськими і міжнародними об'єднаннями громадян, що постраждали внаслідок аварії на ЧАЕС; товари, що імпортуються за рахунок коштів державного валютного фонду України та іноземних кредитів, що надаються під гарантію КМУ, та інші групи товарів.

2. Види і ставки мита, його функції

Основним елементом митного тарифу є мито. *Mumo (tax, customs)*, що стягується митницею – це податок на товари та інші предмети, які переміщуються через митний кордон України.

Класифікація мита за різними ознаками зображена на рис. 3.6.



Залежно від способу стягнення розрізняють мита:

- **адвалорне**, що нараховується у % до митної вартості товарів та інших предметів, які обкладаються митом. Позитивною стороною адвалорного мита є те, що воно підтримує однаковий рівень захисту внутрішнього ринку незалежно від коливання цін на товар; змінюються лише доходи бюджету. Негативною стороною адвалорного мита є те, що воно передбачає необхідність митної оцінки товару з метою оподаткування.

- **специфічне** – нараховується у встановленому грошовому розмірі на одиницю товарів та інших предметів, які обкладаються митом;

- *комбіноване*, що поєднує обидва ці види мита.

За об'єктом обкладання розрізняють:

- *імпортне мито*, що стягується з імпортованих товарів або під час випуску товарів з митних складів, розташованих всередині країни;

- *експортне мито*, що стягується з товарів при вивезенні їх за кордон з метою зменшення обсягу експорту певних товарів або штучного підвищення їх ціни;

- *транзитне мито*, що стягується за провезення товару територією тієї чи іншої країни.

До товарів, що походять з держав, які входять з Україною до митних союзів або утворюють з нею спеціальні митні зони, застосовуються *преференційні ставки ввізного мита*, передбачені Єдиним митним тарифом (також для країн, що розвиваються).

До товарів, що походять з держав або економічних союзів, які користуються в Україні режимом найбільшого сприяння, застосовуються пільгові ставки ввізного мита. До решти товарів застосовуються повні ставки ввізного мита.

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

Основними причинами застосування транзитного мита виступають: *регулювання (стримування) потоків певних груп товарів через територію країни; поповнення державного бюджету; покриття витрат, пов'язаних з транзитом іноземних товарів через митну територію країни.*

Певний час транзитне мито було досить популярним заходом фіскального характеру. Але з часом, враховуючи той факт, що всі держави зазвичай зацікавлені у збільшенні транзиту через їхню територію, транзитне мито стало об'єктом міжнародних переговорів, і у більшості країн припинило своє існування.

Мито може бути *постійним* або *мінливим* залежно від типу ставок.

Тарифна квота (контингент) - це різновид мінливого мита, ставки якого залежать від обсягу імпорту товару: якщо обсяг імпорту більший від встановленої кількості (квоти), впроваджується підвищена ставка мита.

За своїм походженням мито може бути автономним, конвенційним або преференційним.

Автономне мито створюється постановою державної влади даної країни незалежно від будь-яких угод з іншими країнами. Розмір цього мита може змінюватися з урахуванням інтересів держави без узгодження з країнами-партнерами.

Конвенційне мито виробляється у процесі укладання угоди з іншою країною і фіксується у цьому договорі. Ставки цього мита не можуть підвищуватися будь-якою державою в односторонньому порядку.

Преференційні ставки мита - це особливі пільгові ставки, які застосовуються до імпортованих товарів походженням з деяких країн. Мета їх застосування - стимулювати експорт певних товарів з країн, що розвиваються.

За способом нарахування ставок розрізняють номінальне та ефективне мито.

Номінальні митні ставки - це ті, що вказуються в митному тарифі. Вони дають тільки загальне уявлення про рівень митного оподаткування країни. **Реальні ставки** (ефективні) свідчать про реальний рівень мита на кінцеві товари і розраховуються з урахуванням всіх факторів, які впливають на процес формування митного тарифу, - співвідношення між цінами на внутрішньому та зовнішньому ринках, темпи зростання інфляції, погіршення чи поліпшення платіжного балансу, рівень митного оподаткування імпортованих комплектуючих та ін.

За характером застосування виділяють:

> **сезонне мито**, яке регулює зовнішньоторгові відносини щодо товарів сезонного характеру; застосування такого мита захищає у певні періоди року ринок вітчизняних товарів шляхом підвищення вартості імпортованих товарів;

> **зрівнювальне мито**, що доповнює основне мито з метою вирівнювання цін імпортованих товарів з цінами на товари національного виробництва;

> **компенсаційне мито** використовується з метою нейтралізації субсидій, наданих державою експортеру для підвищення конкурентоспроможності товарів на ринках збуту; за міжнародними правилами сума такого мита не може перевищувати суми отриманої державної субсидії;

> **антидемпінгове мито** - особливо високе мито, що застосовується у разі виявлення факту імпорту товару за демпінговими цінами.



Рис. 3.4. Функції мита

Роль, яку виконує мито в економічному та політичному аспектах, зумовлює набір **функцій**, притаманних цьому податку (рис. 3.4):

- 1) мито захищає національних товаровиробників від іноземної конкуренції (протекціоністська функція);
- 2) мито є джерелом надходження коштів до бюджету держави (фіскальна функція);
- 3) мито є засобом удосконалення умов доступу національних товарів на зарубіжні ринки та запобігання небажаному експорту товарів (регулююча функція);
- 4) мито раціоналізує товарну структуру, підтримує оптимальне співвідношення валютних доходів та витрат держави (балансувальна функція).

3. Поняття митної вартості. Механізм нарахування та види митних платежів

При експорті та імпорті товарів слід розрізняти їх фактурну, митну та облікову вартість.

Фактурна вартість - вартість товарів, що фактично сплачена (підлягає сплаті) або повинна компенсуватися зустрічними поставками товарів і міститься в рахунку-фактурі згідно з умовами зовнішньоекономічної угоди.

Для вартості товару суттєве значення мають умови поставки товару. Так, вартість товару, який продавець передає покупцеві безпосередньо на складі у своїй країні, буде меншою за вартість цього ж товару за умови, що продавець доставить свій товар у країну покупця за свій рахунок. Необхідність урівняти у правах покупця та продавця щодо митної оцінки незалежно від умов поставки вимагає єдиного підходу різних країн до оцінки товарів саме для митних цілей.

Митна вартість – це заявлена декларантом або визначена митним органом вартість товарів, що переміщуються через митний кордон України, яка обчислюється на момент перетинання товарами митного кордону України.

При обчисленні митної вартості товарів витрати, зроблені до перетину митного кордону (якщо вони не включені до рахунку-фактури), додаються до фактурної вартості. Відповідно, витрати, зроблені після перетину митного кордону, віднімаються (якщо вони включені до рахунку-фактури).

Загалом до митної вартості входять:

- 1) фактурна вартість;
- 2) фактичні витрати, не відображені в рахунку-фактурі:
 - > на транспортування, завантаження, розвантаження, перевантаження і страхування товару до пункту перетинання митного кордону;
 - > комісійні і брокерські виплати;
 - > плата за використання об'єктів інтелектуальної власності, що мають відношення до даних товарів, яка повинна бути здійснена імпортером (експортером) прямо чи опосередковано як умова їх ввезення (вивезення).

Митна вартість може бути визначена різними **методами**:

1) **за ціною угоди з імпортованими товарами** (застосовується при визначенні митної вартості товарів, що ввозяться на територію України відповідно до зовнішньоторгових угод продажу та мають вартісну оцінку, тобто розрахунки за придбаний товар здійснюються за допомогою грошових платежів);

2) **за ціною угоди з ідентичними товарами** (сутність полягає в тому, що для визначення митної вартості товарів, що ввозяться, за базу приймається вартість угоди з ідентичними товарами, митна вартість яких була визначена декларантом за методом (1) і прийнята митним органом);

3) **за ціною угоди з однорідними товарами** (базується на тих самих принципах, що і метод (2); при цьому обов'язковою умовою є те, що митна вартість порівнюваних товарів була визначена за методом (1); різниця в означених методах полягає у понятті ідентичних та однорідних товарів);

4) **на основі відрахування вартості** (митна оцінка за даним методом базується на ціні одиниці товару, за якою оцінюються товари, які продаються найбільшою партією на території України не пізніше 90 днів з дати ввезення товарів, що оцінюються, учаснику угоди, який не є взаємопов'язаною з продавцем особою);

5) **визначення митної вартості шляхом додавання вартостей** (за даним методом розглядаються витрати на виробництво ввезених товарів, і на цій основі розраховується їх вартість; для визначення митної вартості потрібна інформація про витрати виробництва товарів, що оцінюються, яку можна отримати тільки за межами України);

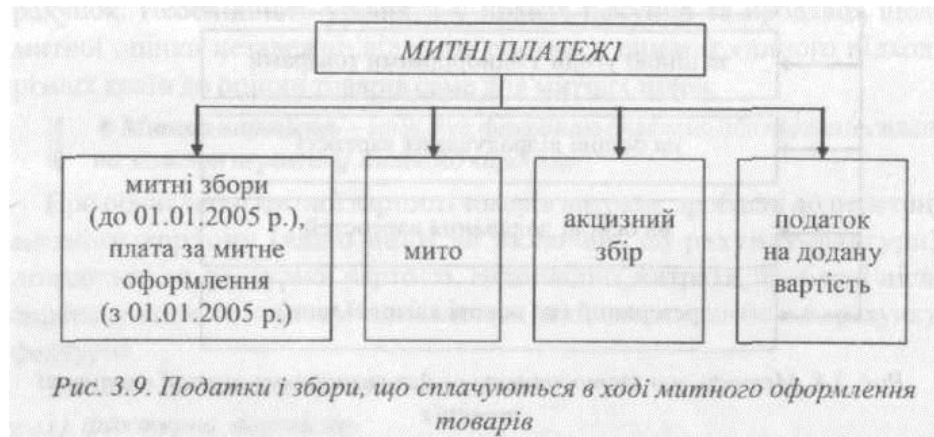
6) **резервний** (за основу для розрахунку береться світова ціна на товари, що ввозяться).

***Облікова вартість** товару складається з фактурної вартості, витрат по доставці товару, сплачених митних платежів.*

4. Механізм нарахування та види митних платежів

При переміщенні товарів через митний кордон обов'язковою є сплата передбачених чинним законодавством податків та зборів, а саме: митних зборів та плати за митне оформлення; мита; акцизного збору; податку на додану вартість.

Митні платежі - платежі, що стягуються в установленому порядку митними органами при митному оформленні товарів і інших випадках передбачених законодавством України.



Митні платежі включають:

- МИТО
- ПОДАТОК НА ДОДАНУ ВАРТІСТЬ
- АКЦИЗНИЙ ЗБІР
- ЄДИНИЙ ЗБІР
- МИТНИЙ ЗБІР

Митні платежі сплачуються безпосередньо власником переміщуваних товарів або організацією що здійснює митне оформлення на підставі договору і що має відповідну ліцензію. Митні платежі повинні бути внесені до, або одночасно з подачею ВМД на розрахунковий рахунок митного органу.

Імпортні товари обкладаються ПДВ, АЗ, ввізним митом та митним збором.

Податок на додану вартість (ПДВ)

ПДВ (англ. value added tax, VAT) - непрямий податок на товари й послуги. З метою стимулювання експорту фірмам-експортерам повертається сума ПДВ (при певних умовах). При імпорті ПДВ виступає засобом протекціоністської політики, оскільки його стягнення з імпортованих товарів веде до їхнього подорожчання, підвищуючи тим самим конкурентноздатність товарів і послуг вітчизняного виробництва.

Акцизний збір

Акцизний збір - це непрямий податок на споживачів (одержувачів) окремих товарів (продукції), визначених законом як підакцизні (надприбуткові товари), що стягується з них під час здійснення оборотів з продажу (інших видів відчуження) таких товарів (продукції), вироблених на митній території України, або при імпортуванні (ввезенні, пересиланні) таких товарів (продукції) на митну територію України. Акцизний збір включається до ціни підакцизних товарів.

Єдиний збір у пунктах пропуску

Єдиний збір складається з:

- плати за здійснення передбачених Законом видів контролю вантажу і транспортного засобу;
- плати за проїзд транспортного засобу автомобільними дорогами;
- додаткової плати за проїзд автомобільного транспортного засобу з перевищенням встановлених загальної маси, осьових навантажень та (або) габаритних параметрів.

Розмір єдиного збору залежить від виду транспортного засобу, проїзду по території України, габаритів, загальної маси.

Єдиний збір не справляється:

- у разі перетинання державного кордону України залізничними вагонами без вантажів;
- у випадку транзиту вантажу, що не підлягає пропуску через митний кордон України та перевантажується на інший транспортний засіб у зоні митного контролю пункту пропуску, який є одночасно пунктом в'їзду та виїзду цього вантажу;
- з транспортних засобів, якими перевозяться вантажі гуманітарної допомоги, якщо товаросупровідні документи оформлені на отримувачів гуманітарної допомоги в Україні, що внесені до Єдиного реєстру отримувачів гуманітарної допомоги.

Митний збір

До митних зборів, які нараховуються за вантажною митною декларацією, належать такі їх види:

- за митне оформлення товарів та інших предметів;
- за митне оформлення тимчасово ввезеного (вивезеного) майна під зобов'язання про його зворотне вивезення(ввезення);
- за митне оформлення товарів у разі транзиту;
- за митне оформлення товарів у разі ввезення на митний ліцензійний склад;
- за перебування товарів та інших предметів під митним контролем;
- за митне оформлення товарів та інших предметів у зонах митного контролю на територіях і в приміщеннях підприємств, що зберігають такі товари та інші предмети, чи поза робочим часом, установленим для митниці.

Митні збори, які нараховуються за вантажною митною декларацією, справляються при кожному здійсненні митного оформлення товарів та інших предметів (далі - товари) за вантажною митною декларацією за винятком випадків, передбачених нижче. Платниками митних зборів є юридичні та фізичні особи, що здійснюють митне оформлення. Митне оформлення товарів у повному обсязі та їх пропуск можуть здійснюватися лише після сплати належних митних зборів або за умови надання митним органом у встановленому порядку відстрочення чи розстрочення їхньої сплати.

КЛАСИФІКАТОР ВИДІВ ТА СТАВОК МИТНИХ ЗБОРІВ

Вид митного збору	Розмір ставки (дол. США)
За митне оформлення товарів та інших предметів при митній вартості:	
до 100 дол. США	не стягується
от 100 до 1000 дол. США	5
Понад 1000 дол. США	0,2% митної вартості товарів, але не більше еквівалента 1000 дол. США
За находження товарів та інших предметів під митним контролем за кожний день находження:	
за перші 15 календарних днів	не стягується
за кожний наступний календарний день	0,05% загальної митної вартості товарів
За митне оформлення товарів та інших предметів в зонах митного контролю на територіях та в приміщеннях підприємств, що зберігають такі товари та інші предмети, або поза робочим часом, встановленим для митниці (за 1 годину роботи 1 працівника митниці):	
в робочій час	20
в неробочий час, суботу, неділю	40
святкові дні	50
За митне оформлення транспортного засобу індивідуального користування, якщо цей засіб використовується для перевезення товарів та інших предметів в обсягах, що підлягають оподаткуванню митом	10
За видачу свідоцтв на право реєстрації (перереєстрації) ввезених в Україну громадянами транспортних засобів (в т. ч. тимчасово), а також номерних агрегатів, що підлягають реєстрації в органах Державтоінспекції	15
За зберігання товарів та інших предметів на митних складах (крім товарів та інших предметів, які відповідно до ст. 86 МКУ ⁵ зберігаються виключно митницею), за 1 кг за кожний день зберігання:	
Перші 10 календарних днів	0,1
кожний наступний календарний день	0,5
За зберігання товарів та інших предметів, що підлягають обов'язковій передачі митниці для зберігання та відзначені в ст. 86 ТКУ, за кожний день:	
Перші 10 календарних днів	0,1% загальної вартості товарів
кожний наступний календарний день	0,5% загальної вартості товарів
За видачу підприємству свідоцтва про визнання його декларантом (на термін до одного року)	1500
За продовження терміну дії (перереєстрації) свідоцтва про визнання підприємства декларантом (щорічно)	1000

Тема 4.

МИТНО-ТАРИФНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

(продовження)

1. Види митного режиму в Україні.
2. Організація системи митного контролю.
3. Порядок митного оформлення товарів. Декларування товарів.
4. Митні документи та специфіка їх оформлення.

1. Види митного режиму в Україні

Митний режим – це сукупність правил, відповідно до яких товари переміщуються через кордон. Від нього залежить порядок оформлення і розмір митних платежів. Декларант самостійно визначає митний режим товарів і транспортних засобів, які переміщуються через митний кордон України, відповідно до мети їх переміщення та на підставі поданих документів. Відповідно до мети переміщення товарів через митний кордон України запроваджено такі види митного режиму:

- імпорт;
- реімпорт;
- експорт;
- реекспорт;
- транзит;
- тимчасове ввезення (вивезення);
- митний склад;
- спеціальна митна зона;
- магазин безмитної торгівлі;
- переробка на митній території України;
- переробка за межами митної території України;
- знищення або руйнування;
- відмова на користь держави.

Імпорт – митний режим, відповідно до якого товари ввозяться на митну територію України для вільного обігу без обмеження строку їх перебування на ній. Ввезення в режимі імпорту передбачає:

- подання митному органу документів, що засвідчують підстави та умови ввезення товарів на митну територію України;
- сплату податків і зборів, якими обкладаються товари при імпорті відповідно до законодавства (тарифне регулювання);

- дотримання вимог, передбачених законом щодо заходів нетарифного регулювання (наприклад, дотримання санітарних вимог чи проходження сертифікації).

Реімпорт – митний режим, відповідно до якого товари, що походять з України та експортовані за межі її митної території, не пізніше ніж у встановлений ввозяться на митну територію України для вільного обігу на ній. Товари можуть переміщуватись через митний кордон в цьому режимі, якщо вони:

- походять з митної території України;
- ввозяться на митну територію України не пізніше ніж через 1 рік після їх експорту за межі України;
- не використовувались за межами України для отримання прибутку;
- ввозяться у тому ж стані, в якому вивозилися, крім природного зношення чи втрат з нормальних умов транспортування і зберігання.

Експорт – митний режим, відповідно до якого товари вивозяться за межі митної території України для вільного обігу без зобов'язання щодо їх повернення на цю територію.

Режим експорту передбачає:

- подання митному органу документів, що засвідчують підстави та умови вивезення товарів за межі митної території України;
- сплату податків і зборів, встановлених на експорт;
- дотримання вимог, передбачених законом.

Реекспорт – митний режим, відповідно до якого товари, що походять з інших країн, не пізніше ніж у встановлений законодавством строк з моменту їх ввезення на митну територію України вивозяться з неї в режимі експорту. Товари походженням з інших країн можуть реекспортуватися, якщо:

- митному органу подано дозвіл уповноваженого КМУ органу на реекспорт товару;
- товари перебувають у тому ж стані, в якому ввозилися;
- ці товари не використовувались на території України для отримання прибутку;
- товари, що реекспортуються, вивозяться не пізніше ніж через 1 рік з дня їх ввезення на митну територію України.

Транзит - митний режим, відповідно до якого товари і транспортні засоби переміщуються під митним контролем між двома митними органами або в межах зони діяльності одного митного органу без будь-якого використання таких товарів і транспортних засобів на митній території України. У деяких випадках такі товари можуть переміщуватися лише за наявності дозволу на транзит, або тільки встановленими маршрутами (транзит енергоносіїв).

Тимчасове ввезення (вивезення) – митний режим, відповідно до якого товари можуть ввозитися на митну територію України чи вивозитися з обов'язковим подальшим

поверненням цих товарів без будь-яких змін. Загальний строк тимчасового ввезення/вивезення становить 1 рік. Дозвіл на тимчасове ввезення на митну територію України (вивезення) під зобов'язання про зворотне вивезення допускається:

- ❖ щодо товарів, призначених для демонстрації на виставках, ярмарках, конференціях тощо;
- ❖ професійного обладнання, необхідного особам, що прибувають в Україну для підготовки репортажів, зйомки фільмів тощо;
- ❖ зразків товарів і предметів та рекламних фільмів за умови, що вони залишаються власністю особи, яка перебуває за межами території їх тимчасового ввезення, і їх використання на території України не має комерційного характеру;
- ❖ товарів, що ввозяться з освітніми, науковими чи культурними цілями;
- ❖ особистих речей пасажирів і товарів, що ввозяться для спортивних цілей;
- ❖ матеріалів для реклами і туризму;
- ❖ транспортних засобів, що використовуються виключно для перевезення пасажирів і товарів через митний кордон України (рейсовий літак).

Митний склад - митний режим, відповідно до якого ввезені з-за меж митної території України товари зберігаються під митним контролем без справляння податків і зборів і без застосування до них заходів нетарифного регулювання у період зберігання, а товари, що вивозяться за межі України, зберігаються під митним контролем після митного оформлення митними органами до фактичного їх вивезення. Строк зберігання товарів, *ввезених* з-за меж митної території, в режимі митного складу не може перевищувати **3-х років**. Строк зберігання в режимі митного складу *ідакцизних товарів*, ввезених в Україну, не може перевищувати **3-х місяців**. Те ж стосується і товарів, що *вивозяться* за межі України.

Для зберігання товарів в цьому режимі використовуються спеціально обладнані приміщення – митні ліцензійні склади.

Спеціальна митна зона - митний режим, відповідно до якого до товарів, які ввозяться на території відповідних типів спеціальних економічних зон (БЕЗ) з-за меж митної території України, а також до товарів, які вивозяться з цих зон, не застосовуються заходи тарифного і нетарифного регулювання. Митний орган, у зоні діяльності якого знаходиться спеціальна митна зона, може вимагати спорудження огорожі по периметру зони, встановлення обмежень щодо доступу в зону у певні години роботи тощо.

Магазин безмитної торгівлі (duty free) - митний режим, відповідно до якого товари, а також супутні роботи, не призначені для споживання на території України, перебувають та реалізуються під митним контролем у пунктах пропуску на митному кордоні України, відкритих для міжнародного сполучення, та інших зонах митного контролю, без справляння мита та інших податків на експорт чи імпорт і без застосування нетарифних заходів.

Строк перебування товарів в режимі безмитної торгівлі не може перевищувати **3 років**. Власником магазину безмитної торгівлі може бути *лише підприємство-резидент*.

Переробка на митній території України - митний режим, відповідно до якого ввезені на митну територію України товари, що походять з інших країн, піддаються переробці без застосування до них заходів нетарифного регулювання, за умови вивезення за межі митної території України продуктів переробки відповідно до режиму експорту. Ввезення та переробка товарів походженням з інших країн здійснюються з дозволу митного органу.

Операції з переробки можуть включати: власне переробку товарів (приклад - операції з давальницькою сировиною); обробку товарів – монтаж, монтування тощо, внаслідок чого одержують інші товари; ремонт товарів; використання окремих товарів, які сприяють процесу виготовлення і повністю витрачаються.

Строк переробки товарів на митній території України встановлюється митним органом під час надання дозволу з огляду на тривалість процесу переробки, але як правило не більше **90 днів**.

Дані про *обов'язковий обсяг виходу* продуктів переробки зазначаються в контракті на переробку товарів на митній території України. У разі вивезення за межі митної території продуктів переробки, такі продукти підлягають декларуванню митними органами з поданням митної декларації, де зазначається кількість та вартість українських товарів, витрачених на здійснення операцій з переробки товарів, які ввозилися для переробки.

Переробка за межами митної території України - митний режим, відповідно до якого товари, що перебувають у вільному обігу на митній території України, вивозяться без застосування заходів тарифного та нетарифного регулювання з метою їх переробки за межами митної території України та подальшого повернення в Україну. Теж потрібен дозвіл митного органу. Строк переробки товарів за межами митної території України зазвичай не може перевищувати 90 днів.

Знищення або руйнування - митний режим, відповідно до якого товари, ввезені на митну територію України, знищуються під митним контролем чи приводяться у стан, який виключає їх використання, без справляння податків, установлених на імпорт, а також без застосування нетарифних заходів. Нищення або руйнування товарів здійснюється за рахунок їх власника чи іншої зацікавленої особи.

Відмова на користь держави - митний режим, відповідно до якого власник відмовляється від товарів, що перебувають під митним контролем, без будь-яких умов на свою користь. У цьому режимі на товари не нараховуються податки і збори, не застосовуються заходи нетарифного регулювання.

2. Організація системи митного контролю

Митному контролю підлягають усі товари і транспортні засоби, що переміщуються через митний кордон України. **Митний контроль** передбачає проведення митними органами мінімуму митних процедур, необхідних для забезпечення додержання митного законодавства України.

Митний контроль здійснюється посадовими особами митних органів шляхом:

- перевірки документів та відомостей, необхідних для такого контролю;
- митного огляду (товарів, транспортних засобів, громадян);
- обліку товарів і транспортних засобів, що переміщуються через митний контроль;
- усного опитування громадян;
- перевірки системи звітності і обліку товарів, що переміщуються через митний контроль, а також своєчасності і повноти сплати всіх митних платежів;
- огляду територій та приміщень митних складів, магазинів безмитної торгівлі, де знаходяться товари, що можуть підлягати митному контролю;
- використання інших форм, передбачених Митним кодексом.

Товари і ТЗ перебувають під митним контролем з моментом його початку і до закінчення згідно з заявленим митним режимом. *У разі ввезення* на митну територію України товарів і ТЗ митний контроль розпочинається з моменту перетинання ними митного кордону України. *У разі вивезення* за межі митної території митний контроль починається з моменту пред'явлення товарів і ТЗ для митного оформлення та їх декларування.

Митний контроль закінчується:

У разі ввезення на митну територію країни – після здійснення у повному обсязі митного оформлення товарів і ТЗ, що переміщуються через митний кордон України;

У разі вивезення за межі митної території - після здійснення у повному обсязі митного оформлення товарів і ТЗ та перетинання ними митного кордону України, за винятком митних режимів, які передбачають перебування під митним контролем протягом усього часу дії митного режиму.

Товари і ТЗ, що переміщуються через митний кордон, пред'являються для митного контролю **не пізніше, ніж через 3 години** після прибуття у пункт пропуску.

3. Порядок митного оформлення товарів. Декларування товарів

Метою **митного оформлення** є засвідчення відомостей, одержаних під час митного контролю товарів і ТЗ, що переміщуються через митний контроль України, та оформлення результатів такого контролю, а також статистичного обліку ввезення на митну територію України, вивезення за її межі та транзиту через неї товарів і ТЗ.

Митне оформлення починається після подання митному органу **митної декларації**, а також усіх необхідних для здійснення митного контролю та оформлення **документів**, відомостей про товари і ТЗ, які підлягають митному оформленню. Засвідчення прийняття товарів, ТЗ і документів на них до митного контролю і митного оформлення здійснюється шляхом проставлення відповідних відміток на митній декларації та товаросупровідних документах.

***Декларування** здійснюється шляхом* заявлення за встановленою формою точних відомостей про товари і ТЗ, мету їх переміщення через митний кордон України, а також відомостей, необхідних для здійснення їх митного контролю і митного оформлення.

У разі, якщо товари регулярно переміщуються через митний кордон України однією і тією ж особою на тих самих умовах, митний орган може дозволити їй подавати **періодичну митну декларацію**, яка оформляється на переміщення товарів за певний погоджений з митним органом період.

Митна декларація подається митному органу, який здійснює митне оформлення, **протягом 10 днів** з дати доставки товарів і транспортних засобів у митний орган призначення.

Декларантами можуть бути підприємства або громадяни, яким належать товари і ТЗ, що переміщуються через митний кордон України, або уповноважені ними митні брокери (посередники).

Якщо митне оформлення товарів і ТЗ у повному обсязі відповідно до їх митного режиму здійснюється не в місці перетину митного кордону, митному органу в пункті пропуску подаються транспортні, комерційні та інші супровідні документи, що містять відомості про товари і ТЗ, достатні для прийняття рішення про можливість їх пропуску через митний кордон.

Митний контроль і митне оформлення товарів і ТЗ в Україні здійснюються за такими етапами:

1. Прийняття вантажної митної декларації (ВМД) до оформлення.
 - 1.1. Контроль за відповідністю даних електронної копії ВМД даним, зазначеним у ВМД на паперовому носії.
 - 1.2. Контроль за виконанням вимог товарної номенклатури Митного тарифу України при класифікації товарів та інших предметів для цілей митного оформлення.
 - 1.3. Контроль за правильністю визначення митної вартості.
 - 1.4. Контроль за надходженням коштів, перевірка правильності нарахування податків та зборів, правильності визначення країни походження товарів.
 - 1.5. Контроль за правильністю застосування заходів нетарифного регулювання ЗЕД.
2. Митний огляд.

3. Нарахування й стягнення збору за митне оформлення товарів та інших предметів у зонах митного контролю на територіях і в приміщеннях підприємств, що зберігають такі товари, чи поза робочим часом, встановленим для митного огляду.

3.1. Завершення митного оформлення.

3.2. Видача оформлених документів декларанту.

3.3. Статистичний контроль.

Тема 5

ОРГАНІЗАЦІЯ І ТЕХНІКА ПІДГОТОВКИ, УКЛАДАННЯ ТА ВИКОНАННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНИХ КОНТРАКТІВ

1. Сутність договірних відносин між підприємствами на зовнішньому ринку та особливості ЗЕ контракту.
2. Регулювання укладання міжнародних договорів купівлі-продажу.
3. Види контрактів та їх класифікація.
4. Етапи здійснення експортно-імпоротної угоди. Форми, умови, порядок укладання контрактів.

1. Сутність договірних відносин між підприємствами на зовнішньому ринку та особливості ЗЕ контракту

Зовнішньоекономічний контракт - це матеріально оформлена угода двох або більше суб'єктів ЗЕД та їхніх іноземних контрагентів, спрямована на встановлення, зміну або припинення їх взаємних прав і зобов'язань у зовнішньоекономічній діяльності. Така угода являє собою домовленість про комерційний обмін цінностями між різнонаціональними контрагентами, причому суттєвим принципом її здійснення є те, що в її результаті кожен з учасників збільшує особисту цінність об'єкта, що обмінюється (з урахуванням міжнародно-трансакційних витрат).

При укладанні зовнішньоторгової угоди сторони повинні обумовити, право якої держави буде використовуватись для регулювання форми угоди і прав та обов'язків сторін. У законодавстві більшості країн світу й у багатьох міжнародних конвенціях закріплено *принцип автономії волі сторін*, що означає їх свободу підпорядкувати договір вибраному ними правопорядку. У вітчизняному законодавстві означений принцип використаний у ст. 6 Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність». Так, за українським законодавством права та обов'язки сторін зовнішньоторгового контракту визначаються правом країни, обраної сторонами при укладанні контракту чи в результаті подальшого узгодження. За відсутності такої згоди щодо контракту застосовується право країни, де засновано, розташовано штаб-квартиру чи основне місце діяльності сторони, котра виступає:

- продавцем - у договорі купівлі-продажу;
- наймодавцем - у договорі майнового найму;
- охоронцем - у договорі зберігання;
- комітентом (консигнантом) - у договорі комісії (консигнації);
- довірительом - у договорі доручення;
- перевізником - у договорі перевезення;
- експедитором - у договорі транспортно-експедиторського обслуговування;

- ліцензіаром - у ліцензійному договорі;
- страхувальником - у договорі страхування;
- кредитором - у договорі кредитування;
- дарителем - у договорі дарування;
- заставником - у договорі застави.

Важливими є правила імперативного характеру, коли сторони не мають права вибору, тобто передбачено певні обмеження автономії їхньої волі. Це стосується, по-перше, контрактів про створення спільних підприємств, до яких застосовується право країни, на території якої СП створюється й офіційно реєструється. По-друге, застосовним правом у випадках укладання договорів на аукціоні, в результаті конкурсу або на біржі є право країни, на території якої проводиться аукціон, конкурс або знаходиться біржа.

На основі наведеного вище визначення можна сформулювати **основні функції контракту в умовах договірних відносин**. Зокрема, зовнішньоекономічний контракт:

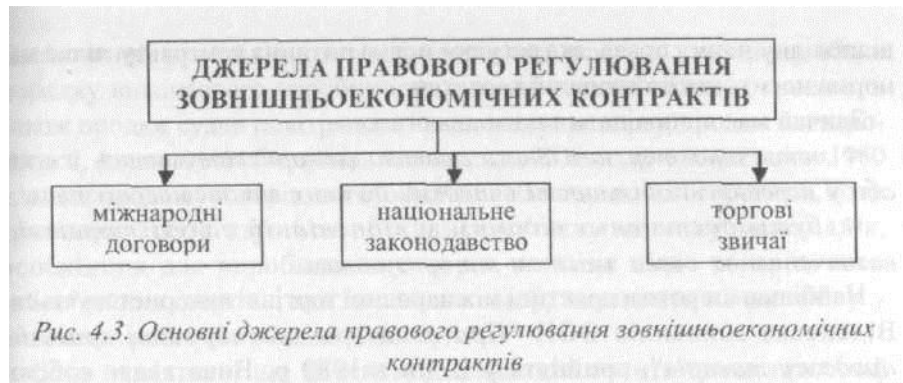
- 1) юридично закріплює відносини між сторонами, надаючи їм характеру зобов'язань, виконання яких захищене законом;
- 2) визначає порядок, послідовність і способи дій партнерів;
- 3) передбачає заходи щодо забезпечення виконання зобов'язань сторонами.

Незважаючи на наявність розбіжностей з певних спірних питань щодо існування тієї чи іншої функції, більшість авторів виділяють такі функції договору:

- ініціативна: договір є актом прояву ініціативи та узгодженої волі сторін врегулювати певні відносини;
- програмно-координаційна: договір як програма поведінки сторін щодо здійснення господарських відносин і засіб узгодження, координації їх дій відповідно до економічних інтересів і намірів;
- інформаційна: договір завдяки формальній визначеності його умов включає в себе Інформацію про правове становище сторін у договорі, яка необхідна сторонам, у відповідних випадках - юрисдикційним органам, третім особам;
- гарантійна: лише завдяки договору включаються в дію такі правові гарантії виконання договірних зобов'язань, як неустойка, завдаток, застава тощо;
- правозахисна: договір є правовою формою відносин, тобто формою, в межах якої забезпечується примусове виконання зобов'язань сторін шляхом використання майнових санкцій, засобів оперативного впливу.

2. Регулювання укладання міжнародних договорів купівлі-продажу

До основних джерел правового регулювання зовнішньоекономічних контрактів належать: міжнародні договори; національне законодавство; звичаї (рис. 4.3).



В практиці міжнародної торгівлі використовуються такі джерела правового регулювання міжнародної купівлі-продажу: Конвенція ООН "Про договори міжнародної купівлі-продажу товарів" (1980 р.); Конвенція ООН "Про давність позову в міжнародній купівлі-продажу товарів" (1974 р.); Конвенція "Про право, що застосовується до договорів міжнародної купівлі-продажу товарів" (1985 р.) та ін.

Практично в усіх країнах прийняті законодавчі акти, що містять норми, які регулюють відносини міжнародної купівлі-продажу. В одних країнах - це торгові кодекси (Франція, Німеччина, США, Швейцарія і т. д.), в інших - спеціальні законодавчі акти про міжнародну купівлю-продаж (Велика Британія та ін.). В Україні порядок виконання ЗЕ контрактів регулюється Законом України "Про зовнішньоекономічну діяльність", Законом України "Про порядок здійснення розрахунків в іноземній валюті", ЗУ «про операції з давальницькою сировиною в ЗЕ відносинах», Указ Президента України «Про застосування міжнародних правил інтерпретації комерційних термінів», Наказ Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції «Про затвердження Положення про форму зовнішньоекономічних договорів (контрактів)» та ін.

Суттєво впливають на зміст зобов'язань сторін за контрактом купівлі-продажу прийняті в міжнародній практиці звичаї. **Торговий звичай**, торгова або ділова звичка (**узанс**) - це одноманітність, яка **склалась у міжнародній торгівлі, загальновизнане правило, яке містить у собі ясне та визначене положення з питання, якого воно стосується, та яке не є нормою права і класифікується як умова договору, що мається на увазі ("ми завжди так робимо")**.

Звичай має відповідати таким вимогам: мати характер загального правила (використовуватись у всіх або у переважній більшості випадків, до яких він застосовується); бути достатньо відомим у відповідній галузі торгівлі, визначеним за своїм змістом та зрозумілим.

Найбільш широко в практиці міжнародної торгівлі використовується Віденська конвенція ООН "Про договори міжнародної **купівлі-продажу товарів**", прийнята у Відні в 1980 р. Вона являє собою документ, що має практичне значення при підписанні і виконанні зовнішньоторгових контрактів. Віденська конвенція була розроблена комісією ООН з права

міжнародної торгівлі (ЮНСІТРАЛ) з метою визначення єдиних норм, що регулювали б міжнародні торгові договори. Учасниками Віденської конвенції є понад 30 країн. На території України Конвенція набула чинності з 1 лютого 1991 р.

Загалом Віденська конвенція стосується таких питань: *що потрібно для того, щоб угода вважалася укладеною; коли вважається, що сторона договору виконала усі свої зобов'язання, що виникли в результаті укладання договору; наслідки невиконання договору; неможливість виконання.*

Згідно з Віденською конвенцією, **договір міжнародної купівлі-продажу товарів має такі основні ознаки:**

1) розташування комерційних підприємств (організацій) сторін на території різних держав. Так, договір купівлі-продажу, укладений між фірмами різної державної належності, які розташовані на території однієї держави, згідно з Конвенцією не може бути визнаний міжнародним. Водночас договір купівлі-продажу, укладений фірмами однієї державної належності, комерційні підприємства яких географічно розташовані в різних державах, буде визнаний міжнародним; 2) при виконанні договору товар (продукція) переміщується через державні кордони.

Факультативними ознаками договору міжнародної купівлі-продажу товарів виступають:

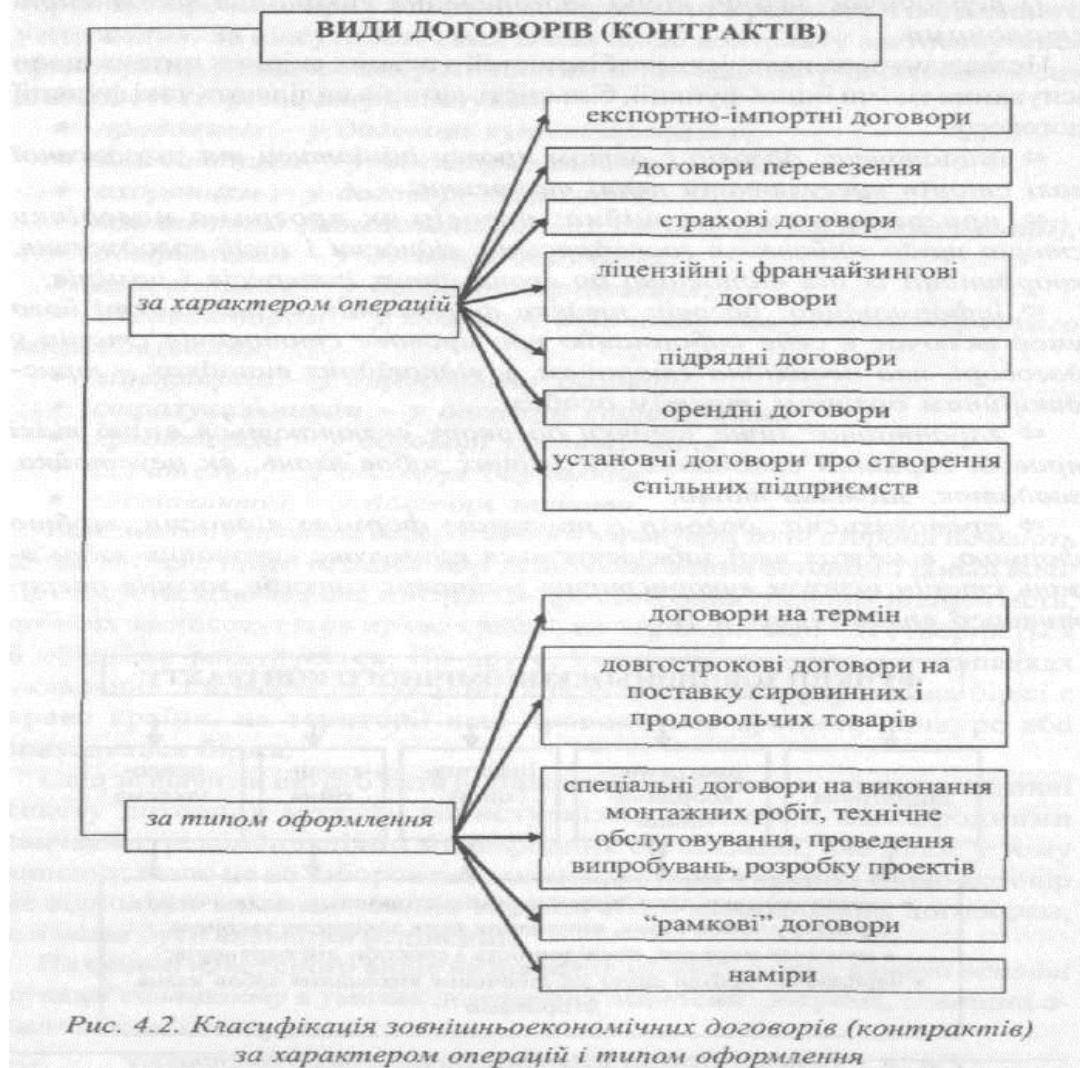
- різна державна належність партнерів (сторін договору);
- використання іноземної валюти як платежу за товар.

3. Види контрактів та їх класифікація

Залежно від характеру операції, яку збираються здійснити контрагенти, розрізняють: контракт купівлі-продажу; підрядний контракт; контракт оренди; контракт при зустрічній торгівлі; ліцензійний контракт тощо.

У **контракті купівлі-продажу** обов'язковою умовою є *перехід права власності* на товар від продавця до покупця. В цьому полягає основна відмінність договору купівлі-продажу від усіх інших видів договорів - орендного, ліцензійного та інших, де немає умови про перехід права власності на товар, а предметом договору виступає або право користування товаром, або надання послуг. Передачею товару визнається надання товару тому, хто його купує, а також здача товару транспортній організації або пошті для відправки покупцеві, якщо за контрактом або укладеним договором перевезення оплата за доставку товару не входить до обов'язків покупця. Отже, якщо доставку забезпечує покупець, то транспортна організація або пошта вважається представником покупця, і передача товару їм буде вважатись передачею товару самому покупцю.

У міжнародній торговій практиці існують найрізноманітніші контракти (рис. 4.2).



В свою чергу, контракти купівлі-продажу залежно від термінів поставки і форм оплати поділяються на:

- 1) *разові і з періодичною поставкою;*
- 2) *з оплатою в грошовій і товарній формах (цілком чи частково).*

Контракт купівлі-продажу з разовою поставкою - це разова угода, по якій передбачається поставка однією стороною іншій стороні погодженої між ними кількості товару до визначеної дати, встановленої у контракті. Контракти з разовою поставкою бувають двох типів:

- *з короткими термінами поставки;*
- *з тривалим терміном поставки (3-5 років і більше).*

Контракт купівлі-продажу з періодичною поставкою - це угода, що припускає регулярну, періодичну поставку погоджених у ній кількостей товару протягом встановленого терміну. Ці контракти бувають короткостроковими (звичайно річними) і довгостроковими (у середньому термін поставки становить 5-10, іноді 15-20 років). Довгострокові контракти

укладаються на поставку промислової сировини і напівфабрикатів (вугілля, нафта, нафтопродукти, природний газ, руди, целюлоза тощо).

Контракт купівлі-продажу з оплатою в грошовій формі припускає розрахунки у погодженій сторонами валюті, визначеними способами платежу і формами розрахунку.

Контракт купівлі-продажу з оплатою в товарній формі означає, що продаж одного чи декількох товарів одночасно пов'язується з купівлею іншого товару, і розрахунки в іноземній валюті не здійснюються.

За типом оформлення контракти поділяються на такі групи:

- **контракти на термін** — передбачають поставку товару до чітко визначеного терміну, і в разі порушення строку покупець має право розірвати угоду;
- **спеціальні контракти** - на проектування, монтажні роботи, технічне обслуговування, проведення випробувань тощо;
- **"рамкові" контракти** - містять лише основні умови, які потребують подальшого уточнення;
- **наміри** - встановлюють намір покупця придбати товар без твердих зобов'язань.

4. Етапи здійснення експортно-імпоротної угоди. Умови та порядок укладання контрактів

Підготовка до укладання контракту складається з трьох етапів:

- 1) вибір ринку та його вивчення;
- 2) вибір контрагента;
- 3) проведення попередніх переговорів та укладання контракту.

Вибір ринку проводиться згідно з програмою маркетингу. Існує низка найбільш важливих *факторів*, які ретельно вивчаються при підготовці зовнішньоторгового контракту:

- > політичні взаємини з країною-контрагентом;
- > місткість товарного ринку;
- > кон'юнктура товарних ринків;
- > торгово-політичні умови;
- > транспортні умови;
- > умови платежу і кредиту;
- > правові питання;
- > специфічні вимоги ринку;
- > канали і методи збуту

При **встановленні контакту з потенційним покупцем** можуть бути використані такі способи:

- направити пропозицію (оферту) одному чи декільком іноземним покупцям;

- прийняти і підтвердити замовлення покупця;
- направити покупцеві пропозицію у відповідь на його запит;
- взяти участь у міжнародних торгах, виставках, ярмарках, а також використовувати засоби реклами;
- направити покупцеві комерційний лист про наміри розпочати переговори щодо укладання контракту.

Письмову заяву продавця про бажання укласти договір купівлі-продажу прийнято називати **офертою**. Оферта повинна задовольняти двом вимогам: 1) містити в собі усі істотні пункти передбачуваного договору; 2) бути адресованою конкретній особі або невизначеному колу осіб за умови можливої індивідуалізації однієї або декількох з них, що бажатимуть прийняти пропозицію.

Під **акцептом** розуміють згоду адресата, дану у встановлений строк, укласти договір на умовах, запропонованих в оферті. Відповідь на оферту, яка має за мету слугувати акцептом, але містить доповнення, обмеження або інші зміни, є відхиленням оферти та являє собою **зустрічну оферту**.

Досить часто в міжнародній торговій практиці використовується спосіб підготовки угоди на підставі вивчення умов *замовлення на поставку товарів*, отриманого від покупця. Замовлення може бути підтверджене і прийняте до виконання чи відхилене (причини пояснювати не обов'язково). У випадку, якщо ініціатива укладання угоди виходить від покупця, то його звернення до продавця з проханням надіслати оферту (пропозицію) називається *запитом*.

При виборі контрагента досить важливим є юридичний статус фірми. При укладанні угоди необхідно ознайомитись з правовим становищем фірми, щоб знати, хто буде сплачувати борги, кому надається право укладання угоди, межі повноважень.

При підготовці до укладання **експортної угоди** оформляються такі документи: 1) пропозиція (оферта); 2) контракт; 3) підтвердження замовлення; 4) рахунок-проформа; 5) заявка на інструкції щодо поставки.

При підготовці до укладання **імпортної угоди** оформляються такі документи: 1) запит; 2) лист про наміри, яким покупець інформує продавця про прийняття в принципі пропозиції і згоду розпочати переговори про укладання контракту; 3) замовлення (у нього включається інструкція щодо поставки замовлених товарів: кількість і розмір часткових поставок, їх умови, адреса експедитора, засіб транспорту, найменування перевізника, а також інструкція щодо упаковки).

Етап укладання контракту включає переддоговірний період, комерційні переговори, парафування тексту контракту, підписання контракту.

Протягом переддоговірного періоду ведуться попередні переговори про майбутню угоду й узгоджуються, уточнюються її основні умови, щоб умови договору були конкретними і точними, не допускали різночитання. При цьому складається проект контракту, в якому враховується фактична домовленість, досягнута сторонами в ході переговорів.

У період комерційних переговорів (*трактація угоди*) вивчаються аргументи сторін і знаходяться компромісні рішення. Основними способами ведення переговорів виступають: листування; особисті зустрічі; використання технічних засобів (телефон, телетайп, факс). При узгодженні умов контракту одна сторона відсилає іншій проект контракту. Після вивчення і знаходження компромісних рішень складається остаточний текст контракту.

Підготовлений остаточний текст контракту візується кожною стороною підписами уповноважених представників сторін (*попереднє підписання, чи парафування тексту контракту*), а потім підписується. Договір купівлі-продажу **вважається укладеним**, коли обидві сторони дійшли згоди за усіма істотними умовами угоди, до яких, як правило, належать ціна, оплата, якість товару, гарантії та рекламації, страхування, транспортні умови, порядок врегулювання спірних питань.

Права й обов'язки контрагентів виникають з моменту укладання контракту. **Момент укладання контракту** в різних країнах визначається неоднаково. Якщо контракт підписується присутніми сторонами, то він вважається укладеним з моменту його підписання, якщо в цьому документі не зазначений інший термін набуття ним чинності. Якщо контракт укладається між відсутніми сторонами, то моментом укладання вважається: а) *момент відсилення письмового акцепту* (в Англії, США, Японії, Швейцарії); б) **момент одержання експортером акцепту** (у Франції, Німеччині, Італії, Австрії).

Місцем укладання договору згідно із законодавством багатьох країн світу вважається місце отримання акцепту, але в країнах, де діє так звана "теорія поштової скриньки", місцем укладання договору вважається та країна, звідки відправлено акцепт.

Тема 5

ФОРМИ ВИХОДУ ПІДПРИЄМСТВ НА ЗОВНІШНІ РИНКИ (продовження)

1. Пошук партнерів при здійсненні зовнішньоекономічних операцій.
2. Проведення переговорів та укладання угод з іноземним партнером.

1. Пошук партнерів при здійсненні зовнішньоекономічних операцій

Важливим етапом просування підприємства на світовий ринок є пошук і вибір ЗЕ партнера (контрагента). *Контрагентами* в ЗЕД називають сторони, що перебувають у договірних відносинах щодо купівлі-продажу товарів, надання послуг, міжкрайнового руху факторів виробництва тощо.

Вибір зарубіжного партнера залежить від сукупності **чинників**, які відповідають меті виходу підприємства на зовнішні ринки:

- вид майбутньої зовнішньоекономічної угоди (експортна, імпортна, ліцензійна, страхування, кредитування тощо);
- предмет угоди (купівля-продаж товару чи надання послуг);
- фінансово-економічні умови угоди (наявність авансового платежу, купівля в кредит тощо);
- технічний рівень продукції підприємства, рівень технологічної бази і виробничі можливості;
- організація НДДКР і витрати на них;
- організація управління підприємством, в т.ч. ЗЕД;
- фінансовий стан підприємства;
- норми і правила, що діють в цій країні і регулюють відносини з партнером.

У міжнародній практиці для **оцінки потенційних партнерів** беруть до уваги наступні **характеристики**:

1. Ступінь солідності потенційного партнера (кількісні показники діяльності, масштаб операцій, ступінь платоспроможності, кількість зайнятих, в т.ч. в НДДКР).

2. Ділова репутація підприємства (наскільки воно добросовісно виконує свої зобов'язання, який у нього досвід в конкретній сфері бізнесу, вміння вести переговори на цивілізованому рівні).

3. Досвід попередніх угод. За наявності рівних умов перевага надається тому, хто добре зарекомендував себе при виконанні попередніх угод.

4. Позиції підприємства на зовнішньому ринку: чи є воно посередником, чи безпосереднім виробником (споживачем) продукції. Якщо підприємство є посередником,

слід звернути увагу на його фінансове становище, платоспроможність, з'ясувати характер товару, що продається, обсяг реалізації, наявність власної збутової мережі.

Для докладного вивчення потенційних підприємств-партнерів можна скористатися наступними джерелами інформації:

- довідники про підприємства;
- публікації підприємств (річні звіти, каталоги, ювілейні та рекламні видання, проспекти – можна отримати на виставках);
- матеріали спеціалізованих інформаційних компаній;
- матеріали періодичної преси;
- довідники банків;
- статистичні публікації окремих країн і спеціалізованих органів ООН з економіки та окремих галузей.

Інформаційна бізнес-довідка, яку надає компанія «Ден і Бредстріт» містить 20 розділів:

1. Код підприємства.
2. Повна назва.
3. Оціночна таблиця ризику.
4. Реквізити підприємства.
5. Відомості про засновників.
6. Загальна інформація.
7. Інформація про керівництво підприємства.
8. Перелік основних подій, що можуть вплинути на діяльність і стан підприємства.
9. Інформація про участь підприємства в судових процесах.
10. Інформація про надійність виконання підприємством платежів.
11. Інформація про банки та інші фінустанови, що мають справу з підприємством.
12. Порівняльна характеристика фінансово-економічних показників підприємства за останні 3 роки.
13. Аналіз відносних показників, які дозволяють оцінити фінансову стійкість підприємства.
14. Інформація з останнього фінансового звіту про активи і пасиви підприємства.
15. Рахунок прибутків і збитків.
16. Історична довідка.
17. Інформація про засновників і дочірні підприємства.
18. Детальна інформація про наявні філії підприємства.
19. Види і характер діяльності підприємства, умови поставок, чисельність працівників, юридична адреса.

20. Загальний висновок.

Для пошуку партнерів використовується низка методів:

- Вивчення ринку у формі кабінетного дослідження, або шляхом проведення обстеження;
- Вивчення наявних записів з метою пошуку «заморожених» і втрачених клієнтів;
- Пошук потенційних клієнтів, які відгукуються на рекламні заходи компанії;
- «байдужий збір замовлень» - систематична робота на певній території: телефонні переговори в одних випадках з усіма компаніями (наприклад, на ринку офісного устаткування), в інших – з компаніями на певному сегменті ринку (наприклад, харчова промисловість);
- Рекомендації клієнтів;
- Зв'язок з окремими особами, які за своїм службовим становищем мають детальні знання в конкретних галузях промисловості і торгівлі про нові й існуючі підприємства, наприклад, керуючі банків, працівники державних установ тощо;
- Дослідження продукції для пошуку нових сфер і способів її використання, що відповідають запитам нових клієнтів і вимогам нових ринків.

У будь-якому випадку найважливішими факторами для вибору партнера мають бути репутація фірми і її продукції, надійне фінансове становище і платоспроможність, достатній виробничий і науково-технічний потенціал.

2. Проведення переговорів та укладання угод з іноземним партнером

Після вибору партнера починається проведення переговорів, основними способами яких є:

- 1) листування;
- 2) особисті зустрічі;
- 3) використання технічних засобів (телефон, Інтернет, факс). Використовуються у випадках, коли: а) країни контрагентів розташовані далеко одна від одної; б) підприємства добре знайомі і підтримують довгострокові контакти; 3) необхідно повторити замовлення за раніше укладеним контрактом.

Переговори шляхом листування.

Письмову заяву продавця про бажання укласти договір купівлі-продажу називають **офертою**, а особу – **оферентом**. Розрізняють 2 види оферт – тверду і вільну.

Тверда оферта робиться продавцем на певну партію товару *лише одному* можливому покупцеві із зазначенням терміну, протягом якого продавець пов'язаний своєю пропозицією.

Це означає, що при беззастережному прийнятті усіх умов оферти покупцем (акцепт) продавець зобов'язаний поставити товар на запропонованих ним умовах, інакше оферент несе відповідальність за можливі збитки покупця. Строк дії обумовлюється в самій оферті. Неотримання відповіді протягом зазначеного терміну розглядається як відмова покупця від угоди. Зазвичай тверда оферта розсилається покупцям дорогого обладнання, а також на підрядні роботи.

Вільна оферта – це пропозиція без зобов'язань, які пов'язують покупця. Вона робиться на ту саму партію товарів *кільком покупцям*. Згода покупця з умовами оферти не означає укладення договору, оскільки оферент може сказати, що ствердна відповідь покупця прийшла надто пізно. Таким чином, згода покупця додатково має акцептуватися продавцем. Зазвичай вільна оферта розсилається покупцям товарів масового попиту.

Якщо ініціатива придбання товару належить покупцеві, тоді він розсилає замовлення, що має силу твердої оферти, чи запит, аналогічний вільній оферті. Але на відміну від оферти, у пропозиціях покупця не вказується ціна, за якою він хоче купити товар, а також усіляко маскуються строки поставки (щоб приховати надто великий інтерес покупця до підписання угоди).

Переговори шляхом особистих зустрічей.

На міжнародному ринку склалися певні правила, звичаї та традиції проведення комерційних переговорів. Їх зазвичай проводять торгові агенти (менеджери з продажу), які повинні бути підготовлені в 5 аспектах знань і досвіду:

- інформація про продукцію, послугу або процес;
- щодо збуту і техніки продажу;
- знання про ринок;
- щодо сфери застосування продукції;
- у сфері управління.

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

1. Дата, місце, час, регламент переговорів.
2. Склад учасників.
3. Обговорення тих питань, щодо яких згода може бути досягнута без ускладнень (це сприяє створенню конструктивної атмосфери).
4. Альтернативи на випадок контрпропозицій партнера (щодо цін, строків поставки, умов сплати і т.д.). По можливості у портфелі учасників має бути 3 варіанти: оптимальний, менш оптимальний, але прийнятний, прийнятний, але малоцікавий.

Ефективно в ході ділової гри розглянути всі три варіанти і виробити тактику їх проведення.

5. Визначення осіб, які зустрічають, проводжають учасників переговорів, виконують протокольні функції.
6. Визначення осіб, які готують довідково-інформаційний матеріал.
7. Частування під час переговорів, організація коктейлю прийомів.
8. Культурна програма (важливо враховувати інтереси гостей).

У день зустрічі гостей, під'їжджаючи за пасажирами, машину слід ставити зліва вздовж тротуару. Першим сідає пасажир, що займає найпочесніше становище. Так само він і виходить першим. У призначений час гостей у холлі офісу зустрічає помічник керівника, що проводить їх до шефа. Ініціатива у проведенні переговорів у того, хто приймає гостей. Розмову потрібно вести за спеціально призначеним для таких цілей столом. Перше почесне місце – справа від того, хто приймає візит.

У плані переговорів передбачено **частування**. На стіл ставлять мінеральну воду, сигарети. Через 5-10 хв. Після початку розмови можна подати каву або чай. Спиртні напої не подаються. Вони доречні на прийомах або коктейлях. Відразу починати переговори по суті не заведено. Спочатку представляють кожного учасника, бажано обмінятися візитками. Присутність «безіменних» осіб може викликати дискомфорт і не сприяє довірі до партнера. У країнах Заходу в офіційних випадках називають одне одного за прізвищами, а в народів Сходу звертаються лише за іменами. Переговори від початку і до кінця веде одна і та ж особа. Її не перебивають, не поправляють. Інші члени делегації висловлюються після надання їм слова.

Існують типові плани для різних видів ділових переговорів, які можуть бути використані при спілкуванні з представником будь-якого рівня компанії-клієнта. **Схема ділової бесіди** може включати такі стадії:

- 1) підготовка і попереднє планування;
- 2) висування пропозицій і початок переговорів про продаж;
- 3) викликати інтерес і визначити потреби клієнта;
- 4) викликати довіру до угоди, торгового агента і підприємства;
- 5) продавати вигоди, пов'язані із задоволенням визначених потреб;
- 6) викликати бажання купити;
- 7) прийняти рішення або укласти угоду про продаж;
- 8) аналіз і контроль.

Торговий агент повинен прагнути одержати максимум інформації як до початку, так і під час переговорів, щоб створити основу для компетентної ділової бесіди. Результат залежить від того, чи налагоджений контакт із потрібною людиною, чи правильно

встановлені його ім'я і статус, чи є інформація про діяльність клієнта, чи виявлений найзручніший час для переговорів.

На початковій стадії переговорів про продаж варто спонукати клієнта повідомити інформацію про його потреби і проблеми. Це дає змогу агенту на пізніших етапах угоди домовитися про найбільш прийнятні умови або вигоди від продукції чи послуг, що продаються. На основі отриманої інформації торговий агент може провести паралелі між продукцією (чи її окремими властивостями) і потребами клієнта. Для цього агент висуває 3-5 основних переваг, що може отримати клієнт, вступивши в ділові відносини з агентом, що представляє компанію.

Будь-який торговий агент має продати 3 речі:

- товар або послуги (загальний предмет угоди);
- компанію;
- самого себе як консультанта.

Для початку переговорів, привернення уваги клієнта і пробудження інтересу торговий агент має у своєму розпорядженні цілий набір методів:

1) **метод, заснований на специфіці продукції і послуг**: для пробудження інтересу на самому початку вибирають конкретні товари або послуги, що мають особливе призначення (при збуті споживчих товарів це може бути нове покоління товарів, що впроваджуються на ринок);

2) **метод, заснований на новій ідеї** – у тому випадку, коли для привернення уваги можуть використовуватися деякі нові або модернізовані аспекти продукції, послуги, сфери застосування, функції, процесу, демонстрації;

3) **метод, заснований на допитливості**: все, що посилює жадобу до знань так, що покупець просить додаткової інформації, або дає свою згоду, або стає уважнішим, очевидно допомагає вести переговори;

4) **метод, заснований на окремій проблемі**: якщо торговий агент може визначити конкретну проблему, що стосується певної широкої сфери діяльності, або специфічну проблему, що стосується конкретного клієнта, а також може запропонувати вирішення цієї проблеми за допомогою продукції і послуг своєї компанії, це може бути гарним початком переговорів.

5) **метод найважливіших переваг** – заснований на таких аспектах продукції, послуг і всієї угоди, що найбільшою мірою служать вигоді клієнта;

6) **метод «новин»** передбачає надання нової інформації про продукцію і послуги;

7) **метод фактів**: кожен покупець виявляє цікавість і на нього справляють враження факти, що стосуються його сфери діяльності, особливо в тих випадках, коли можна посилатися на повідомлення третьої сторони;

8) **метод питань.** Питання про здоров'я і т.п. найкраще використовувати на стадії формального вітання, але питання, що викликають цікавість і вимагають згоди, є зручним засобом для відкриття переговорів;

9) **метод щирих компліментів** – торговий агент робить покупцю компліменти як щодо його компанії, так і щодо самого покупця.

10) **метод схвальних відгуків:** торговий агент посиляється на конкретну компанію, що задоволена партнерськими відносинами або згадує ім'я спільного чи особистого знайомого «покупця».

Торговий агент повинен справити враження на клієнта і переконливо довести свою надійність і надійність компанії, для чого варто підготувати низку *прикладів*:

- зробити заяву загального характеру про позитивний досвід використання продукції підприємства-продавця;

- повідомити думку експерта про пропоновану продукцію;

- повідомити дані вивчення практичного досвіду із зазначенням компанії, причому вибір необхідно робити обережно, оскільки, якщо названа компанія займає менш солідне положення, ніж компанія клієнта, це не може розглядатися як рекомендація;

- навести візуальні докази: попередні методи будуть значно посилені, якщо можуть бути використані візуальні докази у вигляді фотографій, креслень, брошур, каталогів, презентацій тощо;

- ще ефективнішим засобом є речові докази, що дозволяють клієнту особисто переконатися в перевазі товару. Наприклад: демонстрація на підприємстві клієнта, демонстрації на підприємстві задоволеного клієнта або безкоштовне надання продукції для користування на певний час.

Важливим моментом переговорів є **подолання заперечення клієнта**. Необхідно пам'ятати про принципом моменти, пов'язані із запереченнями:

- торговий агент повинен враховувати їх і запевнити клієнта, що розуміє його заперечення;

- торговий агент повинен розуміти, чому клієнт висуває заперечення;

- заперечення можуть принести користь торговому агенту, зокрема, якщо при відповіді на заперечення підкреслюється відповідний вигідний момент угоди.

Заперечення свідчать про те, що бажання купити продукцію не досягло достатнього рівня. Це є ознакою того, що агенту не вдалося пов'язати потреби клієнта з основними характеристиками і перевагами своєї продукції і послуг, коли він робив свою пропозицію. Заперечення само по собі може вказувати на недоліки в роботі торгового агента, і після цього, можливо, доведеться досліджувати, у чому вони полягають.

Цікаві поради щодо тактики проведення переговорів дає англійський економіст і психолог Гамільтон (табл.5.1).

Таблиця 5.1.

Поради щодо тактики ведення переговорів та ділового лексикону

Потрібно:	Не бажано:
• з'ясувати ступінь зацікавленості партнера; • уникати зайвої квапливості; • бути уважним і спостережливим; • привабити клієнта, для чого важливо бути ввічливим, передбачливим; • не доводити невимушеність до панібратства; • бути небагатослівним, говорити 3-4 хв.; • старатися подавати аргументи в питальній формі; • не згадувати про невдалі угоди; • ініціативу переговорів брати на себе, а остаточну відповідь залишати за партнером.	• висловлювати категоричне «ні», якщо не можна дати відповідь на заперечення; • переносити укладення контракту на завтра, якщо це можна зробити сьогодні; • домагатися згоди з окремих положень, якщо не можна це зробити в цілому; • зосереджувати увагу на незгоді, якщо вона є; • ображатися на партнера, якщо умови угоди неприйнятні; • після підписання контракту висловлювати своє задоволення.
Не слід говорити:	Бажано говорити:
- Я дуже поспішаю, я все вам відразу розповім. - Я вважаю. - Я Вам зараз доведу. - Ви мене добре зрозуміли?	- Ви дуже зайняті, я Вам постараюся швидко розповісти. - Чи не вважаєте Ви? - Тепер Ви легко можете переконатися. - Я зрозуміло висловлююся?

За порадою Гамільтона варто уникати таких висловлювань: «Поза всяким сумнівом», «На мою думку», «Як я вже говорив», «Що стосується мене» і т.д. Кожен учасник переговорів піклується в першу чергу про авторитет своєї фірми, про підвищення ступеня довіри до неї.

Після проведення переговорів проводиться робота з парафування окремих статей контракту, що веде до укладення контракту в цілому.

Література:

1. Управління зовнішньоекономічною діяльністю: Навч. посібник / За ред. А.І. Кредісова. – К.: ВІРА-Р, 2002. – 552 с.
2. Дідківський М.І. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: Навчальний посібник. – К.: Знання, 2006. – 462 с.

Тема 9.

СТРУКТУРА І ЗМІСТ МІЖНАРОДНИХ КОНТРАКТІВ КУПІВЛІ-ПРОДАЖУ

(продовження)

1. Базисні умови поставки товарів. Суть та еволюція умов «Інкотермс».
2. Характеристика умов груп Е і F.

3. Характеристика умов груп С і D.

1. Базисні умови поставки товарів. Суть та еволюція умов «Інкотермс»

Базисні умови поставки визначають розподіл між продавцями і покупцями обов'язків, пов'язаних зі здійсненням поставок товарів. Існують тринадцять транспортних термінів, відомих як *терміни ІНКОТЕРМС*. Основні терміни об'єднані в 4 групи (табл.9.1):

- 1) E – коли покупець отримує товар на складі продавця;
- 2) F – коли продавець зобов'язаний доставити вантаж у пункт, що зазначений покупцем для перевезення;
- 3) C – коли продавець зобов'язаний доставити вантаж, але не несе ризику випадкової втрати чи пошкодження товару після завантаження його на судно;
- 4) D – коли продавець несе всі витрати і ризики з доставки товару до місця призначення.

Міжнародні правила інтерпретації комерційних термінів ІНКОТЕРМС визначають обов'язки контрагентів щодо поставки товару і встановлюють момент переходу ризиків від однієї сторони до іншої, а також конкретний строк поставки товару. Ці умови називаються базисними, оскільки встановлюють базис ціни. Витрати з доставки товару в міжнародній торгівлі суттєво відрізняються і складають іноді 40-50% кінцевої ціни. Вони можуть включати:

- витрати на підготовку товару до відвантаження;
- оплату завантаження товару на транспортні засоби внутрішнього перевізника;
- оплату перевезення товару від пункту відправки до основних ТЗ;
- оплату завантаження товару на основні ТЗ;
- оплату вартості транспортування товару міжнародним транспортом;
- оплату страхування вантажу в дорозі;
- витрати на зберігання товару в дорозі і перевантаження;
- витрати на розвантаження товару в пункті призначення;
- витрати на доставку товару від пункту призначення на склад покупця;
- оплату мита, податків і зборів при перетині митного кордону.

З метою уніфікації умов контракту в міжнародній торгівлі були спроби створити єдині правила для трактування комерційних термінів і тим самим повністю уніфікувати торгові звичаї в різних країнах. Так, в 1936р. Міжнародна торговельна палата опублікувала збірку правил з трактування міжнародних торговельних термінів «Інкотермс». Пізніше, в 1953, 1967, 1976, 1980, 1990, 2000 рр. були внесені зміни та доповнення з метою приведення цих правил у відповідність до поточної практики міжнародної торгівлі. Так, у редакції 1980 р. було впроваджено термін "Франко-перевізник" для випадків, коли пунктом одержання

товару було не проходження за поручні судна, а точка на суші перед завантаженням на борт судна, де товар укладався до контейнера для наступного транспортування морем або використання комбінації різних транспортних засобів (так звані змішані або мультимодальні перевезення). Далі, при перегляді ІНКОТЕРМС у 1990 р. у статтях, що стосувалися обов'язку продавця надати докази поставки, було дозволено замінити паперовий документообіг електронним обміном даними за умови, що сторони заздалегідь домовилися здійснювати спілкування за допомогою електронної пошти. ІНКОТЕРМС-2000 враховують поширення зон, вільних від митних зборів, використання електронного зв'язку в ділових угодах і зміни в практиці перевезень, що відбуваються останнім часом.

Цей документ не є обов'язковим, тому застосування правил у міжнародній практиці можливе тільки при наявності про це прямого посилання в контракті. В Україні застосування цих правил визначене Указом Президента «Про застосування Міжнародних правил інтерпретації комерційних термінів» від 4.10.94р.

Поняття «вільно» (франко) означає, що покупець вільний від ризиків і всіх витрат з доставки товару до пункту, зазначеного за словом «вільно» (назва географічного пункту: морські та річкові порти, залізничні станції, аеродроми, склади, місцезнаходження продавців, покупців, вантажоодержувачів, бірж, аукціонів, прикордонні пункти, заводи-виробники продукції, будівельні майданчики об'єктів).

2. Характеристика умов груп E і F

EXW – Франко-завод – означає, що зобов'язання продавця з поставки вважаються виконаними після того, як він надав покупцю товар на своєму підприємстві (на заводі, складі тощо). Це найвигідніша умова для продавця.

Ціна EXW = вартість товару + перевірка.

До групи **F** належать умови, відповідно до яких продавець повинен доставити товар перевізнику (франко-перевізник). Загальним для цих умов є: 1) ризики та пошкодження товару до моменту передачі його перевізнику належать продавцю; 2) митне очищення товару для експорту несе продавець.

FCA - Вільно у перевізника – означає, що зобов'язання продавця з поставки вважаються виконаними після передачі товару, очищеного від експортного мита, під відповідальність перевізника, який названий покупцем, у погодженому місці. Під перевізником розуміють будь-яку особу, яка за договором перевезення взяла зобов'язання виконати перевезення товару. За цієї умови **продавець зобов'язаний:**

- поставити товар згідно з договором і надати необхідні документи;
- отримати за свій рахунок експортну ліцензію і виконати всі митні формальності, необхідні для вивезення товару;

- на прохання покупця, за його рахунок укласти договір перевезення;
- передати товар вказаному перевізнику в погоджений час в названому пункті. При цьому поставка вважається закінченою: а) при перевезенні залізничним транспортом – після передачі вагона залізниці; б) автотранспортом – після завантаження товару на автомобіль; в) внутрішнім водним транспортом – після завантаження на судно; г) морським чи повітряним шляхом – після передачі товару перевізнику.
- Нести всі ризики і витрати до передачі товару перевізнику;
- Повідомити покупця про те, що товар переданий перевізнику;
- Надати покупцю транспортний документ.

В свою чергу **покупець зобов'язаний:**

- сплатити вказану в контракті ціну;
- отримати за свій рахунок імпорتنу ліцензію;
- за свій рахунок укласти договір перевезення з вказаного місця;
- нести всі ризики і витрати з моменту поставки товару перевізнику;
- повідомити продавцю назву перевізника, місце, дату і строк поставки.

Ціна FCA = вартість товару + витрати на перевірку + витрати на навантаження + витрати на митне очищення товару для експорту (ліцензія, митні процедури).

FAS - Вільно вздовж борту судна – означає, що зобов'язання продавця з поставки товару вважаються виконаними, коли товар розміщено вздовж борту судна на причалі у зазначеному порту поставки. Цей термін може застосовуватися тільки у разі перевезення товару морським або внутрішнім водним транспортом.

Ціна FAS = вартість товару + витрати на перевірку + витрати на транспортування до місця навантаження + витрати на митне очищення товару для експорту.

Відповідно до цих умов покупець повинен отримати експортну та імпорتنу ліцензії та повідомити продавця про місце завантаження, назву судна і дату поставки.

FOB - Вільно на борту судна – означає, що зобов'язання з поставки вважаються виконаними після того, як товар переданий через поручні судна в погодженому порту відвантаження. **Продавець при цьому зобов'язаний:**

- за свій рахунок поставити товар і документи, що підтверджують відповідність товару умовам контракту;
- упакувати товар в морську упаковку;
- отримати експортну ліцензію та виконати митні формальності;
- завантажити товар на судно;
- повідомити покупця про завантаження і передати йому документи, в т.ч. коносамент – свідоцтво про приймання вантажу для перевезення на судні.

Покупець зобов'язаний:

- зафрахтувати судно;
- повідомити продавцю його назву, дату прибуття в порт завантаження, спосіб завантаження;
- застрахувати вантаж;
- сплатити ціну товару;
- нести всі витрати і ризики після навантаження товару на борт.

Ціна FOB = вартість товару + витрати на перевірку + витрати на транспортування до місця навантаження + витрати на навантаження на борт судна + витрати на митне очищення товару для експорту.

3. Характеристика умов груп C і D

За умовами групи C продавець повинен укласти договір перевезення, не приймаючи на себе ризики втрати чи пошкодження товару. Продавець оплачує перевезення товару до зазначеного в договорі місця призначення.

CFR - Вартість і фрахт – означає, що продавець зобов'язаний оплатити витрати і фрахт, необхідні для доставки товару в погоджений порт призначення, однак ризик втрати чи пошкодження товару після поставки товару на борт переходить з продавця на покупця в момент переходу товару через поручні судна в порту відвантаження. За цієї умови продавець зобов'язаний очистити товар від експортного мита. Для покупця зобов'язання ті ж самі, що й при FOB, але без оплати фрахту.

Ціна CFR = вартість товару + витрати на перевірку + витрати на транспортування до місця навантаження + витрати на навантаження на борт судна + витрати на транзитне транспортування + витрати на відвантаження в порту призначення + витрати на митне очищення товару для експорту.

CIF - Вартість, страхування і фрахт – означає, що продавець має ті ж зобов'язання, що й при умові CFR, але також має забезпечити морське страхування для усунення ризиків втрати чи пошкодження товару при перевезенні. Для цього продавець страхує товар від транспортних ризиків на умовах «вільно від окремої аварії» та вручає покупцю страховий поліс на ім'я покупця.

Ціна CIF = Ціна CFR + витрати на страхування.

CPT - перевезення оплачено до... - означає, що **продавець** зобов'язаний:

- укласти договір про перевезення товару до сказаного в контракті пункту;
- передати товар до вказаного строку перевізнику та документи, що підтверджують відповідність товару контракту;
- оплатити вартість перевезення;

- повідомити покупця і направити йому пакет документів;
- отримати експортну ліцензію, оплатити експортне мито, податки і збори.

Покупець повинен:

- застрахувати товар за свій рахунок;
- оплатити товар;
- нести всі ризики і додаткові витрати з моменту передачі вантажу першому перевізнику.

Ціна CPT = вартість товару + витрати на перевірку + витрати на транспортування до місця навантаження + витрати на транзитне транспортування + витрати на відвантаження + витрати на митне очищення товару для експорту.

CIP - перевезення і страхування оплачено до... - означає практично те ж саме, що й умова CPT, але продавець повинен також застрахувати товар і передати покупцю страховий поліс.

Ціна CIP = Ціна CPT + витрати на страхування.

Групу **D** називають договором прибуття. Особливістю цих умов є те, що продавець відповідає за прибуття товару до узгодженого пункту призначення. Продавець несе всі ризики, пов'язані з доставкою товару до цього пункту.

DAF - Поставлено до кордону – обов'язки продавця вважаються виконаними, коли товар, не розвантажений з ТЗ, доставлений до кордону. Термін «кордон» можна використовувати для будь-якого кордону, включаючи країну експорту. Витрати на отримання імпортової ліцензії та митні формальності несе імпортер.

Ціна DAF = вартість товару + витрати на перевірку + витрати на транспортування до місця навантаження + витрати на транзитне транспортування + витрати на митне очищення товару для експорту.

DES - Поставлено з судна – означає, що продавець за свій рахунок поставляє товар у порт призначення і передає його покупцю на борту судна. Продавець бере на себе всі витрати і дотримання всіх формальностей до поставки товару в порт призначення. Він же несе всі ризики до моменту прибуття судна в порт призначення. Покупець оплачує товар, розвантаження і всі митні формальності.

Ціна DES = вартість товару + витрати на перевірку + витрати на транзитне транспортування + витрати на митне очищення товару для експорту.

DEQ - Поставлено з причалу – означає, що зобов'язання продавця з поставки вважаються виконаними після того, як він передав товар покупцю на причалі (набережній) в порту призначення, очищений від імпортного мита. Продавець повинен нести всі витрати і ризики, включаючи мито, податки та інші збори з доставки туди товару. Цю умову не слід застосовувати, якщо продавець не може отримати імпортну ліцензію.

Ціна DEQ = вартість товару + витрати на перевірку + витрати на транспортування до місця навантаження + витрати на транзитне транспортування + витрати на вивантаження з судна в порту призначення + витрати на митне очищення.

DDU - Поставлено без оплати мита – означає, що продавець зобов'язаний надати товар покупцю в погодженому місці в країні імпортера. Продавець повинен нести витрати і ризики, пов'язані з доставкою туди товару (за виключення ввізних митних платежів), а також витрати і ризики з виконання митних формальностей.

Ціна DDU = вартість товару + витрати на перевірку + витрати на транспортування до місця навантаження + витрати на транзитне транспортування + витрати на отримання експортної ліцензії та митне очищення товару для експорту.

DDP - Поставлено з оплатою мита – зобов'язання продавця вважаються виконаними, якщо він надав товар в погодженому місці країни імпортера. Продавець несе всі ризики і витрати з доставки товару в зазначене місце, в тому числі митне очищення від імпортного мита.

Ціна DDP = Ціна DDU + митне очищення для імпорту.

СТРУКТУРА І ЗМІСТ МІЖНАРОДНИХ КОНТРАКТІВ КУПІВЛІ-ПРОДАЖУ

1. Типові контракти в міжнародній торгівлі
2. Умови контракту: обов'язкові та додаткові
3. Зміст і характеристика основних умов контракту

1. Типові контракти в міжнародній торгівлі

*При укладанні зовнішньоторгового контракту можна скористатися **типовим контрактом**, що являє собою зразковий договір чи ряд уніфікованих умов, викладених у письмовій формі, сформульованих заздалегідь з урахуванням торгової практики чи торгових звичаїв і прийнятих договірними сторонами після того, як вони були погоджені з вимогами конкретної угоди.*

Типові контракти застосовуються тільки до визначених товарів чи визначених видів торгівлі. Найчастіше вони використовуються при укладанні угод на стандартні види машин і устаткування, споживчі товари; на промислову сировину (довгострокові контракти); на масові сировинні і продовольчі товари (на біржах).

Використання типового контракту може здійснюватися **двома способами**:

- 1) *беззаперечне приєднання однієї 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.*

Типові форми контрактів розробляються в основному великими експортерами даного виду продукції, об'єднаннями промисловців і підприємців, асоціаціями, союзами, торгово-промисловими палатами тощо. Розробкою типових контрактів і їх впровадженням у міжнародну торгову практику активно займається Європейська економічна комісія ООН (нею розроблено понад 30 варіантів типових контрактів і загальних умов купівлі-продажу).

Використання типових контрактів дозволяє уніфікувати умови міжнародної торгівлі. Це заощаджує час на укладання угоди, дає можливість широко застосовувати накопичений практичний досвід торгівлі у тій чи іншій галузі.

Типові контракти періодично переглядаються і змінюються у зв'язку з постійними змінами співвідношення сил між експортерами та імпортерами, організаційно-технічних умов торгівлі (засобів перевезення, методів визначення якості, стандартів і т. ін.).

2. Умови контракту: обов'язкові та додаткові

Зміст контракту складають його умови, про які сторони, що укладають угоду, домовились у процесі укладання контракту та попередніх переговорів. Ці умови відображають специфіку взаємин сторін та їх особливі вимоги до предмету та порядку виконання контракту. З огляду на це, умови контрактів можна класифікувати за їх обов'язковістю для продавця та покупця і за їх універсальністю (рис. 4.6).



З точки зору обов'язковості умови контракту поділяються на *обов'язкові* та *додаткові*.

Обов'язковими умови називають тому, що коли одна із сторін не виконує їх, то інша має право розірвати контракт і вимагати відшкодування збитків. Додаткові (несуттєві) умови передбачають, що у разі порушення їх однією із сторін інша не має права розірвати угоду, зате може вимагати виконання контрактних зобов'язань і застосовувати штрафні санкції, якщо це передбачено контрактом. Учасники угоди вирішують самі у кожному конкретному випадку, які з умов будуть суттєвими, а які ні.

З точки зору універсальності умови контракту можна поділити на універсальні й індивідуальні.

До *універсальних (типових) умов* належать: формулювання преамбули; здача-прийом товару; базисні умови поставки; умови платежу; упаковка та маркування; гарантії; санкції та рекламації; форс-мажорні обставини; арбітраж.

Індивідуальні умови: найменування сторін; предмет контракту; якість товару; кількість товару; ціна; строки поставки; юридичні адреси та підписи сторін.

3. Зміст і характеристика основних умов контракту

1. Назва, номер договору, дата і місце його укладення.

2. Преамбула. Контракт починається з визначення сторін, тобто з назв фірм або організацій, які виступають "Продавцем" і "Покупцем", а також назв документів, якими керуються контрагенти при укладанні договору (статут підприємства, установчий договір і т.д.).

3. Предмет контракту. Визначає вид договору і контрактний опис товару. Вказується точне найменування, марка, гатунок товару. У тому випадку, якщо товар потребує більш детальної характеристики або номенклатура товару досить велика, ці дані вказуються у

додатку до договору. Для опису товару зі складними технічними характеристиками вносяться спеціальні розділи: "Технічні умови" або "Технічні специфікації", за допомогою яких потім здійснюється перевірка фактично поставленого обладнання.

4. Кількість та якість товару (обсяги виконання робіт, надання послуг). Як правило, вказується у метричних одиницях, штуках, парах, комплектах. У цьому розділі контракту часто передбачається, які організації визначають кількість товару і якими документами вона засвідчується. Кількість товару може бути визначена або твердо фіксованою цифрою, або у встановлених межах. При фіксованій цифрі може робитися поправка, яка надає право продавцеві або покупцеві закупити на аналогічних умовах у той самий строк додаткову кількість товару із зазначенням періоду, протягом якого одна сторона повинна сповістити іншу про свої наміри.

Визначення якості товару передбачає встановлення якісної характеристики товару, тобто сукупності властивостей, що визначають придатність товару за його призначенням. *Способи фіксації якості:* за стандартом; за технічними умовами; за специфікацією; за зразком; за описом; за попереднім оглядом; за вмістом окремих речовин у товарі; за виходом готового продукту; за справедливою середньою якістю (при поставках зернових); за натуральною вагою; спосіб «тель-кель». Документом, який підтверджує якість товару, є сертифікат якості. Сертифікат якості може бути виданий безпосередньо фірмою-виробником, торгово-промисловою палатою або іншим спеціалізованим закладом.

5. Строк і дата поставки. У контрактах найчастіше вказуються календарні терміни поставок, обумовлюється право продавців на дострокову доставку або порядок отримання дозволу покупців на дострокову доставку. ***Строк поставки*** – це момент, коли продавець зобов'язаний передати товар у власність покупцю чи за його дорученням особі, що діє від його імені. ***Дата поставки*** – це дата передачі товару в розпорядження покупця.

6. Базисні умови поставки. Визначають розподіл між продавцями і покупцями обов'язків, пов'язаних зі здійсненням поставок товарів. Існують тринадцять транспортних термінів, відомих як терміни ІНКОТЕРМС. Застосування базисних умов поставок суттєво раціоналізує механізм дії контракту на основі спрощень у складанні та узгодженні його позицій і статей, наданні допомоги контрагентам у пошуку рівноправних способів розв'язання спірних питань, які б влаштовували обидві сторони. Основні терміни об'єднані в 4 групи:

- 1) E – коли покупець отримує товар на складі продавця;
- 2) F – коли продавець зобов'язаний доставити вантаж у пункт, що зазначений покупцем для перевезення;
- 3) C – коли продавець зобов'язаний доставити вантаж, але не несе ризику випадкової втрати чи пошкодження товару після завантаження його на судно;

4) D – коли продавець несе всі витрати і ризики з доставки товару до місця призначення.

7. Ціна і загальна вартість контракту. У контрактах, як правило, встановлюється ціна за одиницю кількості товару і вказується загальна сума контракту. Ціни найчастіше встановлюються у грошових одиницях вільно конвертованих валют.

Якщо предметом договору є товари різної якості та асортименту, ціна встановлюється окремо за одиницю товару кожного виду.

8. Умови платежів. Контракти, як правило, містять детальний виклад порядку взаємних розрахунків: валюту платежу, термін платежу, спосіб платежу, форми розрахунків, валютні поправки (застереження). Оплата товару може здійснюватись у валюті експортера або імпортера, а також валюті третьої країни. При цьому валюта платежу може не співпадати з валютою ціни товару, тоді вказується курс (курс на день платежу або середній курс за встановлений період), за яким валюта ціни переводиться у валюту платежу. Залежно від обраних форм платежу вказуються умови банківського переказу, умови документарного акредитиву або інкасо, а також наявність гарантії, її вид, умови і термін дії.

З метою уникнення втрат від можливої зміни курсів валют контракти з тривалими термінами поставок товарів часто містять валютні поправки, тобто прив'язку курсів валют ціни і платежу до курсу стійкої валюти.

9. Умови приймання-здавання товару (робіт, послуг). Тут визначаються строки та місце фактичної передачі товару, перелік товаросупровідних документів. Передача товару покупцю здійснюється за рахунок продавця. *Приймання* – це перевірка відповідної якості, кількості та комплектності товару його характеристики та технічним умовам, вказаним у контракті. *Попереднє приймання* – це огляд товару на підприємстві продавця для встановлення відповідності його кількості та якості умовам контракту. *Остаточна здача-приймання* встановлює фактичне виконання поставки.

Перевізник перевіряє кількість товару та зовнішню відповідність товару чи тари традиційним уявленням про те, якими вони мають бути, а також пломби відправника. Аналогічні критерії прийому використовує і покупець. Якщо якість чи кількість товару не відповідає зафіксованим у контракті, ставиться відповідна позначка на транспортній документації або складається окремий документ.

10. Упаковка і маркування. Вигляд упаковки визначається особливостями товару і базисними умовами поставок. Так, за умов, які передбачають перевезення товару морським шляхом, продавець повинен забезпечити морську упаковку вантажу; за інших умов – сухопутну.

Спеціальні вимоги до упаковки викладаються у контрактах. Вартість упаковки може входити до вартості товару або враховуватись окремо від неї.

Маркування вантажів виконується відповідно до загальноприйнятих міжнародних норм і спеціальних вимог покупців. Маркування буває двох видів: товарне і спеціальне. *Товарне* маркування показує найменування продавця, покупця, № контракту, № місця, вагу брутто, нетто та інші реквізити. *Спеціальне* маркування містить такі відомості: "боїться сирості", "не кантувати" тощо.

11. Форс-мажорні обставини. У ході виконання контракту можуть виникнути надзвичайні обставини, що перешкоджатимуть нормальному виконанню контракту, які неможливо було передбачити при його підписанні і попередити. Такі обставини називаються форс-мажорними. До них належать землетруси, урагани, пожежі, воєнні дії, страйки та урядові заходи, що заважають виконанню зобов'язань. З метою уникнення розбіжностей у контрактах слід перелічити ті обставини, які сторони вважатимуть форс-мажорними. У разі настання форс-мажорних обставин виконання контракту може бути без будь-яких санкцій призупинено на час їхньої дії та ліквідації наслідків.

Контракти передбачають зобов'язання сторони, для якої настали такі обставини, представити в обумовлений термін *свідчення торгової палати*, яке підтверджує наявність форс-мажору. У контрактах, як правило, обумовлюється, що коли їх виконання через форс-мажорні обставини стає економічно недоцільним, вони можуть бути анульовані без взаємних претензій.

12. Санкції та рекламачії. У більшості випадків контракти передбачають матеріальну відповідальність сторін за невиконання або неналежне виконання зобов'язань. Така матеріальна відповідальність може бути передбачена у формі як сплати штрафу, так і відшкодування збитків (у договорі доцільно заздалегідь обумовити, які збитки підлягають відшкодуванню).

Штрафні санкції, як правило, встановлюються до продавців за порушення термінів поставок товарів, несповіщення про відвантаження товарів, некомплектні поставки, затримки у представленні технічної документації, поставку неякісних товарів. Покупці найчастіше штрафуються за порушення платіжних зобов'язань.

Рекламачія – це претензія, що пред'являється покупцем продавцю у зв'язку з невідповідністю якості та кількості поставленого товару умовам контракту.

13. Урегулювання спорів у судовому порядку. У цьому розділі визначаються умови та порядок вирішення спорів у судовому порядку щодо тлумачення, невиконання або неналежного виконання договору з визначенням назви суду або чітких критеріїв визначення суду. Спірні питання можуть бути вирішені в арбітражному суді країни експортера, країни імпортера, третьої країни або в арбітражному суді Міжнародної торгової палати. В Україні такі функції виконує Міжнародний комерційний арбітражний суд.

На міжнародному рівні важливу роль відіграє Міжнародний арбітражний суд при Міжнародній торговій палаті в Парижі, а також Міжнародний третейський суд (штаб-квартира у Гамбурзі), Арбітраж при комітеті Ллойда (Лондон) тощо.

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

15. Доповнення і додатки до контракту. Всі додатки до контракту (технічна документація, специфікації тощо) є його невід’ємними частинами. Доповнення до контракту – це зміни чи доповнення раніше погоджених умов контракту.

За домовленістю сторін у контракті можуть визначатися також інші умови: страхування, гарантії якості, умови залучення підрядників, порядок сплати податків, митних платежів, кількість підписаних примірників договорів тощо.

ПОСЕРЕДНИЦЬКІ ТА ОРЕНДНІ ОПЕРАЦІЇ НА ЗОВНІШНІХ РИНКАХ

1. Зміст посередницьких операцій. Переваги та недоліки залучення посередників у зовнішньоекономічній діяльності.
2. Класифікація посередників за обсягом повноважень і місцем на ринку.
3. Організація збуту та способи винагороди посередників.
4. Сутність та організаційні форми міжнародних орендних операцій.

1. Зміст посередницьких операцій. Переваги та недоліки залучення посередників у зовнішньоекономічній діяльності

Посередники - це особи, що поєднують сторони, які бажають укласти угоду. Посередники діють у сфері перевезення, зберігання, страхування, збуту товарів. Посередниками можуть виступати як окремі особи, так і установи.

На відміну від торговців, які ведуть справу за свій рахунок і виступають самостійно у системі виробництва і споживання, посередники працюють за рахунок *доручителя (принципала)* і одержують за це винагороду.

Посередниками є брокери, дилери, комісіонери, консигнатори, маклери, оптові покупці, торгові і промислові агенти. Більше половини міжнародного товарного обміну здійснюється за сприяння таких осіб, організацій, торгових фірм, які не залежать від виробників та споживачів товарів.

Посередницькі операції, що здійснюються за дорученням експортера або імпортера незалежними фірмами-посередниками на основі окремих доручень або спеціальних угод, охоплюють пошук іноземних партнерів, підготовку документації для реалізації операцій та, власне, їх здійснення, транспортно-експедиторські операції, кредитно-фінансове обслуговування, страхування і рекламування товарів, післяпродажне обслуговування, виконання митних формальностей тощо.

Мета залучення посередників - підвищення економічної ефективності зовнішньоторгових угод. Участь посередників **підвищує ефективність операцій** (незважаючи на виплату посередникам винагороди), оскільки:

- зростає оперативність у збуті товарів, в результаті за рахунок прискорення обігу капіталу збільшується прибуток;

- оперативна й активна реакція посередників на зміну ринкової кон'юнктури дає їм змогу більш успішно працювати в інтересах експортера, реалізуючи товар на вигідних умовах. Контактуючи зі споживачами, посередники виступають джерелом цінної первинної інформації про рівень якості та конкурентоспроможності товарів;

- технічне обслуговування, післяпродажний сервіс, що здійснюються посередниками, а також скорочення термінів поставок з проміжних складів сприяють підвищенню конкурентоспроможності;

- створення і розвиток збутової мережі посередниками економить кошти експортерів;

- спеціалізація посередників, як правило, на масовому збуті певних товарів дозволяє знизити витрати обігу на одиницю реалізованого товару.

В деяких випадках **використання посередників стає необхідністю**, зокрема, коли:

- окремі ринки збуту монополізовані і закриті для самостійного проникнення виробників;

- підприємства та організації не мають юридичного права на проведення зовнішньоторгових операцій;

- підприємства не можуть самостійно здійснювати дослідження закордонних ринків, займатися пошуком партнерів, грамотно розробляти умови контракту і т.д.;

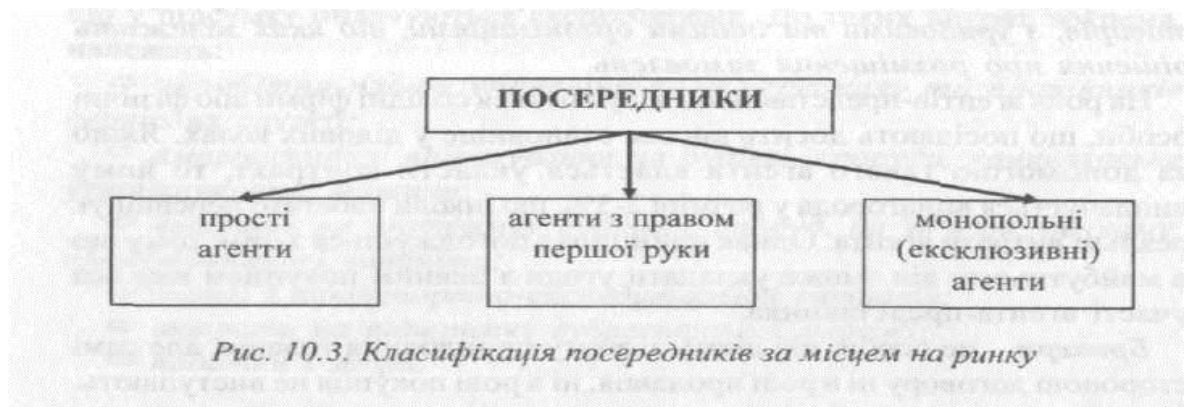
- підприємства, що виходять на зовнішній ринок, змушені використовувати посередників через те, що так склалися міжнародні торговельні звичаї (наприклад, при операціях на аукціонах, при торгівлі на біржі і т. д.).

Водночас, **недоліком** непрямого методу торгівлі є позбавлення експортера безпосередніх контактів з ринками збуту, а також залежність його від сумлінності й активності торгового посередника. Збут продукції через посередників призводить до підвищення цін на товари і зниження доходів від експорту, так як частина виручки залишається у посередника. Слід також пам'ятати, що торговий посередник несе певні витрати, що у підсумку оплачуються експортерами. До таких **витрат**, зокрема, належать:

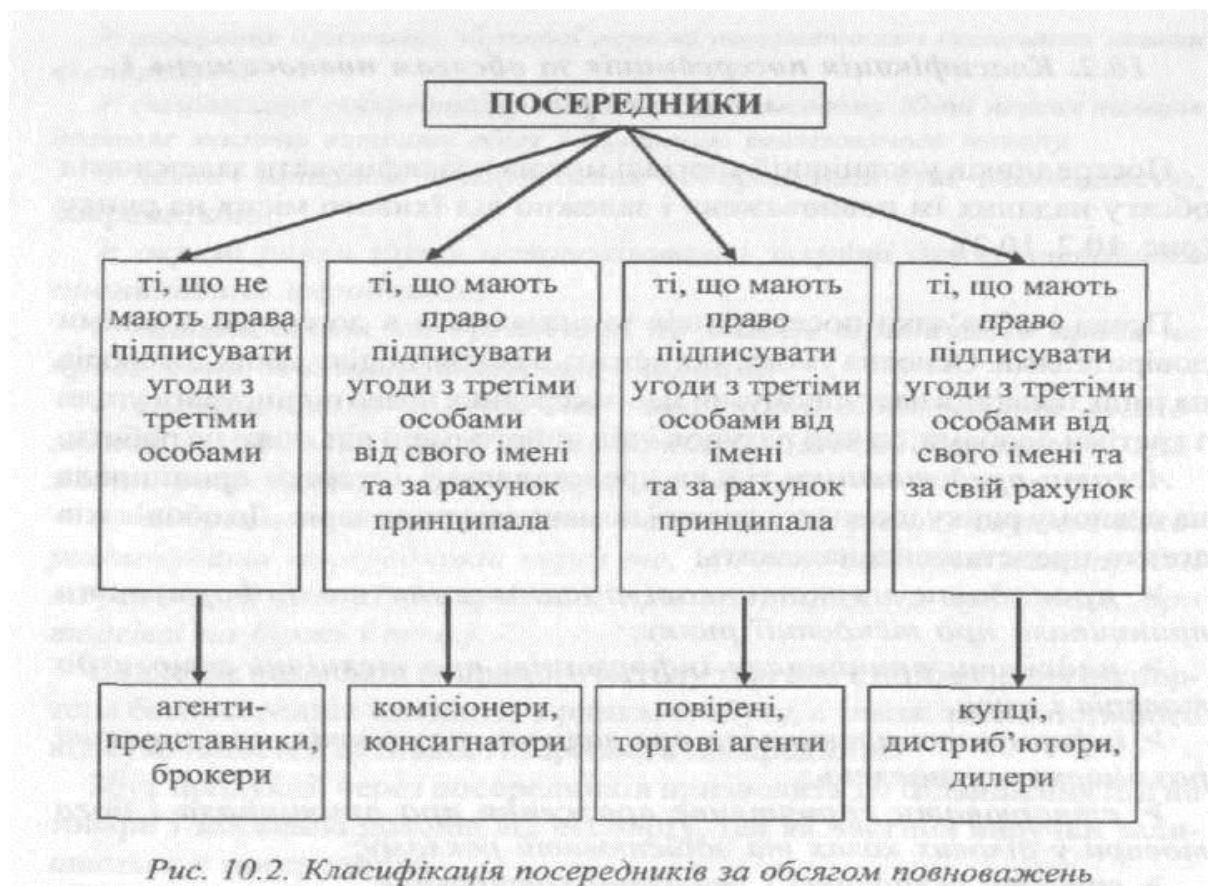
- заробітна плата управлінського персоналу та працівників сервісних служб;
- амортизаційні відрахування на будівлі, споруди, канцелярське устаткування, машини;
- витрати на підтримку будівель, споруд, на зв'язок, рекламу, представницькі витрати;
- митні і транспортно-експедиторські витрати;
- витрати на підтримку субагентської мережі;
- податки і збори.

2. Класифікація посередників за обсягом повноважень і місцем на ринку

Посередників у зовнішній торгівлі можна класифікувати залежно від **обсягу наданих їм повноважень і залежно від їхнього місця на ринку** (рис. 10.2, 10.3).



Права і обов'язки посередників визначаються в договорах з їхніми довірителями. Основна умова, яка лежить в основі поділу таких договорів на типи, полягає в наступному: чи має посередник право підписувати угоди з третіми особами, за чий рахунок і від чийого імені він може це робити.



Агенти-представники тільки представляють інтереси принципала на певному ринку щодо узгодженої номенклатури товарів. До обов'язків агента-представника належить:

- проводити маркетингові дослідження та інформувати принципала про тенденції ринку;
- надавати принципалу інформацію про технічні вимоги до товарів і ціни;
- інформувати принципала про запити споживачів, про можливі розміщення замовлень;
- створювати сприятливе враження про принципала і його товари у ділових колах та здійснювати рекламу;
- сприяти укладанню і реалізації контрактів;

- організовувати ділові контакти принципалів з імпортерами товарів, з урядовими та іншими організаціями, від яких залежать рішення про розміщення замовлень.

На роль агентів-представників залучаються солідні фірми або фізичні особи, що посідають досить високе становище у ділових колах. Якщо за допомогою такого агента вдається укласти контракт, то йому виплачується винагорода у розмірі 2-5%, що інколи набагато перевищує реальні витрати агента. Однак принципал погоджується з цим, тому що в майбутньому він зможе укласти угоди з певним покупцем вже без участі агента-представника.

Брокери - це особи, які діють зі збуту і придбання товарів, але самі стороною договору ні в ролі продавця, ні в ролі покупця не виступають, їхнє завдання - знайти покупця для продавця і продавця для покупця та сприяти підписанню контракту між ними. Роботу брокера можна схематично описати так:

- 1) експортер з країни А звертається до брокера з проханням знайти покупця у будь-якій країні на певний товар;
- 2) брокер звертається до Імпортера з країни Б з пропозицією купити даний товар в експортера;
- 3) за згодою сторін брокер зводить контрагентів;
- 4) контрагенти підписують контракт;
- 5) експортер поставляє до країни Б свій товар.

За своє посередництво брокер одержує невелику винагороду і, як правило, від тієї сторони, яка до нього звертається першою. Великі брокерські компанії співпрацюють з банками у кредитуванні покупця, інколи самі виступають кредиторами, а також можуть брати на себе гарантію за покупця, що, безумовно, підвищує розмір винагороди.

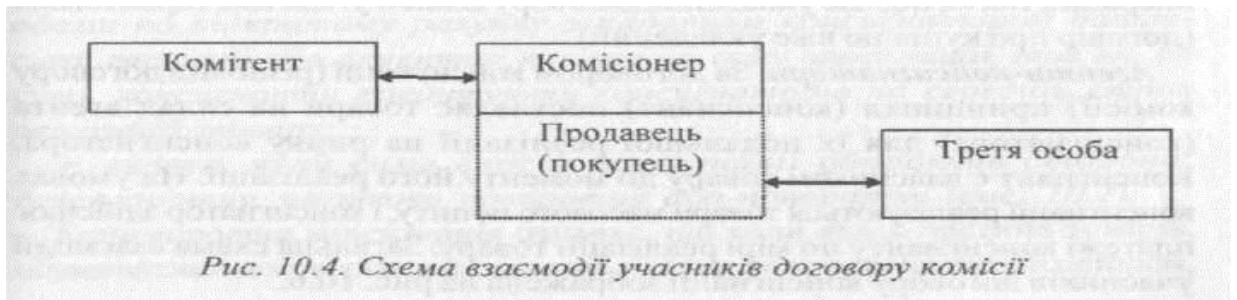
Комісіонери. Контрагентами в комісійних операціях виступають **комітент і комісіонер**. Суть їх полягає у тому, що комітент доручає комісіонерові від імені комісіонера, але за рахунок комітента здійснити операцію купівлі-продажу з третім контрагентом. Посередником комісіонер є лише для комітента. Для третього контрагента комісіонер буде стороною контракту купівлі-продажу, а саме - продавцем, якщо комісіонерові доручено щось продати, або покупцем, якщо комітент доручає комісіонерові щось купити (рис. 10.4).

Операції комісії бувають двох видів (рис.10.5). **Перший вид** - це виключно комісійні операції, що відрізняються такими особливостями:

- комісіонер, продаючи або купуючи товар, діє в межах договору комісії;
- комісіонер, здійснюючи операцію, не стає власником товару, і товар слідує прямо від продавця до покупця;
- комісіонер не несе перед комітентом відповідальності за виконання зобов'язань третьою стороною;

- розрахунок між комітентом і третьою стороною здійснюється безпосередньо.

Розмір комісійних винагород у цьому випадку становить **1,5-3,5%** від суми угоди.

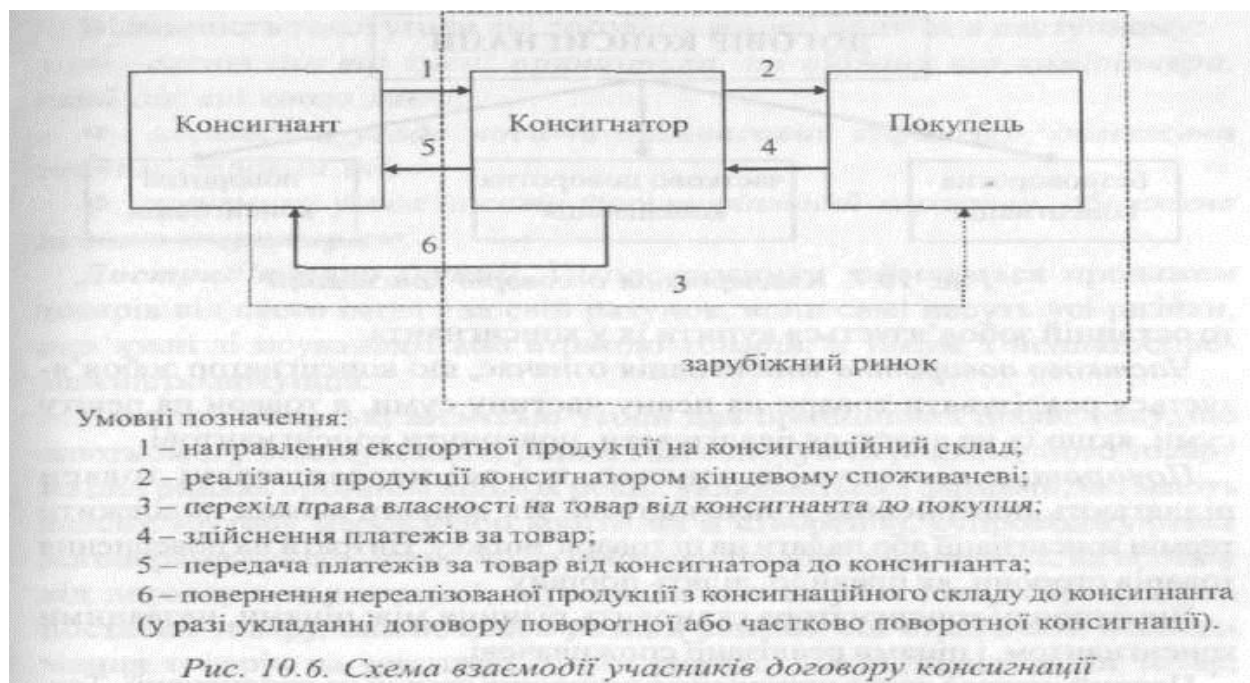


Другий вид комісійних операцій може застосовуватись в тому випадку, коли комітент доручає комісіонерові щось продати. Між комітентом і комісіонером укладається так званий договір "делькредере", в якому комісіонер бере на себе відповідальність за платоспроможність покупців та компенсує комітентові всі витрати, якщо покупець виявляється неплатоспроможним. Комісіонер, знаючи про намір комітента щось продати, може сам укласти договір з покупцем, а тільки згодом укласти договір з комітентом, виступаючи як проміжний покупець. Комісіонер переказує гроші комітентові тільки після одержання платежу від покупця. Прибуток комісіонер може одержати у вигляді різниці між цінами закупівлі товару у комітента і реалізації покупцеві. Другий варіант отримання прибутку комісіонером - це коли розмір винагороди зафіксований у договорі комісії у вигляді процентів від суми угоди, але винагорода в цьому випадку буде вища, ніж у разі простих комісійних операцій, так як під час укладання договору комісії угода вже гарантована (договір про купівлю вже укладений).

Агенти-консигнатори. За договором консигнації (різновид договору комісії) принципал (консигнант) поставляє товари на склад агента (консигнатора) для їх подальшої реалізації на ринку консигнатора. Консигнант є власником товару до моменту його реалізації. На умовах консигнації реалізуються товари масового попиту, і консигнатор здійснює платежі консигнанту по мірі реалізації товару. Загальна схема взаємодії учасників договору консигнації зображена на рис. 10.6.

Договір консигнації має ряд особливостей: 1) визначає обсяг товарів, які одночасно зберігаються на консигнаційному складі і поповнюються по мірі реалізації; 2) визначає термін консигнації, протягом якого цей обсяг повинен бути реалізований; 3) зобов'язує консигнатора застрахувати товар, який зберігається на складі, на користь консигнанта,

оскільки він до реалізації є власністю консигнанта; 4) визначає, що платежі здійснюються за календарними періодами по відкритому рахунку з наданням консигнатором банківської гарантії або акцептом тратт на суму консигнації, так як, по суті, консигнанти кредитують консигнаторів на середній строк реалізації товару; 5) вказує, який саме спосіб консигнації обирають сторони: безповоротну, частково поворотну або поворотну.



Безповоротна консигнація означає, що коли якась частина товарів, обумовлених договором консигнації, не буде реалізована консигнатором, то останній зобов'язується купити їх у консигнанта. *Частково поворотна* консигнація означає, що консигнатор зобов'язується реалізувати товари на певну частину суми, а товари на решту суми, якщо їх не вдасться реалізувати, повернути консигнантові. *Поворотна консигнація* означає, що всі нереалізовані товари підлягають поверненню консигнантові. Як варіант, можна подовжити термін консигнації або надати на ці товари знижку. Витрати на повернення товарів сторони, як правило, ділять порівну.

Винагороду консигнатора становить різниця між цінами, названими консигнантом, і цінами реалізації споживачеві. Певний інтерес являє порівняння договорів комісії та консигнації. Так, звичайний термін договору комісії - до двох місяців; договір консигнації, як правило, укладається на термін до 1,5 року і навіть більше.

Важливою ознакою консигнаційного контракту є визначення території реалізації товарів; консигнатор не має права продавати товари за межами цієї території без згоди консигнанта.

Відмінною особливістю консигнаційного контракту, як вже зазначалося, є те, що продаж товарів за ним здійснюється з консигнаційного складу. За національним законодавством країн консигнаційний склад може мати іншу назву - наприклад, бондовий склад у США, митний склад в Росії; в Україні розміщення ввезених на її територію консигнаційних товарів здійснюється на спеціальних митних ліцензійних складах.

Повірені, або торгові агенти. Суть такої агентської операції полягає в наступному: одна сторона (принципал) доручає іншій стороні (агентові) здійснювати операції, пов'язані з продажем або купівлею товарів, а також з пошуком замовників та виконавців на надання певних послуг на обумовленій території в узгоджений період за рахунок і від імені принципала.

Відмінність такої угоди від договору комісії полягає в наступному:

- агент діє від імені принципала, на відміну від комісіонера, який діє від свого імені;
- агентська угода носить тимчасовий характер, обмежена певним строком дії;
- агентська угода носить територіальний характер, обмежена певною територією.

Дистриб'ютори (купці). Ці посередники займаються продажем товарів від свого імені і за свій рахунок, вони самі несуть усі ризики, пов'язані зі псуванням або втратою товарів, а також з неплатоспроможністю покупців.

Дистриб'юторські агентські угоди для принципала цікаві тому, що дають змогу виходу на нові ринки і забезпечують рекламу його товару на цих ринках протягом кількох років, укладаються з фірмами, які мають власну збутову мережу або кошти на її створення, супроводжуються договорами купівлі-продажу на поставку товарів, гарантують, на відміну від договорів консигнації, отримання платежу за товар одразу після поставки товару, виключають ризики збитків від втрати або пошкодження товарів на території чужої країни, так як, придбавши товар, дистриб'ютор стає його власником.

Класифікація посередників за місцем на ринку

Прості агенти. Угода про просте агентство надає право посереднику збувати на обумовленій території певну номенклатуру товарів принципала та одержувати від нього винагороду. Така угода не обмежує прав принципала, який може самостійно або через інших агентів виходити з цими ж товарами на той самий ринок без виплати простому агентові будь-якої винагороди чи компенсації. В агентській угоді фіксується також зобов'язання принципала не продавати самостійно або через інших посередників товари на цьому ринку на більш сприятливих комерційних умовах, ніж ті, що були запропоновані простому агентові. Проста агентська угода не гарантує посереднику стабільного становища на ринку, а принципал не може розраховувати на активну роботу агента. У зв'язку з цим прості агентські угоди укладаються, як правило, на короткий термін (до одного року) у випадку виходу експортерів на нові ринки, а інколи навіть з кількома агентами, для того щоб оцінити їхні здібності і вибрати найбільш перспективного партнера.

Агенти з правом "першої руки". Згідно з договором про агентство з правом "першої руки" принципал зобов'язаний спочатку запропонувати товар агентові і лише після його

відмови продавати товар на цьому ринку самостійно або через інших посередників без виплати винагороди агентів. Приводом для відмови можуть бути технічні характеристики, терміни поставки, ціна та інші умови, які, на думку агента, не будуть сприяти руху товару на ринку. Як правило, всі ці мотиви перераховуються в агентській угоді.

Монопольні, або ексклюзивні, агенти. Угода про надання агентіві монопольного права означає, що тільки він може продавати товари принципала певної номенклатури на обумовленій території протягом встановленого часу і отримувати за це винагороду, але принципал позбавляється права і можливості виходити на цей ринок з товарами обумовленої в угоді номенклатури самостійно або через інших агентів. Якщо принципал продає на обумовленій території сам або через інших агентів такі товари, він все рівно зобов'язаний виплатити монопольному агентіві встановлену в угоді винагороду. Тому, підписуючи подібну угоду, принципал повинен чітко обумовити, в яких випадках він може самостійно збувати товар на ринку монопольного агента. Це буває у випадках продажу безпосередньо урядовим органам або поставок запчастин до проданого раніше обладнання. Такий тип угоди вигідний і для принципала і для агента: він дає агентіві впевненість в стабільному становищі на ринку і спонукає його до вкладання капіталу для створення і функціонування збутової мережі, а все це гарантує принципалові активну збутову діяльність агента. Однак, якщо монопольний агент виявиться незацікавленим у збуті товарів, то для принципала даний ринок буде закритий на весь термін дії угоди.

3. Організація збуту та способи винагороди посередників

У зовнішньоекономічній діяльності посередники використовують три види збутових мереж:

1. **Власна збутова мережа** охоплює збутові відділи головного посередника (у більшості випадків імпортера) і його підрозділи, розташовані в окремих економічних регіонах країни.
2. **Незалежна збутова мережа** (для агентів - субагентська мережа) охоплює дочірні компанії за участю капіталів основних посередників (агентів) і незалежні збутові фірми, що ведуть оптову і роздрібну торгівлю. До числа останніх можуть належати дистриб'ютори по регіонах, дилери і субдилери як кінцеві продавці, а також спеціалізовані магазини.
3. **Змішані мережі**, найбільш поширені у міжнародній торгівлі, складаються із власних збутових відділів і незалежних збутових фірм.

За допомогою посередників товари на ринку реалізуються такими основними методами:

- укладанням контрактів безпосередньо зі споживачами;
- за договорами комісії, консигнації і купівлі-продажу через збутову мережу в межах укладених угод;

- через оптові торговельні центри, спеціалізовані та універсальні магазини, але вже без укладання угод.

Усі без винятку посередники спрямовують свої зусилля на прискорення реалізації і прагнуть обійти своїх конкурентів. Підвищити конкурентоспроможність товару можна у разі продажу його в кредит. Але тут є свої недоліки: кредит сповільнює обіг торгового капіталу і можуть виникнути проблеми з платежами.

Можна виділити кілька основних способів нарахування і виплати винагороди посередникам (рис. 10.8):



Рис. 10.8. *Форми винагороди посередників*

1. Посередники залишають собі *різницю* між *цінами реалізації* товарів на ринку збуту і *цінами експортерів*.

Такий спосіб стимулює посередника до розширення обсягів збуту, однак не створює у нього зацікавленості у збільшенні експортних цін, що призвело б до зростання ефективності експортних операцій. Експортер повинен добре знати ціни реалізації на експортні товари, щоб заздалегідь прогнозувати різницю цін, яка покриває витрати посередника, і сприяти одержанню посередником оптимального прибутку. Експортер, як правило, наполягає на внесенні до угоди зобов'язання посередників звітувати про реалізацію товарів, направляючи копії фактур покупців.

2. На користь посередника нараховуються узгоджені проценти з експортних цін. Це стимулює посередника до збільшення обсягу збуту і підвищення цін, що в результаті призводить до зростання ефективності експорту. Експортери намагаються встановлювати в угодах верхні межі відхилення цін реалізації від рівня експортних цін. У зв'язку з цим в угодах може бути передбачено, що коли встановлені межі будуть перевищені, то автоматично підвищуються експортні ціни, або ж на величину перевищення зменшується сума винагороди.

3. Змішана форма винагороди у вигляді процентів з фактурної ціни і різниці цін відповідає інтересам експортерів, якщо вони мають змогу оперативно контролювати фактичний рівень цін реалізації товарів на ринку. У разі надання посередником окремих послуг винагороду доцільно встановлювати у твердій, заздалегідь узгодженій сумі.

4. **Винагорода за системою "кост плас"**: посередник надає експортерів документи, які підтверджують понесені витрати, і експортер відшкодовує ці витрати, збільшені на узгоджені проценти, які і складають прибуток посередника. Цей спосіб застосовується, коли заздалегідь важко визначити витрати посередника.

4. Сутність та організаційні форми міжнародних орендних операцій

Оренда (lease) – це тимчасове користування майном на умовах, що встановлюються у договорі між власником майна (*орендодавцем*) та особою, на користь якої воно передається (*орендатором*). Суть оренди полягає у наданні орендодавцем клієнту – орендатору будь-якого товару у виключне користування на встановлений строк за визначену винагороду на основі договору оренди. Оренда надає орендатору лише право на тимчасове використання товару, право власності на товар залишається за орендодавцем.

У більшості випадків об'єктом оренди є дороге чи унікальне обладнання. Зміст таких операцій полягає у тому, що вони дозволяють орендатору убезпечити компанію від швидкого морального старіння. Вони отримують сучасне обладнання без великих попередніх затрат. Початковий внесок перераховується зазвичай уже після отримання обладнання, тому в орендатора є можливість, експлуатуючи обладнання, спочатку виробити продукцію, реалізувати її, і вже потім розраховуватися з орендодавцем.

Види оренди.

У практичній діяльності застосовуються 3 види оренди: короткострокова (до 1 р.) – рентинг (renting), середньострокова (від 1 до 2-3р.) - хайринг (hiring), і довгострокова (від 3 до 5р.) – лізинг (leasing).

Рентингові контракти у міжнародній практиці укладаються відносно рідко. Їх предметом можуть бути транспортні засоби, предмети для туризму, відпочинку, тощо. Зазвичай такі контракти передбачають зобов'язання орендодавців здійснювати страхування і технічне обслуговування предметів оренди.

Хайринг часто зустрічається у міжнародній практиці. Предметом контракту можуть бути транспортні засоби, сільськогосподарська техніка, монтажне обладнання та ін. У цих контрактах страхування і технічне обслуговування здійснює або сам орендатор, або орендодавець.

Лізинг – найпоширеніший у міжнародній практиці. **Лізинг** – це господарська операція, при якій суб'єкт підприємницької діяльності (лізингодавець) передає матеріальні цінності іншому суб'єкту підприємницької діяльності (лізингоотримувачу) у користування за оплату для підприємницької діяльності. **Лізинг** також можна розглядати як операцію з розміщення рухомого й нерухомого майна, яке спеціально закуповується лізинговою компанією, стає її власністю, але здається в оренду підприємцям.

Економічна сутність лізингу полягає у тому, що лізингоотримувач бере у довгострокову оренду конкретне майно і за дорученням орендодавця зобов'язується виконати за допомогою цього майна певні роботи і не виконувати робіт, не передбачених умовами контракту. У класичній лізинговій угоді беруть участь 3 суб'єкта: лізингодавець (власник предмета лізингу), лізингоотримувач (суб'єкт, що користується предметом лізингу), постачальник (продавець, виробник об'єкта лізингу). Суб'єктами можуть бути також підприємства з іноземними інвестиціями.

Лізингодавцем можуть бути: 1) банки та їх філії, фінансові компанії, кредитні організації, у яких передбачений цей вид діяльності; 2) лізингові компанії (фінансові чи універсальні); 3) брокерські лізингові фірми; 4) будь-яка виробнича чи торгова фірма, до видів діяльності якої належить також лізингова; 5) страхові й пенсійні фонди.

Лізингоотримувачем може бути юридична особа будь-якої організаційно-правової форми, яка здійснює підприємницьку діяльність, або приватний підприємець (фізична особа).

Постачальником (продавцем) об'єкта лізингу може бути підприємство-виробник, торгова організація чи інші суб'єкти підприємницької діяльності, які продають майно, що передається відповідно до договору лізингу.

Об'єктом лізингу може бути будь-яке майно, що належить до основних фондів, і яке не заборонене вільному обігу на ринку, а також нематеріальні активи: а) рухоме майно (промислове і транспортне обладнання, будівельна техніка, засоби телевізійного і дистанційного зв'язку, оргтехніка, ліцензії, ноу-хау, програмне забезпечення); б) нерухоме майно (будівельні споруди, споруди комунально-побутового чи промислового призначення).

Основні переваги лізингу:

- можливість використання нової, дорогої техніки, високих технологій без значних одночасних витрат, оскільки при лізингу виробниче обладнання передається у користування без попереднього викупу, тобто є можливість налагодити виробництво при обмежених затратах коштів;

- лізинг допускає 100%-ве кредитування і не вимагає негайного початку платежів;

- лізинг дозволяє спочатку випробувати машини, а потім закупити їх;

- лізингові платежі у повному обсязі включаються до собівартості продукції, що виробляється лізингоотримувачем, що відповідно знижує оподатковуваний прибуток;

- майно за лізинговою угодою не зараховується на баланс лізингоотримувача, що не збільшує його активи і звільняє від сплати податку на майно;

- лізинг доступний для МСП, в той час як отримання банківських кредитів на сприятливих умовах для них проблематичне.

Види лізингу:

1. Залежно від складу учасників угоди розрізняють:

- прямий лізинг (двосторонній), при якому власник майна (виробник) самостійно здає об'єкт у лізинг (тобто постачальник = лізингодавець);

- непрямий лізинг, коли передача майна відбувається через посередників;

2. Залежно від типу майна розрізняють:

- лізинг рухомого майна;

- лізинг обладнання;

- лізинг нерухомості;

- лізинг «секонд-хенд», тобто майна б.к.;

- акціонерний лізинг, що широко використовується при здаванні крпомасштабних об'єктів (літаків, суден, бурових платформ).

3. Відповідно до рівня окупності майна розрізняють:

Фінансовий лізинг – передбачає протягом періоду дії контракту виплату орендаром сум, які б покривали повну вартість амортизації обладнання або більшу її частину, а також прибуток орендодавця. Після закінчення строку дії контракту орендар повинен повернути об'єкт орендодавцю, а також має право: укласти новий контракт на оренду даного майна; провести викуп предмету лізингу за залишковою вартістю. У якості лізингодавця зазвичай виступає лізингова компанія.

Операційний лізинг, окрім обсягу зобов'язань лізингодавця, відрізняється від фінансового і за строком: обладнання використовується протягом часу, значно меншого, ніж строк економічної служби обладнання. Щоб відшкодувати вартість обладнання, лізингова компанія здає його у тимчасове користування кілька разів і зазвичай різним користувачам. Технічне обслуговування і страхування при операційному лізингу забезпечує лізингова компанія. Об'єктом операційного лізингу зазвичай служить обладнання з високими темпами морального старіння. Розрізняють також лізинг з повною і частковою виплатою.

Тема 10.

ЦІНА ТОВАРУ В МІЖНАРОДНИХ КОНТРАКТАХ КУПІВЛІ-ПРОДАЖУ

1. Особливості цінової політики на зовнішньому ринку. Поняття світової ціни.
2. Фактори ціноутворення в ЗЕД.
3. Цінові стратегії на зовнішньому ринку.
4. Методи встановлення зовнішньоекономічних цін.

Ключові поняття: цінова політика, світові ціни, ціни, що публікуються, розрахункові ціни; цінова стратегія; одиниця виміру ціни, базис ціни, валюта ціни, засіб фіксації ціни, тверда ціна, рухома ціна, ціна з наступною фіксацією, ковзна ціна.

1. Особливості цінової політики на зовнішньому ринку. Поняття світової ціни.

Ціна є вирішальним чинником в ЗЕД, оскільки визначає її економічну доцільність.

Цінова політика – це визначення рівня цін і можливих варіантів їх зміни залежно від цілей та завдань, що стоять перед підприємством в короткостроковому періоді та в перспективі.

Глобальна мета підприємства – отримання максимального прибутку. До поточних цілей слід віднести:

- захист своїх позицій на ринку;
- подолання конкурентів;
- завоювання нових ринків;
- вихід на ринок з новим товаром;
- швидке відшкодування витрат;
- стабілізація доходів.

Залежно від поставлених цілей підприємство може здійснювати наступні кроки в сфері цінової політики: збереження встановленого рівня цін; підвищення рівня цін; зниження рівня цін; зміна рівня ціни – поступово чи стрибкоподібно.

Завдання цінової політики підприємства полягає у тому, щоб встановити на свій товар таку ціну і змінювати її залежно від ситуації на ринку так, щоб вирішити завдання, пов'язане із реалізацією товару на певній фазі його ЖЦ, відреагувати на діяльність конкурентів тощо.

При розробці цінової політики підприємство має відповісти на запитання:

1. Чи є ціна засобом конкурентної боротьби на конкретному ринку?
2. Якою має бути цінова політика?
3. Яку цінову стратегію повинно обрати підприємство?
4. Чи повинна бути єдиною базисна ціна для всіх країн, з якими ведеться торгівля?

5. Чи здійснює держава заходи щодо регулювання ціни на певний товар у країнах-імпортерах?
6. Чи існують в цих країнах громадські організації, які контролюють рівень цін?

Визначення рівня ціни в ЗЕД відбувається на основі двох видів цін: що публікуються, та розрахункових.

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). Ціни, що публікуються, відображають рівень світових цін.

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

Світові ціни можна класифікувати за різними критеріями:

- за станом ринку: продавця, покупця;
- напрямом товарного потоку: експортні, імпортні;
- умовами розрахунків: комерційні, бартерні, клірингових розрахунків, трансфертні;
- повнотою врахування витрат: нетто, валові, кінцевого споживання;
- характером реалізації: оптові, роздрібні;
- ступенем фіксації: тверді, рухомі, змінні (ковзаючі), з наступною фіксацією.

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:

1) ціни «вільної торгівлі», які складаються на основі контрактів, що укладають між собою незалежні підприємства;

2) трансфертні ціни, які формуються при торгівлі між підприємствами, що входять до складу однієї ТНК. При цьому домінуючим чинником ціноутворення є інтереси корпорації в цілому. Тому ціни встановлюються на мінімальному, або навпаки, максимальному рівні;

3) 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 перевищує ціни «вільної торгівлі».

Розрахункові ціни – застосовуються в контрактах на нестандартне обладнання, як правило, виготовлене на індивідуальне замовлення. Такі ціни розраховуються для кожного конкретного замовлення з урахуванням технічних і комерційних умов конкретного контракту. У деяких випадках розрахункова ціна встановлюється остаточно лише після виконання замовлення.

2. Фактори ціноутворення в ЗЕД

До факторів, що впливають на цінові рішення при здійсненні ЗЕД, належать:

1. Внутрішні, що характеризують фінансову та маркетингову ситуацію на підприємстві.

1.1. Рівень витрат та їх структура.

Якщо підприємство має переваги у витратах, воно може встановити ціну з урахуванням стану конкуренції і власних цілей. Якщо ж витрати вищі, ніж у конкурентів, і підприємство не має резервів для маневру, воно може програти у ціновій конкуренції.

1.2. Бажаний рівень прибутку.

1.3. Діюча система управління, планування і контролю діяльності.

1.4. Способи і методи одержання інформації про ринок.

2. Товарні, як діють тільки щодо даного товару.

2.1. Корисність товару.

2.2. Місце в товарній номенклатурі.

2.3. Стадія життєвого циклу товару.

2.4. Якість товару.

2.5. Зміна цін інших товарів (товари-субститути, товари-комплементи).

2.6. Ступінь монополізації попиту і пропозиції товару (монополія, олігополія, монополістична конкуренція).

2.7. Рівень обслуговування.

2.8. Система доставки.

3. Ринкові, які характеризують можливості та ризики зарубіжного товарного ринку.

3.1. Платоспроможність споживачів.

3.2. Інформаційне забезпечення.

3.3. Дії уряду (контроль цін, державні закупівлі).

Інструменти державного регулювання цін:

- державне регулювання цін внутрішнього ринку, що здійснюється за допомогою гарантування виробникам рівня продажних цін (наприклад, єдині закупівельні ціни на с/г товари в країнах ЄС);

- митна політика;

- бюджетне субсидування експорту. Щоб підвищити конкурентоспроможність вітчизняних товарів шляхом зниження експортних цін, уряди видають експортерам субсидії, які є доплатою до експортного виторгу.

4. Витрати на розробку ринку.

4.1. Адаптація товару.

4.2. Обслуговування.

4.3. Канали розподілу.

4.4. Просування.

5. Торговельні бар'єри

5.1. Митні бар'єри.

5.2. Нетарифні бар'єри.

6. Чинники, що є зовнішніми щодо взаємодії покупців і продавців товару.

6.1. Конкурентне середовище.

6.2. Цінова політика конкурентів.

6.3. Фаза економічного циклу.

Мінімального рівня ціни досягають у фазі економічної кризи. Під час депресії і поживавлення спостерігається зростання цін. Ціни досягають максимуму у фазі підйому, а потім починається їх зниження.

6.4. Короткострокові коливання попиту і пропозиції.

- сезонні коливання;

- зміни цін при вимушеному продажу чи закупівлях;

- спекулятивні коливання біржових котирувань;

- зміни цін, викликані раптовими форс-мажорними обставинами (посуха, заморозки, землетрус).

6.5. Заходи державного регулювання і контролю над цінами.

6.6. Рівень інфляції.

6.7. Валютні чинники.

6.8. Роль «сірого» ринку.

3. Цінові стратегії на зовнішньому ринку.

Стратегія ціноутворення має сприяти досягненню певних цілей підприємства:

- А) фінансових, що ґрунтуються на прибутку;
- Б) збутових, що ґрунтуються на цілях інтенсифікації збуту;
- В) ситуаційні, що ґрунтуються на цілях збереження чи створення для підприємства більш прийнятних умов діяльності.

Види цінових стратегій:

1. **Стратегія відшкодування повних витрат.** Застосовується великими підприємствами або монополістами на ринку. Вони можуть встановлювати максимально високі ціни, що включають витрати виробництва та максимальний прибуток. Є ціновими лідерами, за якими слідують інші виробники.
2. **Стратегія «зняття вершків».** Застосовується до захищених патентом нових товарів і полягає в послідовному охопленні різних дохідних сегментів ринку. Поступово знижуючи ціну, можна залучати все нові кола клієнтів, яких влаштовує нова ціна. Дана стратегія має сенс на ринку за таких умов: а) високий рівень поточного попиту з боку великої кількості покупців; б) витрати дрібносерійного виробництва не настільки високі, щоб звести нанівець фінансові вигоди компанії; в) висока початкова ціна не призведе до появи нових конкурентів. Висока ціна підтримує імідж товару високої якості, на який існує підвищений попит, і змінюється залежно від ступеня новизни товару, стадії ЖЦ.
3. **Стратегія прориву або проникнення на ринок.** Полягає у встановленні низьких цін для швидкого проникнення на нові для підприємства ринки. Застосовується до нових товарів, які легко можуть бути відтворені конкурентами і мають високу еластичність попиту. Цю стратегію часто використовують японські підприємства. Може застосовуватися за таких умов: а) ринок дуже чутливий до цін, і низька ціна сприяє його розширенню; б) зі зростанням обсягів виробництва витрати скорочуються; в) низька ціна не приваблива для конкурентів.
4. **Стратегія пов'язаного ціноутворення.** Полягає у порівняно низькій ціні на основні вироби за одночасного високого рівня цін на супутні товари, особливо запасні частини, витратні матеріали.
5. **Стратегія престижних цін.** Застосовується всесвітньо відомими фірмами з гарною репутацією на товари, аналогічні за властивостями виробам маловідомих фірм. В такому випадку споживач платить за престиж торгової марки (дорогі бренди – Gucci, Armani, Tiffany).
6. **Стратегія цінової диференціації.** Полягає в тому, що на один і той же товар встановлюється різний рівень ціни для різних груп споживачів (за визначеними

критеріями). Стратегія можлива за таких умов: а) ринок можна поділити на чіткі сегменти; б) сегменти мають різну еластичність попиту; в) сегменти розділені між собою певними бар'єрами, тобто сегмент з нижчим рівнем цін не може перепродати товар у сегмент з вищими цінами.

7. **Стратегії встановлення цін у рамках товарної номенклатури.** Підприємство прагне розробити систему цін, яка б забезпечувала одержання максимального прибутку по номенклатурі в цілому.
8. **Стратегія цінового вирівнювання.** Ґрунтується на тісній інтеграції цінової та асортиментної політики підприємства. Це означає, що прибуток від товарів, що успішно реалізуються, має обов'язково покривати збитки зі іншими товарами з цього асортименту.
9. **Стратегія трансфертних цін.** Застосовується ТНК з широкою мережею закордонних філій. Основні принципи трансфертного ціноутворення:
 - максимізація прибутків для корпорації в цілому;
 - мінімізація податків для корпорації в цілому;
 - мінімізація митних платежів;
 - удосконалення системи контролю материнською компанією фінансових потоків філій;
 - надання менеджерам всіх рівнів однакових умов для встановлення і підтримки таких цін, які б забезпечували рентабельність філій і доброзичливе ставлення споживачів.

Мотиви використання трансфертних цін:

1) Зменшення бази оподаткування податком на прибуток у країнах з високою його ставкою шляхом завищення цін на комплектуючі товари, що поставляються у філії цих країн. А прибутки в цей же час переводяться в країни з низьким рівнем оподаткування.

2) Зменшення митних витрат шляхом постачання товарів у країни з високим митним тарифом за мінімальною ціною.

3) Усунення валютних обмежень. Коли в країні не вистачає іноземної валюти, уряд може ввести обмеження, що лімітують суми репатрійованого прибутку. В такому випадку головний офіс може дати вказівку дочірній компанії в країні А купувати комплектуючі в країні Б за ціною, значно вищою від собівартості, що дозволить перевести прибуток з країни А в країну Б.

4. Методи встановлення зовнішньоекономічних цін.

При розрахунку експортної ціни підприємство має пройти низку етапів:

1. Визначення та аналіз цільового ринку (сегмента світового ринку).
2. Аналіз елементів маркетингового комплексу (товар, просування, канали розподілу).

3. Вибір цінової політики.
4. Визначення цілей ціноутворення.
5. Формулювання цінової стратегії.
6. Вибір методу розрахунку ціни.
7. Розрахунок експортної ціни.
8. Реалізація цінової стратегії.

Залежно від того, який фактор переважає (рівень витрат на одиницю продукції, наявність унікальних характеристик, середній рівень ринкових цін на аналогічні товари) виділяють 2 основні методи ціноутворення:

- витратний (на основі калькуляції витрат);
- ринковий (на основі врахування дії ринкових факторів).

Витратний метод розрахунку ціни передбачає визначення її рівня на основі суми витрат (виробничих, накладних, на обслуговування) та бажаного прибутку (максимального, розрахованого, мінімального). Попит за такого підходу не вивчається. Використовується компаніями з фінансовими цілями ціноутворення.

Метод беззбитковості – перехідний від витратного до ринкового методу. З одного боку, базується на обліку витрат, з іншого – враховує залежність попиту від рівня ціни. Дає змогу одержати бажаний прибуток, продаючи товар за визначеною ціною і обсягом товару, що відпускається. Тобто визначається, якою має бути ціна, щоб при заданому обсязі виробництва отримати цільовий прибуток.

Встановлення ціни на основі попиту – визначення цін після детального вивчення потреб і можливостей споживачів та тестування рівня цін, прийнятного для цільового сегмента. Використовується на тих ринках, де ключовим чинником у прийнятті рішення споживачами є ціна.

Встановлення ціни на основі пропозицій (рівня конкуренції) – ґрунтується на вивченні цін та цінових стратегій конкурентів та розрахунку власної ціни з огляду на лояльність споживачів та конкретні переваги товару, його імідж, сервіс, що пропонується. Доцільно використовувати підприємствам, які конкурують з продавцями аналогічної продукції.

При визначенні ціни товару у контракті купівлі-продажу називаються: одиниця виміру ціни, базис ціни, валюта ціни, засіб фіксації ціни, рівень ціни.

Одиниця виміру ціни. Ціна в контракті може бути встановлена:

- за певну кількісну одиницю товару, зазначену у вживаних в торгівлі одиницях виміру (маси, довжини, площі і т.п.), або в числових одиницях (сотня, дюжина);

- за одиницю маси, виходячи з базисного вмісту основної речовини в товарі (для руди, концентратів);
- за одиницю маси залежно від коливань натуральної маси, вмісту побічних домішок і вологи.

Якщо в основу ціни покладена одиниця маси, необхідно визначити характер маси (брутто, нетто) або обумовити, чи включає ціна вартість тари й упаковки.

Базис ціни – встановлює, чи входять транспортні, страхові, складські й інші витрати на доставку товару в його ціну. Базис ціни визначається використанням відповідного терміна ІНКОТЕРМС із зазначенням назви пункту здавання товару. («Ціна становить 100 дол.США франко-вагон межа прикордонна станція м. Чоп країни продавця»).

Валюта ціни. Ціна в контракті може бути виражена у валюті країни-експортера, країни-імпортера, або валюті третьої країни. Експортер, як правило, прагне зафіксувати ціну у відносно стійкій валюті, а імпортер, навпаки, у валюті, яка знецінюється.

«Валютний демпінг» - різниця в русі валютних курсів валют контракту відносно долара США при довгострокових договорах поставок.

Спосіб фіксації ціни. Ціна може бути зафіксована в момент укладення контракту або визначатися протягом терміну його дії чи до моменту виконання контракту. Залежно від способу фіксації розрізняють такі види цін:

- *тверда ціна* – узгоджується і встановлюється в момент підписання контракту і не підлягає зміні протягом строку його дії. Звичайно робиться застереження «ціна тверда, зміні не підлягає».
- *рухома ціна* – це зафіксована ціна при укладанні контракту, що може бути переглянута у подальшому, якщо ринкова ціна даного товару до моменту його поставки зміниться. В контракт вноситься застереження, що яке передбачає, що коли до моменту виконання угоди ціна на ринку підвищиться або знизиться, відповідно має змінитися і ціна, зафіксована в контракті («застереження про підвищення або зниження ціни»).
- *ціни з наступною фіксацією* – встановлюються у визначені договорами терміни на підставі узгоджених джерел. Наприклад, контрактом може бути передбачено, що ціна на продані за ним товари буде встановлена на рівні цін світового ринку на певну дату, в день поставки товару покупцеві, перед поставкою кожної передбаченої контрактом партії товару або при довгострокових поставках перед початком кожного календарного року. Джерелами цін можуть бути біржові котирування, або ціни реально укладених на світовому ринку угод за достовірними конкурентними матеріалами.

- *ковзаюча ціна (змінна)* – застосовується у 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, а також при виконанні великих за обсягом і тривалих в 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 та узгоджується з покупцем під час підписання контракту.

Література:

1. Дідківський М.І. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: Навч. посіб. - К.: Знання, 2006. — 462 с.
2. Управління зовнішньоекономічною діяльністю: Навч. посібник / Під заг. ред. А.І.Кредісова. - К: Віра-Р, 1998. - 448 с.
3. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: Підручник для вузів / За ред. д.е.н., проф. І.В.Багрової. — К: Центр навчальної літератури, 2004. -580 с.

ВАЛЮТНІ ТА ФІНАНСОВІ УМОВИ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНИХ КОНТРАКТІВ

1. Валютні умови контракту.
2. Валютні ризики, умови їх виникнення. Можливості запобігання та страхування валютних ризиків.
3. Хеджування, валютні опціони, ф'ючерсні операції.

1. Валютні умови контракту

Валютно-фінансові умови є одними з головних елементів торгової угоди. Вони визначають, яку валюту, в який час, у якій сумі, у якій формі отримає експортер за проданий товар чи надані послуги, а імпортер оплатить за ввезений з-за кордону товар чи отримані послуги. Ці умови включають такі елементи: **валюту ціни, валюту платежу, умови платежу, форми розрахунків, засоби платежу, застереження.**

Вибір валютно-фінансових умов угод залежить від характеру економічних відносин між країнами, співвідношення сил контрагентів, а також від традицій і звичаїв міжнародної торгівлі даним товаром.

Валютні умови

Валюта ціни. Ціна у контракті може бути виражена у валюті країни експортера, імпортера чи у валюті третьої країни (якщо валюти обох контрагентів не користуються достатнім комерційним попитом). На вибір валюти ціни значною мірою впливають торгові звичаї, що існують в торгівлі цими товарами. Наприклад, у контрактах на каучук, кольорові метали прийнято вказувати ціни у фунтах стерлінгів, у контрактах на нафтопродукти, хутро - в американських доларах.

З огляду на це, слід мати на увазі, що, по-перше, *експортер* звичайно прагне зафіксувати ціну у відносно *стійкій валюті*, а *імпортер*, навпаки, зацікавлений у тому, щоб встановити ціну у валюті, *яка знецінюється*. По-друге, не можна забувати про таке явище у міжнародній торгівлі, як "валютний демпінг" (або "валютний прибуток"), виникнення якого зумовлене різницею у русі валютних курсів валют контракту по відношенню до найбільш стійкої валюти (наприклад, євро) при довгострокових договорах поставок. **Валютний демпінг** – це експорт товарів за зниженими цінами (відносно світових), що здійснюється через застосування знижених валютних курсів.

Валюта платежу (валюта, в якій здійснюється оплата товару) може відрізнитися від валюти ціни, особливо коли контрактні ціни встановлюються на біржах, аукціонах. В такому випадку валюта ціни є формою страхування ризику зміни курсу валюти платежу. При нестабільності валют ціни фіксуються в найбільш стійкій валюті, а платіж, як правило, - у валюті країни-імпортера.

Перерахунок валют. У випадку, коли валюта ціни і валюта платежу не співпадають, зазначається перерахунок валюти ціни у валюту платежу. При цьому у контракті необхідно обумовити:

- *дату перерахунку* (на день підписання контракту, на день платежу та інші варіанти);
- *курс перерахунку.* Застосування для перерахунку валют курсу продавця є вигідним для експортера, оскільки він за одиницю іноземної валюти отримає більше національної валюти країни покупця, і, відповідно, такий курс менш вигідний для імпортера. Інколи для перерахунку застосовують середній курс;
- *вид платіжного документа* (електронний переказ, поштовий переказ, курс тратт);
- *місце платежу* (найчастіше приймається національний ринок валюти платежу).

Технічні поправки. До найпоширеніших поправок у практиці міжнародної торгівлі можна віднести такі:

1. *Поправка на техніко-економічні відмінності.* Основною умовою коректного підбору виробів-аналогів і конкурентних матеріалів для розрахунку зовнішньоторгових цін є мінімальний обсяг розбіжностей у техніко-економічних показниках порівнюваної продукції в умовах її виробництва та реалізації. Окрім того, необхідно мати на увазі, що розрахунок кожної поправки потрібно проводити за умови, що всі інші техніко-економічні параметри й умови реалізації залишаються незмінними. У практиці розрахунків цін на машини й обладнання найчастіше робляться поправки на потужність і продуктивність виробів, витрати палива й електроенергії, необхідні для роботи обладнання.

2. *Поправка на комплектацію.* Для багатьох видів машин і обладнання комплектація може бути достатньо складною і змінюватися у досить широких межах. Складність розрахунку поправки на комплектацію залежить від того, чи відомі ціни всіх вузлів, елементів комплектації (так звані попозиційні ціни). Якщо конкурентний матеріал містить такі ціни, то поправка робиться шляхом віднімання (або додавання) від (до) конкурентної ціни певної попозиційної ціни. Звичайно поправка на комплектацію збільшує суму контракту на 8-10%.

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

Комерційні поправки. З найпоширеніших комерційних поправок у практиці міжнародної торгівлі можна назвати такі:

1. *Приведення до єдиних умов поставки.* Імпортні ціни приводяться до умов поставки DAF або CIF країни покупця (повторити!). Експортні ціни приводяться до умов поставки DAF або FOB країни продавця. Дані про вартість фрахту та страхування беруться зі спеціальних даних транспортно-експедиторських організацій. Практика зовнішньої торгівлі показує, що за нормальної кон'юнктури ринку транспортних засобів розрахункова вартість фрахту та страхування не перевищує 12-15%. Під час розрахунків залежності між умовами FOB і CIF застосовується така формула:

$$Ц_{CIF} = (Ц_{FOB} + \Phi) \times A, \quad (6.3)$$

де $Ц_{CIF}$ і $Ц_{FOB}$ - ціни на продукцію з урахуванням транспортування за умовами CIF і FOB;

Φ - вартість фрахту (перевезення від порту відправлення до порту призначення);

A - ставка страхування вантажу під час перевезення водним шляхом.

2. *Поправка на втрати при вантажуванні.* У практиці зовнішньої торгівлі поправки на втрати при вантажуванні можуть становити 20-25% (ціна пропозиції завжди вища, ніж кінцева ціна). Обґрунтованість оцінки величини цієї поправки залежить від якості конкурентного матеріалу та вміння з ним працювати, від знання конкретного постачальника та ринку і т. д.

3. *Приведення імпортової ціни до строку поставки.* Через розрив у часі між даними конкурентних матеріалів і поставкою змінюється реальна ціна контракту. Тому при розрахунку імпортової ціни визначають ціни пропозиції на час поставки товару, використовуючи індекси експортних і гуртових цін, опублікованих у статистичних матеріалах.

4. *Поправки на умови платежу.* У контракті можуть бути передбачені різні умови платежу: готівкою, чеком, переказом, з акредитиву, інкасо, в аванс, у кредит із розстрочкою платежу. Поправка на умови платежу розраховується по відношенню до базисної ціни на дату укладання контракту, розрахованої за конкурентним матеріалом. Потрібно визначити, якою буде ціна готівкою на дату укладання контракту з урахуванням узгоджених умов платежу. Інакше кажучи, покупець повинен повністю відшкодувати у ціні будь-які пільги, надані продавцем, включаючи втрати від одночасно вилучених з обігу фінансових коштів продавця.

Валютні поправки застосовуються для зменшення валютних ризиків. Існують *двосторонні та односторонні* поправки. В першому випадку здійснюється перерахунок сум платежу у разі зміни курсу валюти платежу і застосовується цей метод в основному у торгівлі з країнами, що розвиваються. Односторонні поправки, як правило, застосовуються у торгівлі з розвинутими країнами і на їх основі також перераховується сума платежу. Поправка може бути *одновалютною* у разі співпадання валюти ціни і платежу, поставленою

в залежність від курсу деякої іншої валюти. За *мультивалютної* поправки сума грошових платежів уточнюється залежно від зміни середньоарифметичного курсу кількох валют.

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

- *загальна (проста) чи одночасна знижка, що надається до преїскурантної чи довідкової ціни, складає 20-30% при угодах на стандартні види машин і обладнання і 2-5% при поставках промислової сировини. Складна знижка - це сума простих знижок. Прогресивна знижка найчастіше залежить від кількості купленого товару;*
- *бонусна знижка встановлюється за певною шкалою залежно від досягнутого обігу протягом узгодженого сторонами терміну. На деякі види машин і обладнання бонусна знижка сягає 15-30%, на сировинні та сільськогосподарські товари - 1-2%;*
- *знижка за кількість чи серійність за умови купівлі заздалегідь визначеної зростаючої кількості товару;*
- *дилерська знижка, яку надають виробники своїм постійним агентам та іншим посередникам, може становити в середньому 15-20% від роздрібною ціни;*
- *спеціальна знижка на пробні партії товару та замовлення;*
- *сезонна знижка за купівлю товару поза сезоном;*
- *знижка у разі продажу потриманого обладнання (до 50%);*
- *експортна знижка, що надається продавцями у разі продажу товарів іноземним покупцям понад ті знижки, які діють для покупців внутрішнього ринку;*
- *знижка за повернення раніше купленого товару у даної фірми.*

2. Валютні ризики, умови їх виникнення. Можливості запобігання та страхування валютних ризиків.

Будь-яка зовнішньоторгова операція має на меті еквівалентний обмін товару або на інший товар, або на еквівалент його вартості, виражений в іноземній валюті. Розрахунки у міжнародній торгівлі здійснюються звичайно у вільно конвертованих валютах, становище яких на ринку не є постійним. Коливання валютних курсів завдають дезорганізуючого впливу на міжнародний поділ праці, ускладнюють еквівалентний обмін товарами і створюють валютні ризики зовнішньоекономічної діяльності. Валютні ризики належать до зовнішніх, незалежних від діяльності підприємства ризиків. Це ризики, що пов'язані із кон'юктурою зовнішнього ринку.

Валютний ризик – коливання валютних курсів породжують ризик при експортно-імпортних операціях. В умовах знецінювання валют цей ризик стає значним для експортерів, особливо при довгострокових угодах, а також при продажі товарів у кредит. З метою запобігання валютним ризикам та їх страхуванню використовують валютні застереження.

Валютні застереження - це спеціальні умови, що передбачають перегляд суми платежу в тій самій пропорції, в якій передбачається зміна курсу валюти платежу відносно

валюти застереження. При цьому методі валюта платежу ставиться в залежність від стійкішої валюти застереження.

Фіксація ціни товару в стійкій валюті є однією з форм страхування валютних ризиків, найпоширенішою сьогодні. Застереження бувають:

- з двосторонньою спрямованістю - корекція платежу здійснюється як від зниження курсу валюти, так і від його зростання. При цьому захищаються інтереси обох партнерів;

- з односторонньою спрямованістю - корекція платежу здійснюється тільки при підвищенні або тільки при зниженні валютного курсу. Застереження захищають інтереси тільки одного з партнерів.

У міжнародній торгівлі розрізняють прямі, непрямі та багатовалютні (мультивалютні) застереження.

Якщо валюта ціни і валюта платежу збігаються, а розмір суми платежу залежить від зміни курсу валюти розрахунків відносно іншої стабільної валюти (валютне застереження), то застосовується **пряме валютне застереження**.

За розбіжності валюти ціни та валюти платежу застосовується **непряме застереження**, відповідно до якого сума платежу змінюється пропорційно зміні курсу валюти ціни до курсу валюти платежу, що відбулася у визначений термін в узгодженому місці. У контракті вказується курс перерахунку однієї валюти в іншу на день проплати.

Багатовалютне (мультивалютне) застереження - це застереження, відповідно до якого сума платежу залежить від зміни курсового співвідношення між валютою платежу та "кошиком валют", який визначається угодою сторін. Таким чином, застереження полягає в тому, що при підписанні контракту фіксується співвідношення валюти ціни до "валютного кошика", а на дату платежу передбачається зміна суми платежу пропорційно до зміни цього співвідношення. Іншими словами, при застосуванні мультивалютного застереження використовується принцип порівняння курсу валюти ціни до "валютного кошика" на дату підписання контракту і на дату платежу. Це нівелює курсові коливання даної валюти щодо всіх валют "кошика" загалом і частково стабілізує початковий вартісний вираз зобов'язань і платежів за контрактом.

Багатовалютні застереження бувають двох видів:

- а) на базі середньоарифметичного відсотка відхилення курсів заданого набору валют;

- б) на базі зміни їх умовного середньоарифметичного курсу. Кількість валют у наборі "валютного кошика" коливається від двох і більше. Захисні якості застереження залежать не від кількості, а від якості набору валют. Використовують провідні валюти світу, міжнародні колективні валюти.

"Валютні кошики" залежно від складу валют бувають:

- *симетричні* - усі валюти мають однакові частки;
- *асиметричні* - усі валюти мають різні частки;
- *стандартні* - валюти зафіксовані на відповідний період застосування розрахункової одиниці як валюти застереження;
- *регульовані* - валюта змінюється залежно від ринкових факторів (рис. 9.9).



Складовими елементами *механізму дії валютного застереження* є:

- 1) початок його дії, що залежить від встановленої у контракті межі коливання валютного курсу (наприклад, $\pm 3\%$);
- 2) дата базисної вартості "валютного кошика" (дата підписання контракту);
- 3) дата визначення умовної вартості "валютного кошика" на момент платежу (як правило, робочий день перед днем платежу);
- 4) обмеження дії валютного застереження при підвищенні і зниженні курсу валюти платежу проти валюти застереження шляхом встановлення нижньої та верхньої межі дії застереження (як правило, у відсотках до суми платежу).

Іншими формами багатовалютного застереження є:

- використання як валюти платежу декількох валют із погодженого набору (наприклад, долар США, євро, швейцарський франк, фунт стерлінгів);
- опціон валюти платежу - на момент укладання контракту ціна фіксується в декількох валютах, а при настанні платежу експортер має право вибору валюти платежу.

Слід зазначити, що захист від ризику за допомогою валютних застережень належить до "нестрахового захисту", оскільки не передбачає розміщення цього ризику на страхування у страхових компаніях.

Обмеженість застосування валютного застереження полягає в тому, що воно страхує від валютного й інфляційного ризику лише тією мірою, якою зростання товарних цін відображається на динаміці курсів валют.

Велике значення у плані страхування від валютних втрат має **вибір валюти ціни**. Для прогнозування динаміки курсу тієї чи іншої валюти слід враховувати кілька найважливіших факторів розвитку економіки даної країни. Одним з них є аналіз інфляційних процесів.

Безпосереднім регулятором валютного курсу, як відомо, є *платіжний баланс країни*, що відображає співвідношення надходжень і платежів валюти за експортовані та імпортовані товари та послуги. Якщо країна імпортує більше товарів і послуг, ніж сама надає, то виникає підвищений попит на іноземну валюту. У разі вільного коливання цін валютних курсів це спричиняє підвищення курсів іноземних валют і зниження курсу валюти даної країни. І, навпаки, перевищення експорту над імпортом збільшує попит на валюту цієї країни з боку імпортерів з інших країн, що зумовлює підвищення курсу цієї валюти по відношенню до інших валют.

Вже протягом тривалого часу економіка розвинутих країн розвивається в умовах *інфляції*. Зростання цін всередині країн впливає на зовнішньоекономічні зв'язки, викликає структурні зміни у платіжному балансі, які, в свою чергу, визначають рух курсів валют. Оскільки інфляційні процеси у країнах відмінні за своєю інтенсивністю, то у вигіднішому становищі перебувають країни з низьким темпом росту цін. Товари цих країн конкурентоспроможні на зовнішніх ринках, а фірми цих країн мають більше можливостей розширити свій експорт. За інших рівних умов це веде до зростання надходжень іноземної валюти, збільшення попиту на валюти цих країн і підвищення їхніх курсів. І, навпаки, вищі темпи росту цін у якійсь країні порівняно з іншими у кінцевому підсумку спричиняють зниження курсу її валюти.

3. Хеджування, валютні опціони, ф'ючерсні та форвардні операції

Хеджування, форвардні операції, валютні опціони, валютні ф'ючерси, угоди "лідс енд легс" та операції "своп". З метою зменшення можливих валютних втрат через різкі коливання курсів валют та їх інфляційне знецінювання експортери багатьох країн застосовують так званий **"метод хеджування"**, тобто метод укладання поряд з основним контрактом контракту про купівлю в постачальників відповідного товару "на термін" (йдеться про пізніший термін, ніж за основним контрактом) за фіксованою ціною.

Спекулюючи на біржі, експортер розраховує отримати прибуток, який компенсує йому можливі збитки при виконанні основного контракту.

Багато іноземних банків часто здійснюють і валютні угоди "на термін" (так звані **"форвардні валютні операції"**), суть яких полягає у купівлі чи продажу певних сум відповідної валюти за заздалегідь обумовленим курсом на основі поточних ринкових котирувань з їх фактичною передачею у розпорядження контрагента у певний строк у майбутньому (звичайно на дату розрахунків за комерційними операціями).

Валютний опціон - угода між покупцем опціону і продавцем валют, що надає право покупцю опціону купувати або продавати валюту за визначеним курсом протягом обумовленого часу за винагороду, що сплачується продавцеві.

Валютний ф'ючерс - термінова біржова угода, що є угодою купівлі-продажу певної валюти за курсом, зафіксованим на момент укладання угоди, з виконанням через визначений термін.

У низці країн для страхування практикується регулювання терміну платежу, що називається **"лідс енд легс "** і полягає у проведенні заходів, спрямованих на прискорення чи затримку міжнародних платежів за кредитними і зовнішньоторговими рахунками, вираженими в іноземних валютах, щоб запобігти валютним втратам й отримати вигоду від очікуваної зміни валютного курсу (використовуються у фінансовому механізмі функціонування ТНК).

Для страхування зовнішньоекономічних угод використовуються також операції "своп", які поєднують готівкову купівлю-продаж з одночасним укладанням угоди на певний строк. **Валютна операція "своп"** - це купівля іноземної валюти на умовах "спот" в обмін на вітчизняну валюту з подальшим викупом. Угоди "своп" зручні для банків, тому що не створюють непокритої валютної позиції - обсяги вимог і зобов'язань банку в іноземній валюті збігаються.

Застосування тих чи інших валютних застережень в експортно-імпортних контрактах може регламентуватися валютними законодавствами країн або торговими та платіжними угодами між країнами.

Тема 12

УМОВИ ПЛАТЕЖУ. ФОРМИ РОЗРАХУНКІВ

1. Форми платежу у міжнародних розрахунках: готівка, авансовий платіж, платіж у кредит.
2. Засоби розрахунків: чеки, векселі та банківські перекази.
3. Форми розрахунків.

1. Форми платежу у міжнародних розрахунках: готівка, авансовий платіж, платіж у кредит

Міжнародні розрахунки – це система організації, регулювання та здійснення платежів за грошовими вимогами й зобов'язаннями, які виникають при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності між державами, підприємствами і громадянами різних країн. Основними суб'єктами міжнародних розрахунків є експортери, імпортери та банки, що їх обслуговують. Останні виступають не тільки в ролі посередників, але і виконують функції кредиторів, що фінансують зовнішньоторгові угоди, функції контролю, виступають в ролі гарантів.

Форма платежу залежить від механізму оплати товару з огляду на момент його фактичної доставки.

У зовнішньоекономічних операціях розрізняють такі форми платежу, як:

- *платіж готівкою;*
- *авансовий платіж;*
- *платіж у кредит;*
- *комбінований платіж.*

Платіж готівкою здійснюється через банк до чи проти передачі експортером товаросупровідних документів чи самого товару в розпорядження покупця. Він не означає, що розрахунки ведуться наявними грошовими знаками (банкнотами). У цьому випадку поняття "*готівковий платіж*" використовується як протиставлення авансовому та кредитному способам платежу.

Готівковий платіж, залежно від обраної сторонами у контракті форми розрахунків, проводиться, якщо дотримані такі умови: Імпортер одержав від експортера повідомлення про готовність товару до відвантаження; імпортер отримав телеграфне повідомлення про закінчення навантаження товару; імпортер одержав комплект документів, передбачених у контракті; імпортер отримав комплект документів і право відстрочки оплати на кілька годин чи днів, якщо перед цим імпортер надав банківську гарантію, що він заплатить проти

прийому товару. Природно, що для експортера найвигіднішою буде перша умова, а для імпортера -остання.

Готівковий платіж може здійснюватись повністю або частинами. *Повний готівковий платіж* передбачає оплату повної вартості товару за однією із зазначених вище умов. *Готівковий платіж частинами* передбачає оплату вартості товару кількома частинами відповідно до умов контракту. Платіж може бути розбитий на частини за умовами поставки та в міру готовності товару. В першому випадку частина платежу (80-90%) сплачується після відвантаження товару, а все інше після приймання товару імпортером. У другому випадку виплата визначених в контракті сум надходить у міру виконання контракту, тобто виконання окремих частин замовлення.

Авансовий платіж: передбачає виплату покупцем обумовлених у контракті сум до передачі товаророзпорядчих документів і самого товару у розпорядження покупця, а найчастіше під час і навіть до виконання замовлення. Аванс може бути наданий у грошовій і товарній формах. Останній передбачає передачу імпортером експортеру сировини чи комплектуючих виробів, необхідних для виготовлення замовленого товару. Аванс у грошовій формі передбачає виплату покупцем узгоджених у контракті сум в рахунок платежів за умовами договору до відвантаження товару (надання послуг), а інколи навіть до початку виконання контракту.

Авансовий платіж відіграє подвійну роль. З одного боку, авансом імпортер кредитує експортера, з іншого - забезпечує виконання зобов'язань, взятих імпортером за контрактом, і, якщо після виконання замовлень покупець відмовляється від приймання замовленого товару, експортер може використати аванс для відшкодування своїх збитків.

Звичайно покупець, виплачуючи аванс, вимагає від продавця банківської гарантії на випадок, коли експортер не виконає умов замовлення, або в контракті робиться застереження, що у разі невиконання експортером своїх контрактних зобов'язань аванс повертається імпортеріві у повному розмірі.

У світовій практиці авансові платежі використовуються у випадках, коли:

- продавець сумнівається у платоспроможності покупця;
- політична чи економічна обстановка в країні покупця не стабільна;
- постачається дороге обладнання;
- тривалі строки виконання контракту.

Авансові платежі вигідні для експортера і менш вигідні для імпортера. Для імпортера вони є ризиковою формою розрахунків, тому імпортер наполягає на виставленні на свою користь гарантії першокласного банку (гарантії повернення авансу чи гарантії належного виконання контракту).

Платіж у кредит передбачає, що покупець оплачує суму, обумовлену у контракті, через якийсь час після поставки товару. Таким чином продавець надає покупцеві комерційний (товарний) кредит. Межа кредиту, тобто максимальний розмір кредиту, що надається покупцеві одночасно, звичайно не перевищує 10% від капіталу покупця. Кредит дається не на всю суму контракту, а на 80-85%, решту покупець оплачує авансом, що дозволяє продавцеві покрити свої витрати, якщо покупець порушить свої зобов'язання за контрактом.

За термінами комерційні кредити поділяються на короткострокові (до одного року), середньострокові (1-5 років) та довгострокові (5-10 років і більше). У контракті обумовлюється вартість кредиту, виражена у процентах річних, термін використання кредиту, строк погашення кредиту, пільговий період, протягом якого не сплачуються проценти, та інші умови.

Заходи проти неплатежу. При укладанні контракту партнерів цікавить гарантія проти неплатежу, оскільки зобов'язання приватних фірм не відзначаються достатньою надійністю. Найкраща гарантія - урядові угоди, банківська гарантія, гарантія солідної компанії.

Прийнята у міжнародних рамках форма банківської гарантії виступає юридично незалежним додатком до договору про купівлю-продаж і договору підряду на виконання робіт (послуг). Надаючи її, банк зобов'язується виплатити певну суму, якщо його клієнт не виконає своїх договірних зобов'язань. Міжнародна торгова палата опублікувала основні правила для гарантій. Найбільшого значення у міжнародних операціях дістали гарантія пропозиції, гарантія виконання, авансова гарантія.

2. Засоби розрахунків: чеки, векселі та банківські перекази

Поширеними у міжнародній практиці *засобами розрахунків* є чеки, векселі та банківські перекази.

Чек - це безумовна пропозиція чекодавця платнику здійснити платіж зазначеної на чекові грошової суми чекодержателю готівкою чи перерахуванням грошей на рахунок власника чека у банку. Чек може передаватись однією особою іншій шляхом внесення в нього передавального запису (індосаменту).

Чек зручний для розрахунків тоді, коли платник побоюється віддавати гроші до отримання товару, а постачальник не хоче передавати товар до одержання гарантій платежу. Використання чека як засобу платежу дає змогу заощаджувати на обігу готівки і прискорює платежі, оскільки всі чеки оплачують після подання.

Виписаний чекодавцем документ повинен мати відповідне фінансове покриття на його банківському рахунку. Розрізняють такі види чеків:

Іменний – чек на користь певної особи. Такий чек не може бути переданий за допомогою звичайного індосаменту. *Ордерний* – виписаний на користь певної особи чи за її наказом. Передається за допомогою індосаменту із застереженням «Наказу» чи без нього. Широко використовується у міжнародному платіжному обороті. *Чек на пред'явника* – виписують пред'явникові, він може бути переданий іншій особі як з індосаментом, так і без нього. *Банківський чек* – чек, виписаний банком на свій банк-кореспондент. У тексті таких чеків немає найменування підприємства-чекодавця, ним виступає банк боржника. *Фірмовий (комерційний) чек* – документ, виписаний клієнтом банку (чекодавцем) на пред'явника (одержувача). Даний чек передачі не підлягає.

Вексель - це цінний папір, що засвідчує безумовне грошове зобов'язання векселедавця сплатити з настанням строку певну суму грошей власнику векселя (векселетримачу).

При розрахунках у зовнішньоторгових операціях використовуються два види векселів: простий і переказний (тратта). *Переказний вексель* являє собою безумовну пропозицію трасанта (кредитора), адресовану трасату (боржнику), сплатити третій особі (ремітенту) в установленій термін зазначену суму. При виникненні такого грошового зобов'язання трасант виступає і кредитором по відношенню до боржника (трасата), і боржником по відношенню до ремітента. *Простий вексель* (соло) виставляється не кредитором, а боржником (векселедавцем). Останній бере зобов'язання сплатити кредитору певну грошову суму в обумовленому місці у визначений термін. Простий вексель має містити такі обов'язкові елементи:

- назву «простий вексель», яка включена в текст документа і казана тією мовою, якою цей документ складений;
- безумовне зобов'язання сплатити визначену суму грошей;
- зазначення строку платежу;
- зазначення місця, в якому має здійснитися платіж;
- найменування особи, якій або з наказу якої має здійснитися платіж;
- зазначення дати і місця видачі простого векселя;
- підпис особи, яка видає документ (векселедавець).

Перевідний вексель (тратта) має містити крім вказаних пунктів найменування того, хто повинен платити (платника).

Надійною гарантією оплати векселя боржником є його підтвердження банком. **Аваль** – це поручительство, що означає гарантію платежу за траттою чи простим векселем (повністю або частково) з боку банку, якщо боржник не виконав у термін зобов'язання за векселем.

Одним із засобів платежу, що використовується у міжнародній торгівлі, є **банківський переказ**. Це розрахункова банківська операція, яка полягає у пересиланні платіжного

доручення одного банку іншому. Платіжне доручення являє собою наказ клієнта банку, складений на основі вказівок переказодавця - клієнта банку, адресований своєму банківському кореспонденту, про виплату певної суми грошей переказоодержувачу (бенефіціару). Платіжними дорученнями розраховуються з постачальниками та підрядниками у разі передоплати ними за узгодженням з різними кредиторами. Платіжні доручення приймаються банками тільки за наявності грошей на рахунках платників.

3. Форми розрахунків

До форм розрахунків, що використовуються у міжнародній торгівлі, належать:

- *100%-ий авансовий платіж;*
- *акредитив;*
- *інкасо;*
- *відкритий рахунок.*

Авансовий платіж у розмірі повної вартості товару, що поставляється, є найвигіднішою формою розрахунку для експортера та найменш вигідною для імпортера. Проводиться цей платіж банківським переказом або чеком.

Акредитивна форма розрахунку також вигідна експортеру. Ці вигоди полягають, по-перше, у гарантії оплати відвантаженого товару банком, що відкрив акредитив, а при підтвердженому акредитиві - також банком, який його підтвердив; по-друге, в отриманні платежу відразу ж після поставки товару та подання банкові документів, що засвідчують цю поставку. Імпортер, у свою чергу, має гарантію, що платіж буде виконано на користь експортера тільки після подання ним товарних документів, що свідчать про відвантаження товару.

Акредитив являє собою одностороннє, умовне грошове зобов'язання банку, видане ним за дорученням клієнта-наказодавця акредитиву (імпортера) на користь його контрагента за контрактом - бенефіціара (експортера). Використання акредитивної форми розрахунків регламентується *Уніфікованими правилами та звичаями для документарних акредитивів*, розробленими Міжнародною торговою палатою.

Акредитивна форма розрахунків виконує три основні функції:

1. Визначає порядок платежу за поставлений товар;
2. Гарантує продавцю від імені банку, який відкрив акредитив, своєчасну виплату погодженої вартості поставленого товару;
3. Служить засобом короткострокового фінансування зовнішньоторговельних операцій.

Акредитивна форма розрахунків проходить 4 етапи:

1) Імпортёр, за погоджене число днів до початку поставки чи після отримання повідомлення експортера про готовність товару до відвантаження, дає доручення своєму банку відкрити в банку експортера акредитив на певну суму та на обумовлений строк на користь експортера. У дорученні про відкриття акредитива імпортер повідомляє банку перелік документів, після пред'явлення яких експортеру може бути сплачена сума з акредитива.

2) Банк імпортера відкриває в банку експортера акредитив, після чого банк експортера повідомляє експортеру про його відкриття і за необхідності підтверджує акредитив. Якщо протягом строку дії акредитива він не буде використаний, то за згодою покупця чи за умовою контракту акредитив може бути продовжений на визначений строк чи відкликаний покупцем.

3) Експортер, відвантаживши товар, пред'являє банку, в якому відкрито акредитив, документи, що засвідчують поставку товару, перелік яких міститься в контракті й отримує проти цих документів належну йому суму платежу.

4) Банк експортера пересилає товарні документи банку імпортера, а той вручає їх імпортеру, який відшкодовує йому суму акредитива.

Інкасо - це банківська розрахункова операція, за допомогою якої банк за дорученням свого клієнта (експортера) отримує на основі розрахункових документів належні клієнтові кошти від платника (імпортера) за відвантажені на адресу імпортера товари і зараховує ці кошти на рахунок клієнта-експортера. Інкасові операції застосовуються на підставі прийнятих у 1978 р. Міжнародною торговою палатою *Уніфікованих правил інкасо*.

Інкасова форма розрахунків проходить такі етапи:

1) Відвантаживши товар, експортер передає своєму банку інкасове доручення та товарні документи.

2) Банк експортера, який прийняв інкасове доручення, направляє його разом з товарними документами банку-кореспонденту в країні імпортера.

3) Банк-кореспондент в країні імпортера пред'являє товарні документи імпортеру та видає йому їх проти вказаної в інкасовому дорученні суми платежу.

4) Отримана від імпортера сума платежу переводиться банком імпортера на рахунок банку експортера, а той зараховує її на рахунок експортера.

Для експортера інкасо часто виявляється неприйнятним через те, що він спочатку повинен відвантажити товар, а тоді передавати документи у банк і чекати виконання покупцем своїх зобов'язань щодо оплати.

Для зменшення ризику неплатежу за інкасової форми розрахунків експортер повинен наполягати на наданні банківської гарантії платежу. Гарантія у такому разі видається на

термін, що перевищує термін оплати за документами, і на суму, відповідну сумі поданих на інкасо документів.

Крім банківської гарантії, забезпечення платежу здійснюється шляхом використання телеграфного інкасо. У цьому разі банк експортера виплачує йому виручку за товар негайно або через певний строк після отримання документів на інкасо, повідомляючи телеграфом свій банк-кореспондент, з яким він повинен мати спеціальний договір про телеграфне інкасо.

Відкритий рахунок - це найменш вигідна форма розрахунків для експортера, оскільки вона не передбачає гарантій своєчасного отримання платежу. Експортер поставляє покупцеві товар разом із товаророзпорядчими документами і записує у своїх бухгалтерських документах у дебет відкритого покупцеві рахунку суму покупки. Імпортер записує суму відвантаження в кредит рахунку постачальника. Протягом обумовленого у контракті терміну імпортер повинен оплатити вартість товару шляхом банківського переказу, чека чи векселя строком платежу за пред'явленням. Після оплати сторони роблять у своїх документах зворотні записи.

За відкритим рахунком розраховуються здебільшого за товари, поставлені на консигнацію, а також під час продажу запасних частин до раніше поставленого устаткування або машин.

Тема 13

ОРГАНІЗАЦІЯ І ТЕХНОЛОГІЯ МІЖНАРОДНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ

1. Транспортне забезпечення ЗЕД, транспортні умови зовнішньоекономічних контрактів.
2. Фрахт та страхування міжнародних перевезень.
3. Організація зовнішньоекономічних перевезень.
4. Види міжнародних перевезень: морські, автомобільні, повітряні, залізничні.
5. Порядок надання транспортно-експедиційних послуг підприємствам-суб'єктам ЗЕД.

1. Транспортне забезпечення ЗЕД, транспортні умови зовнішньоекономічних контрактів

Транспортне забезпечення ЗЕД – це система технічних, технологічних елементів, економічних, комерційно-правових, організаційних чинників, методів управління транспортними операціями у сфері виробництва, обігу і споживання товарів, що переміщуються між країнами.

Під міжнародними перевезеннями, або міжнародними сполученнями, розуміють перевезення вантажів, пасажирів між кількома країнами, особливістю яких є обов'язкове перетинання кордону як мінімум двох суміжних країн.

Зазвичай процес доставки товару у міжнародній торгівлі охоплює передусім його перевезення від внутрішнього пункту виробництва А до прикордонного пункту (порту) Б країни продавця; далі - міжнародне транзитне або морське перевезення від пункту Б до прикордонного пункту (порту) В країни покупця (якщо країни-партнери не мають спільного сухопутного кордону); і, нарешті, транспортування від пункту В до внутрішнього пункту споживання Г (рис. 13.1).



Рис.13.1. Схема процесу доставки товару в міжнародній торгівлі

Існують різноманітні способи транспортування вантажів між країнами. Плануючи відправлення вантажів і вибір виду транспорту, необхідно враховувати низку обставин (рис. 13.2).



Рис.13.2. Фактори, що впливають на вибір транспорту у міжнародних перевезеннях

Важливо також відзначити, що моментом обліку експортних та імпортних операцій при водних, залізничних, автомобільних, повітряних перевезеннях вважається:

- при експорті - дата дозволу на перетин кордону, що вказується на штемпелі митниці, який проставляється на ВМД;
- при імпорті - дата дозволу митниці, що проставляється на ВМД;
- при експорті та імпорті товарів, що поставляються трубопровідним транспортом, а також електроенергії - дата акту прийому-здачі, який був складений на прикордонних або інших контрольно-розподільних пунктах трубопроводу або електропроводу;
- при відправленні товарів поштою - дата поштової квитанції.

Особливістю міжнародних перевезень є те, що при відправленні вантажу, як правило, керуються законодавством країни відправлення, а при його видачі в кінцевому пункті - законом країни призначення.

Зміст транспортних операцій у ЗЕД визначається характером міжнародних сполучень, які можна класифікувати за низкою ознак (табл.13.1).

Таблиця 13.1.

Класифікація транспортних операцій у ЗЕД

№ п/п	Ознака класифікації	Види операцій
1	За предметом транспортних операцій	Вантажні, пасажирські, багажні
2	За видом транспорту	Водні (морські, річкові), залізничні, автомобільні, трубопровідні, змішані (2 і більше видів транспорту)
3	Залежно від транспортної характеристики товару	З сухим вантажем (руда, вугілля, мінеральні добрива і т.п.), з наливним вантажем (нафта і нафтопродукти, рослинні олії, жири, вино і т.п.).
4	За періодичністю	Регулярне й нерегулярне перевезення (лінійне і трампове)

		судноплавство, регулярне повітряне сполучення і чартерні рейси).
5	Залежно від порядку проходження кордону	Перевантажувальні й безперевантажувальні перевезення
6	За видом транспортно-технологічної системи	Контейнерні, поромні, ліхтерні, ролкерні
7	Залежно від завершення перевезення	Сусідські, транзитні, кільцеві
8	За видом сполучень	Прямі, непрямі: ламані з декількома перевізниками, із перевідправкою за одним або декількома договорами перевезення
9	Залежно від складу учасників перевізного процесу	Здійснювані виробником товару, продавцем або покупцем, замовником товару, перевізником-посередником
10	Залежно від місця проведення	Здійснювані всередині країни і на території інших країн

Учасники ЗЕД планують і враховують транспортні операції при підготовці контракту, здійснюючи їх у процесі виконання останнього, і здійснюють їх в кілька етапів:

На I етапі, до укладання контракту, необхідно:

- провести аналіз кон'юнктури ринків транспортних послуг, умов постачання товарів, рівня тарифних і фрахтових ставок (тобто вартості доставки одиниці вантажу наземним, водним або повітряним транспортом);
- визначити і конкретизувати транспортні умови і базисні умови поставки для їх включення в договір купівлі-продажу, організувати виконання цих умов;
- визначити частку витрат на транспортні операції (транспортну складову) в конкретній ціні товару;
- передбачити в кошторисі транспортні витрати.

На II етапі, в процесі реалізації зовнішньоторговельної операції, необхідно:

- укласти договори на перевезення товарів, оформити їх відповідними транспортними документами (накладними, чартером, коносаментом);
- запланувати перевезення вантажів, що проходять через морські, річкові порти і прикордонні станції (оперативне місячне планування);
- підготувати товар до перевезення (упакувати, замаркувати тощо);
- оформити договір транспортного страхування вантажів, одержати страховий поліс;
- підготувати й оформити технічну і товаросупровідну документацію;
- перевірити розрахункову документацію і зробити розрахунки з перевізником;
- виконати необхідні прикордонні, митні, санітарні, ветеринарні формальності; оформити необхідні документи: ВМД, паспорт угоди, необхідні сертифікати; оплатити митні збори, податки, мито;
- організувати нагляд за просуванням вантажу по всьому транспортному циклу від вантажовідправника до вантажоодержувача.

На III етапі, після завершення зовнішньоторговельної операції, необхідно:

- зробити додаткові взаєморозрахунки, якщо є така необхідність;
- вирішити спірні питання, якщо вони виникли між учасниками транспортного процесу;
- за необхідності пред'явити і встановленому порядку претензії і позови, оформити необхідну документацію.

2. Фрахт та страхування міжнародних перевезень

Фрахт (від нім. Fracht – вантаж) – плата за транспортування вантажів чи пасажирів морським, повітряним, залізничним або автомобільним транспортом, а також за використання (наймання) судна чи іншого транспортного засобу для таких перевезень. Обчислюють множенням ринкової фрахтової ставки на кількість вантажу або пасажирів.

У практиці **страхування** існують два основних принципи формування ризиків, що забезпечують страховий захист. Перший принцип побудований на *методі виключення*, за яким страхується вантаж від усіх ризиків, за винятком деяких. Другий принцип побудований на *методі включення*, тобто вантаж вважається застрахованим лише від тих ризиків, які перелічені; порівняно з методом виключення, при цьому забезпечується менший захист вантажів.

Специфічним при страхуванні вантажів є страхування збитків, витрат і внесків від *загальної аварії*. Застосовується воно у разі морського перевезення вантажів і означає загальну небезпеку, яка загрожує судну, вантажу і фрахту одночасно. У цьому випадку екіпаж судна може здійснити заходи, спрямовані на загальний порятунок судна і вантажу, які призводять до збитку для окремих осіб - власників вантажу. Наприклад, на борту виникла пожежа. Для локалізації вогню частина вантажу може бути викинута за борт та/або залита водою. У цьому випадку збиток і витрати від загальної аварії розподіляються між власниками вантажів, судна і фрахту пропорційно їхній вартості. У всіх учасників загальної аварії виникає або обов'язок відшкодувати збиток і витрати від загальної аварії, або право вимагати відшкодування збитку. Причому ці права та обов'язки виникають згідно з *Кодексом торгового мореплавання* незалежно від того, чи був застрахований вантаж. Страхування у цьому випадку дозволяє оперативно врегульовувати претензії щодо можливого збитку від загальної аварії.

При укладанні експортно-імпортного контракту перед продавцем або покупцем неминуче постає питання про зменшення ймовірного збитку. Вибір того чи іншого варіанту страхування сторони узгоджують спільно (у разі поставки за умовами термінів "Вартість, страхування і фрахт" або "Перевезення і страхування оплачені до"), або кожна сторона приймає це рішення самостійно, враховуючи розподіл ризиків.

У разі поставки за умовами означених термінів "ІНКОТЕРМС", якщо у контракті не обумовлено інше, продавець здійснює страхування за умовами мінімального покриття ризиків (мінімальна страхова сума повинна покривати вартість контракту у розмірі 105-110%). Цього часто вистачає при поставці товарів, які навряд чи можуть бути пошкоджені у процесі транспортування, наприклад, коксу, металу, нафти тощо. Однак при транспортуванні, наприклад, цінного обладнання, приладів, бажане страхування за умовами "Від усіх ризиків". Тому при укладанні контракту сторони повинні обрати варіант страхування, адекватний товару, способу його упаковки і транспортування.

3. Організація зовнішньоекономічних перевезень

Існують різні способи транспортування вантажів між країнами. Плануючи відправлення вантажів і вибір виду транспорту, необхідно враховувати низку обставин:

1) Вид вантажу. Вантажі поділяють на генеральні, масові й особливо режимні. До **генеральних** належать різні штучні вантажі (в упаковці чи без). За розмірами вони поділяються на звичайні, довгомірні (більше 3м) і негабаритні. За масою – легкі й важкі (з масою більше 5 т на одну вантажну одиницю).

До **масових** відносять вантажі, що мають певну структурну масу, яка перевозиться у великій кількості без упаковки. До них належать наливні (нафта, жири, спирти), навальні (руда, концентрати), насипні (зерно, цукор) та деревина.

До **особливо режимних** відносять вантажі, які зберігають і перевозять при дотриманні спеціальних правил (небезпечні вантажі і ті, що швидко псуються).

Інформація про те, для перевезення яких вантажів найчастіше застосовуються у міжнародній практиці ті чи інші види транспортних засобів, наведена у табл. 13.2.

Таблиця 13.2.

Товари, що перевозяться **основними** видами транспорту

Вид транспорту	Товари, що найчастіше перевозяться
Залізничний	Сільськогосподарська продукція, будівельні матеріали, корисні копалини
Водний	Нафта, зерно, будівельні матеріали, металеві руди, кам'яне вугілля
Автомобільний	Одяг, книги, комп'ютери, папір, продукти харчування
Трубопровідний	Нафта, нафтопродукти, природний газ
Повітряний	Продукти харчування, що швидко псуються, продукція точного машинобудування

2) Відстань і маршрут перевезення. Місце відправлення вантажу та кінцевий пункт перевезення також визначають при виборі виду транспорту. У внутрішньоконтинентальних перевезеннях використовують залізничний, трубопровідний, автомобільний та авіаційний транспорт, у міжконтинентальних – морський та авіаційний транспорт.

3) Фактор часу. Найшвидший спосіб доставки вантажу – авіатранспортом. Однак він дорого коштує. Тому використовується тільки тоді, коли треба доставити вантаж за мінімальний відрізок часу (продукти, квіти тощо).

4) Вартість перевезень. Звичайно, кожен покупець хотів би, щоб вартість перевезення складала незначний відсоток від вартості товару. Однак у деяких випадках вибору немає і доводиться платити високу ціну. А коли є вибір, ціна буде нижчою. Наприклад, невеликі й середні за обсягом партії вантажів можна доставляти повітрям і сушею приблизно за однаковими цінами.

5) Безпека перевезення. Крихке й дорогецінне обладнання краще перевозити повітряним транспортом. Товари з високим ступенем ризику розкрадання (автозапчастини, офісне обладнання тощо), як правило, доставляються морським транспортом, в основному в контейнерах, хоч це й коштує дорожче.

Названі обставини важливо враховувати при виборі виду транспорту. Однак часто це визначається тим, що цікавить в першу чергу відправника вантажу. Якщо його цікавить швидкість доставки, він вибирає між повітряним і автомобільним. Якщо ж мінімальні витрати – вибирає між водним і трубопровідним.

Обираючи засіб доставки конкретного товару, відправники беруть до уваги 5 чинників (критеріїв) (табл. 13.3):

Таблиця 13.3

Оцінка видів транспорту за критеріями великих відправників

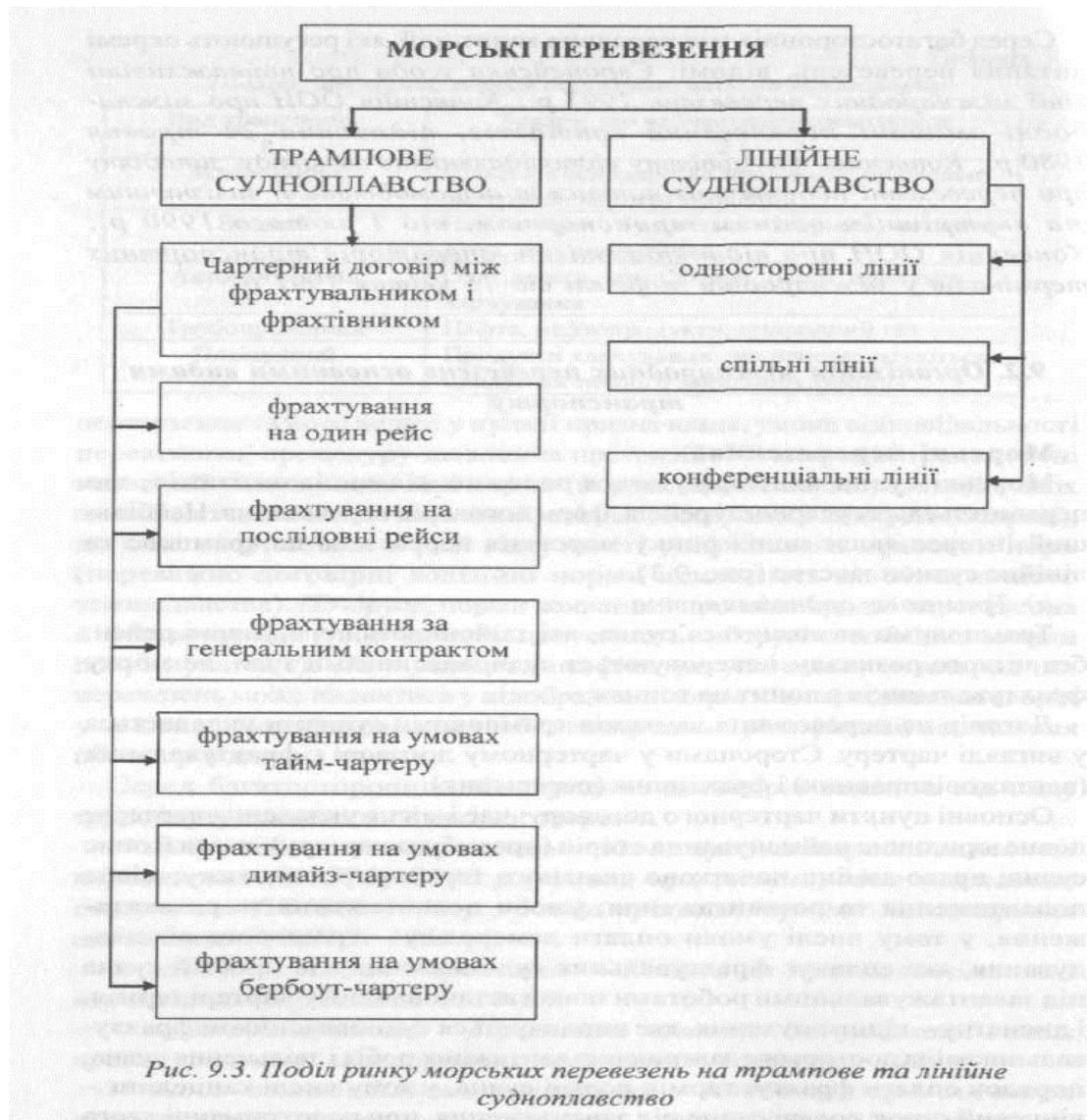
Вид транспорту	Швидкість	Надійність	Перевізна спроможність	Доступність	Вартість
Залізничний	3	3	4	4	4
Автомобільний	4	4	3	5	3
Водний	2	2	5	2	5
Трубопровідний	1	5	1	1	4
Повітряний	5	1	2	3	1

Найбільше переваг забезпечує автомобільний транспорт, чим і пояснюється зростання його частки в загальному обсязі перевезень.

4. Види міжнародних перевезень: морські, автомобільні, повітряні, залізничні.

Морські перевезення

Морські судна класифікуються залежно від видів вантажів, що перевозяться, регулярності рейсів, форм договорів перевезення. Найбільший інтерес являє поділ ринку морських перевезень на трампове та лінійне судноплавство (рис. 9.3).



а) Трампове судноплавство

Трамповими називаються судна, які здійснюють нерегулярні рейси, без чіткого розкладу, і скеровуються судновласниками туди, де з боку фрахтувальників є попит на тоннаж.

Договір на перевезення вантажів трамповими суднами укладається у вигляді чартеру. Сторонами у чартерному договорі є фрахтувальник (вантажовідправник) і фрахтівник (перевізник).

Основні пункти чартерного договору: час і місце укладання чартеру; повне юридичне найменування сторін (преамбула чартеру); назва й опис судна; право заміни початково вказаного терміну; рід вантажу; місце повантаження та розвантаження; умови повантаження та розвантаження, у тому числі умови оплати демереджу - грошового відшкодування, яке сплачує фрахтувальник судновласнику за простій судна під завантажувальними роботами понад встановлений у чартері термін, і диспатчу - відшкодування, яке виплачується судновласником фрахтувальникові за дострокове завершення вантажних робіт і звільнення судна; порядок оплати фрахту; термін подачі судна, у тому числі канцелинг - кінцевий строк

подачі судна під завантаження, при недотриманні якого фрахтувальник має право розірвати чартер, та ін.

У торговому мореплаванні застосовують такі **види фрахтування** судна:

- фрахтування на один рейс, за яким судновласник одним рейсом перевозить вантаж з одного чи кількох портів відправлення в один чи кілька портів призначення;
- фрахтування на послідовні рейси використовується під час перевезень великої кількості однорідного вантажу в одному і тому ж напрямі кількома послідовними рейсами;
- фрахтування за генеральним контрактом, за яким судновласник зобов'язується протягом конкретного періоду часу перевезти певну кількість товару;
- фрахтування на умовах тайм-чартеру - це договір про оренду судна, коли все судно чи його частина надаються на конкретний час у розпорядження фрахтувальника для перевезення вантажів у будь-яких напрямках. Судновласник зобов'язаний тільки утримувати судно у справному стані й оплачувати утримання екіпажу. Фрахтувальник бере на себе всі інші витрати (паливо, портові збори) - і сплачує орендну плату судновласнику;
- фрахтування на умовах димайз-чартеру - це договір про оренду судна, коли судновласник передає його фрахтувальнику на визначений термін разом з командою, члени якої стають службовцями наймача, котрий бере на себе усі витрати на судно, у тому числі зарплату екіпажу й орендну плату судновласнику;
- фрахтування на умовах бербоут-чартеру - це наймання судна без екіпажу; фрахтувальник несе усі витрати щодо його використання і виплачує орендну плату судновласнику. Цей вид фрахтування застосовується під час придбання суден у розстрочку.

б) Лінійне судноплавство - форма транспортних послуг, яка забезпечує регулярні перевезення між встановленими портами генеральних вантажів за заздалегідь оголошеним розкладом.

Розрізняють три **типи ліній**:

- > *односторонні, які обслуговуються одним судновласником;*
- > *спільні, які обслуговуються кількома транспортними компаніями на основі угод між ними чи міжурядових угод;*
- > *конференціальні, організовані для перевезення вантажів на океанських напрямках на основі угод конференцій судновласницьких компаній.*

У 1974 р. в межах ООН був розроблений *Кодекс поведінки лінійних конференцій*. Згідно з Кодексом, конференцією визнається група, що складається з двох і більше перевізників, які надають послуги щодо міжнародних лінійних перевезень вантажів на

певному напрямі і мають домовленість про єдині тарифні ставки (які встановлюються за одиницю маси чи об'єму вантажу), права та обов'язки членів конференції й інші умови.

До переваг лінійного судноплавства належать: регулярність, дотримання строків розкладу, відносно стабільні ціни, експлуатація спеціалізованого тоннажу, наявність широкої мережі агентів. Однак це потребує значних витрат і тому тарифи лінійних перевізників вищі, ніж фрахтові ставки при трампових перевезеннях.

Документ, який видає судновласник вантажовідправнику на підтвердження прийняття вантажу до перевезення морським шляхом, називається *коносамент*. Коносамент, в якому вказане право власності на товар, називається оригінальним коносаментом. Коносамент виконує три основні функції: засвідчує прийняття судновласником (перевізником) вантажу до перевезення; є товаророзпорядчим документом; свідчить про укладення договору перевезення вантажу морським шляхом, згідно з яким перевізник зобов'язується доставити вантаж проти подання документа.

У коносаменті містяться відомості про назву судна, його власника, тоннаж судна, найменування портів навантаження та розвантаження, суму фрахту з вказівкою, де проводиться оплата фрахту - у порту навантаження чи в порту призначення, число виданих екземплярів коносаменту. Повний комплект коносаментів складають три копії і три оригінали. Один оригінал пред'являють до оплати у банк, інші видаються перевізнику, відправникові й одержувачу, так само як і копії, що відсилаються в порт відправлення, порт призначення і на митницю.

Загалом до особливостей перевезень морським транспортом належать:

- *відносно низька собівартість перевезень;*
- *мобільність (є можливість легко перейти з одного маршруту до іншого);*
- *практично необмежена пропускна спроможність морських шляхів;*
- *велика вантажопідйомність;*
- *незначні витрати палива;*
- *відсутність габаритних обмежень;*
- *висока продуктивність праці.*

Залізничні перевезення.

Оскільки у світі існує кілька систем залізничного сполучення, які відрізняються між собою шириною колії, габаритами локомотивів і вагонів, умовами перевезень і т. д., то регулювання міжнародних залізничних перевезень здійснюється кількома незалежними одна від одної міжнародними конвенціями, кожна з яких застосовується конкретно до якоїсь із

систем і регламентує форму залізничної накладної. Окрім накладної, з вантажем слідують відповідні товаросупроводжувальні товаророзпорядчі документи.

Європейські країни керуються *Конвенцією про міжнародні залізничні перевезення (КОТІФ)*, яка набула чинності 1 травня 1985 р. (Україна не бере в ній участі). За правилами КОТІФ, загальні строки доставки вантажів складають для вантажів великої швидкості 400 км, а для вантажів малої швидкості - 300 км на добу. Передбачено також, що спричинені простроченням у доставці збитки відшкодовуються вантажовласникові у межах трикратних провізних платежів.

До переваг залізничного транспорту належать:

- > висока ефективність при перевезеннях на відстань більше ніж: 200 км;
- > відносна дешевизна та незначне забруднення навколишнього середовища;
- > спроможність перевезення широкої номенклатури різних вантажів;
- > незалежність від кліматичних умов;
- > можливість доставки вантажів до підприємства з використанням під'їзних шляхів.

Автомобільні перевезення.

Зміст відомостей, що подаються в *автотранспортній накладній*, визначається *Конвенцією про договір міжнародного перевезення вантажів автомобільним транспортом (КДПВ)*. Автомобільні тарифи встановлюються у розрахунку за перевезення однієї тонни вантажу залежно від відстані і можуть передбачати певні надбавки, знижки та штрафи із встановленої суми.

Окрім автотранспортної накладної, з вантажем слідують товаророзпорядчі документи: пакувальні аркуші, відвантажувальні специфікації, сертифікати якості та інші документи, потрібні для ввезення товару у країну покупця та перетинання транзитних країн.

Міжнародні автомобільні перевезення характеризуються такими рисами:

- > можливість забезпечити швидку та в повній цілості доставку вантажів у пункти призначення;
- > доставка вантажів до отримувача може здійснюватися без перевантаження;
- > велика мобільність перевезень;
- > висока ефективність при перевезеннях вантажів на невелику відстань (до 200 км);
- > ритмічність перевезення вантажів.

Водночас слід зважати на такі недоліки автомобільних перевезень: залежність від дорожньої мережі; складність управління вантажем, який знаходиться дуже далеко від керуючого.

Повітряні перевезення.

Основним документом в авіаперевезеннях є *авіанакладна*, яка виконує функції договору повітряного перевезення, товаророзпорядчого документа, розписки аерофлоту про прийом вантажу до перевезення, митної декларації. Авіанакладна заповнюється відправником під час здавання вантажу і вручається одержувачу. Вона складається з трьох оригіналів і дев'яти копій. Перший екземпляр оригіналу з поміткою "для перевезення" підписується відправником і вручається перевізникові. Другий екземпляр з поміткою "для одержувача" підписується відправником і перевізником і вручається одержувачу. Третій оригінал з поміткою "для відправника" підписується перевізником і повертається відправникові. Копії вручаються відправнику, одержувачу, перевізнику, в аеропорти відправлення та призначення і на митницю. Авіанакладна не є обіговим документом, її не можна індосувати (передати іншій особі за допомогою передавального підпису), вона не може бути документом, що засвідчує право власності на вантаж як такий. Вантаж віддається у розпорядження названого вантажоодержувача після пред'явлення ним документів, що засвідчують його особу, підписаної квитанції та сплати необхідних зборів.

Коли повітряним шляхом відправляються вантажі різних відправників, то головний вантажовідправник виписує своєму агенту у кінцевому пункті прибуття не звичайну накладну, а зведену - із вказівкою на кожен окрему партію товару. Після прибуття вантажу агент передає його окремими партіями у розпорядження вантажоодержувачів, вказаних у зведеній авіанакладній.

Плата за авіафрахт звичайно нараховується за масою в кілограмах. Коли співвідношення маси й об'єму вантажу перевищує 6 (для Великої Британії - 5), тоді плата стягується з огляду на об'єм вантажу. Окрім авіанакладної, з товаром слідують необхідні товаророзпорядчі документи.

Авіаперевезення характеризуються такими рисами:

- *забезпечення високої швидкості доставки та збереження вантажу в дорозі;*
- *скорочення шляху;*
- *можливість перевезення вантажу у важкодоступні райони.*

Водночас слід зважати на такі недоліки цього виду транспорту, як високі витрати на доставку, а також необхідність узгодження маршрутів міжнародних перевезень авіакомпаніями різних країн.

Організація та функціонування підприємств з іноземним капіталом

1. Сутність спільних підприємств. Статутний фонд спільного підприємства та особливості його формування.
2. Умови та порядок створення підприємств за участю іноземних інвесторів в Україні. Організаційні аспекти діяльності спільних підприємств.
3. Фінансові аспекти функціонування підприємств з іноземним капіталом.

1. Сутність спільних підприємств. Статутний фонд спільного підприємства та особливості його формування

Спільні підприємства (СП) – це підприємства, які базуються на спільному капіталі суб'єктів господарської діяльності України та іноземних суб'єктів господарської діяльності, на спільному управлінні та на спільному розподілі результатів та ризиків.

Основна відмінність СП від інших форм здійснення зовнішньоекономічної діяльності - наявність тісної і глибокої взаємодії партнерів у всіх або окремих ланках господарського циклу у формі спільного володіння, використання і розпорядження виділеними ними спеціально для цих цілей ресурсами. Така взаємодія поширюється, з одного боку, на усі фази виробничого циклу "*наука – техніка - виробництво - збут*", з іншого - охоплює найбільш широкий спектр методів маркетингу: від розробки самої концепції господарсько-виробничої діяльності, окремих товарно-номенклатурних груп і навіть одиниць до практичної реалізації задумів аж до стадії продажу товарів (послуг) і післяпродажного обслуговування.

У міжнародній практиці СП у найбільш загальному розумінні визначається як узгоджена діяльність двох або більше осіб, спрямована на досягнення будь-якої спільної мети. Таке підприємство базується на договорі, яким визначаються права і обов'язки партнерів один перед одним і перед третіми особами. кінцевий продукт, створений спільними зусиллями партнерів, є їх спільною власністю, і сам цей продукт або доходи від його продажу розподіляються між партнерами відповідно до їхнього внеску або за іншим узгодженим критерієм. Як правило, ця ознака - спільна власність на кінцевий продукт - відіграє вирішальну роль у відокремленні власне СП від інших видів спільної діяльності.

Слід зазначити, що найчастіше організація СП передбачає реєстрацію на території країни однієї з материнських компаній нової юридичної особи, що відзначається наявністю одночасно вітчизняних та іноземних інвестицій. У ряді країн діють закони, що регламентують діяльність не СП, а підприємств з іноземними інвестиціями (тобто спільне підприємство як юридична форма підприємства не існує у законодавчому просторі цих країн). Отже, складається певна база для неправомірного ототожнення згадуваних понять. Але термін "підприємство з іноземними інвестиціями" має ширше тлумачення, оскільки стосується й підприємств зі 100%-м іноземним капіталом, філіалів іноземних юридичних

осіб (у тому числі дочірніх та асоційованих компаній, відділень транснаціональних корпорацій). Вирішальним критерієм у даному випадку виступає розмір частки іноземного капіталу у статутному фонді, що, у свою чергу, суттєво впливає на такі важливі питання, як характер участі в управлінні, розподіл та використання прибутку тощо. Тому допустимим є лише умовне ототожнення понять: спільне підприємство за своєю суттю є підприємством з іноземними інвестиціями, але останнє не є обов'язково СП (рис. 14.1).



Рис. 14.1. Взаємозв'язок категорій “підприємство з іноземними інвестиціями”, “транснаціональна корпорація” і “спільне підприємство”

Відповідно до ЗУ «Про режим іноземного інвестування», **підприємство з іноземними інвестиціями** – це підприємство будь-якої організаційно-правової форми, створене відповідно до законодавства України, іноземна інвестиція в статутному фонді якого становить не менше ніж 10%. Підприємству надається статус підприємства з іноземними інвестиціями з дня зарахування іноземної інвестиції на його баланс.

У західній літературі стосовно спільних підприємств вживають, як правило, два терміни: «*joint ventures*» та «*mixed companies*». *Joint ventures* являють собою більш широке поняття, ніж традиційні СП, і об'єднують різні види спільної діяльності, зокрема, міжфірмові контрактні зв'язки. Подібні “СП” можуть створюватися як “на одну операцію”, так і на невизначений або на фіксований період часу і об'єднувати двох або більше партнерів чи навіть цілу галузь. Економічна сутність терміна “*mixed companies*” (вітчизняний аналог – “змішане товариство”) передбачає спільне володіння капіталом, спільне управління і спільний розподіл прибутків, ризиків та збитків. Загалом наявність спільного майна у СП суттєво відрізняє їх від інших форм міжнародного господарського співробітництва, а участь

іноземного партнера - від змішаних підприємств, створених за участю лише вітчизняних підприємств. Під "змішаним" слід розуміти вітчизняне підприємство, утворене двома або кількома господарючими суб'єктами однієї країни; водночас спільні підприємства - це господарючі одиниці, створені власниками з різних країн.

Щодо правового статусу СП, слід зазначити, що спільні підприємства виступають одночасно як форма використання іноземного капіталу і різновид організації та здійснення конкретної господарської діяльності, де відбувається безпосереднє зіткнення інтересів учасників. Принципова відмінність СП від інших форм міжнародного співробітництва полягає у тому, що взаємодія партнерів знаходить відображення у **єдиній правовій формі**. Це, у свою чергу, має велике значення з точки зору правового регулювання. Обрання СП як форми співробітництва свідчить і про вибір відповідного правового регулювання, а саме **права країни-реципієнта капіталу**. В Україні порядок створення та функціонування СП (як підприємств з іноземними інвестиціями) регламентується Законом України *"Про режим іноземного інвестування"*.

Спільне підприємство як форма здійснення зовнішньоекономічної діяльності має переваги і недоліки як для безпосередніх засновників підприємства, так і для країн-учасниць. **Для країн базування** вирішальним макроекономічним чинником експортної орієнтації підприємницького капіталу є насамперед оптимізація балансу імпорту й експорту інвестиційних ресурсів, зміцнення позицій держави на міжнародних ринках. Найбільш суттєвим недоліком є те, що країна базування не може безпосередньо впливати на функціонування СП, яке виступає юридичною особою приймаючої держави і діє згідно із законами останньої. Крім того, неконтрольоване утворення великої кількості СП за кордоном може спричинити значний відплив ресурсів, які потенційно могли бути залучені в межах національної економіки.

Для приймаючої країни переваги СП полягають в наступному:

- 1) *створення СП сприяє формуванню ринкової інфраструктури;*
- 2) *імпорт підприємницьких капіталів веде до збільшення виробничих потужностей та ресурсів, сприяє поширенню передової технології і управлінського досвіду, підвищенню кваліфікації кадрів;*
- 3) *СП сприяють розвитку національної науково-дослідної бази;*
- 4) *СП стимулюють конкуренцію;*
- 5) *збільшуються надходження до державного та місцевих бюджетів;*
- 6) *досягається економія валюти;*
- 7) *створення СП сприяє розв'язанню соціальних проблем (наприклад, пов'язаних з безробіттям).*

Водночас СП мають і **недоліки для приймаючої країни**:

- 1) у довгостроковому контексті вплив ресурсів через репатріацію прибутку перевищує величину первинних внесків, що у певній мірі нівелює принцип економії валюти;*
- 2) можливі зіткнення національних інтересів та мотивів іноземних інвесторів;*
- 3) на практиці приймаюча країна майже не бере участі у створенні технології, а лише отримує її кінцевий продукт;*
- 4) СП можуть виступати стримуючим фактором стосовно розвитку національного підприємництва, поглинаючи фінансові нагромадження;*
- 5) створення СП може викликати диспропорції у розвитку народного господарства, акумулюючи валютні кошти та передову технологію у галузях, найбільш привабливих для іноземних інвесторів;*
- 6) наслідками нерегульованого розвитку СП можуть стати стрімке асиметричне соціальне розширення і навіть суспільна криза.*

На рис. 14.3 подано систему головних та другорядних ознак, які відрізняють СП від інших форм підприємницької діяльності. В цілому специфіка СП насамперед визначається формуванням спільних: інтересів, власності, діяльності, управління та відповідальності учасників за результати роботи підприємства.

Статутний фонд СП – це сукупність внесків засновників, які надаються в повне господарське відання (володіння, користування, розпорядження) підприємству, яке вони створюють. Обов'язковість створення Статутного фонду СП передбачена законодавством України, при цьому частка іноземного інвестора має становити не менше 10%.

Іноземний інвестор може робити внесок до статутного фонду у вигляді:

- Іноземної валюти, що визнається конвертованою НБУ;
- Валюти України при реінвестиціях в об'єкт первинного інвестування;
- Рухомого і нерухомого майна і пов'язаних з ними майнових прав;
- Цінних паперів, виражених у конвертованій валюті;
- Прав інтелектуальної власності;
- Прав на здійснення господарської діяльності;
- Інших цінностей (підготувати із закону «Про режим іноземного інвестування»).

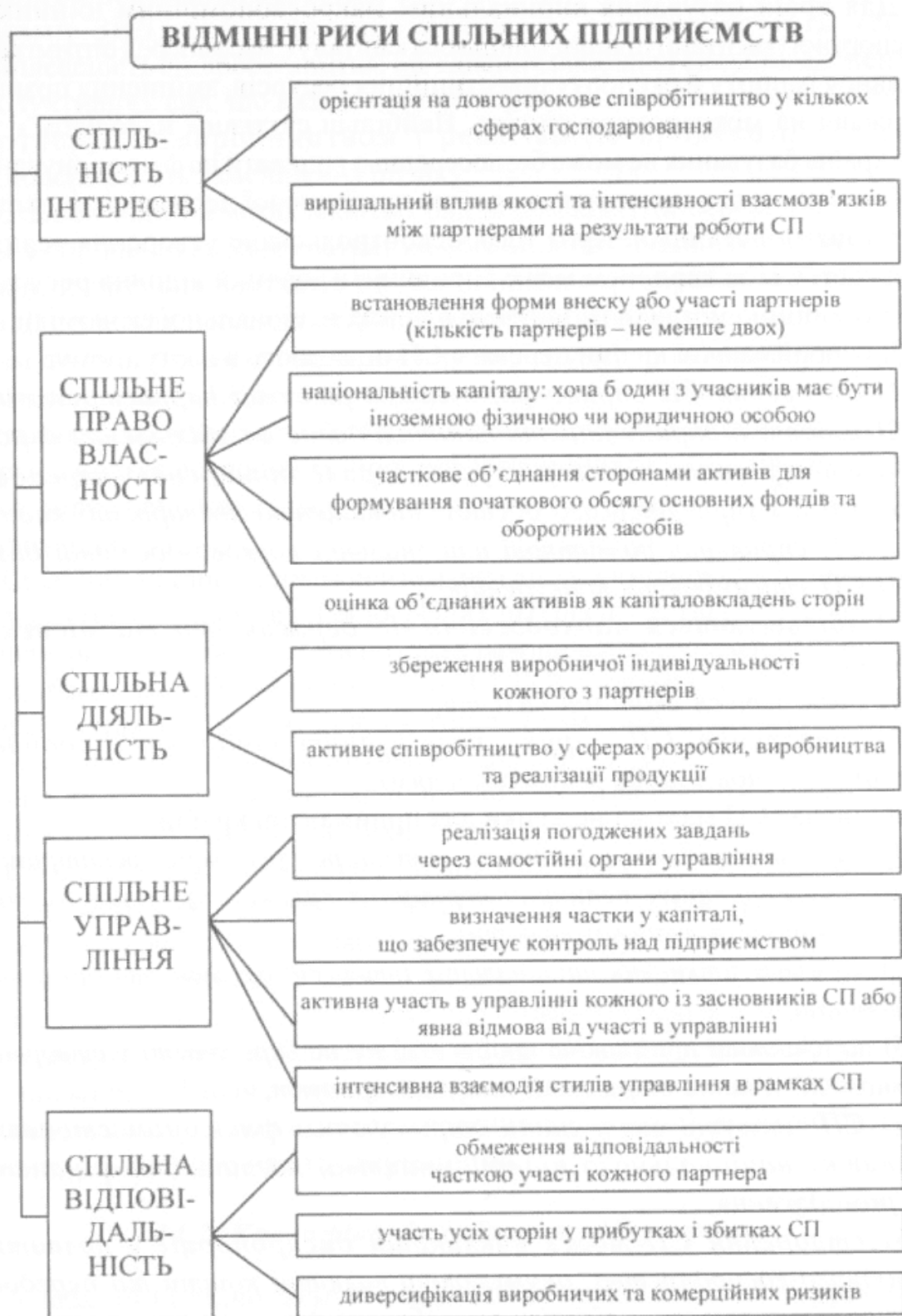


Рис. 14.3. Специфічні ознаки створення та функціонування СП

2. Умови та порядок створення підприємств за участю іноземних інвесторів в Україні. Організаційні аспекти діяльності спільних підприємств

Основною передумовою для успішного створення СП є чітке *визначення сторонами власної стратегічної цільової установки* (табл. 14.3). Загалом виділяють три основні категорії мотивів спільного підприємництва:

- > *придбання необхідних виробничих ресурсів;*
- > *ринкові мотиви;*
- > *розподіл ризику.*

Таблиця 14.3 Стратегія і мотиви створення спільних підприємств

Стратегія	Мотиви
1	2
Підвищення ефективності виробництва	• скорочення обсягу затрат капіталу при створенні нових потужностей і виробництв; • підвищення ефективності діючого виробництва, маркетингу і збуту продукції; • доступ до більш дешевих факторів виробництва; • підвищення рентабельності за рахунок економного використання ресурсів в результаті застосування нової технології та організації праці; • спрощення обміну ліцензіями, ноу-хау.
Розширення операцій	• проникнення на новий споживчий ринок; • входження до нової сфери діяльності; • придбання нової виробничої бази, каналів збуту; • розширення і диверсифікація виробництва шляхом випуску нових товарів, виходу в інші сектори економіки.
Зменшення ризику	• отримання необхідної інформації і додаткових інвестицій; • розширення можливостей реалізації товарів, послуг за рахунок виходу на новий ринок; • застосування вже випробуваних методів виробництва, управління реалізацією.
Розвиток за рахунок залучення інвестицій, технологій і кваліфікації	• отримання додаткових грошових коштів, капіталу; • отримання нової технології, ноу-хау; • набуття управлінського досвіду; • розширення експорту; • заміщення імпорту; • залучення і підготовка кваліфікованих кадрів.

Відповідно до чинного законодавства України СП може бути створене:

1. через його заснування;
2. у результаті придбання іноземним інвестором частки участі (паю акцій) у діючому підприємстві без іноземної інвестиції;
3. у результаті придбання ю.о. чи ф.о. України частки участі у підприємстві зі 100% іноземною інвестицією.

Основні *етапи створення підприємства з іноземними інвестиціями* на території України (СП):

1) Розроблення пропозицій українського партнера з питань створення СП, попередня оцінка ринку та можливостей збуту – вивчення потенційних цільових ринків,

формування концепції діяльності підприємства, визначення його стратегічних завдань, оцінка технологічних та фінансових можливостей майбутнього проекту;

2) **пошук і вибір партнера по майбутній угоді** відповідно до технологічної взаємодоповнюваності партнерів, місця розташування підприємств партнерів, збігу їхніх уявлень про цілі і завдання підприємницької діяльності, системи комерційних цінностей, етику та норми поведінки, про способи управління, характер розподілу повноважень та відповідальності сторін (як правило, партнерами по СП стають ті підприємства, між якими вже сформовані певні ділові контакти). Пошук партнера може здійснюватись за допомогою спеціальної служби Торгово-промислової палати України, консультаційно-посередницьких фірм, зовнішньоторговельних об'єднань. Фірма, що розглядається як потенційний партнер, повинна *оцінюватись* виходячи з таких показників її діяльності: > *техніко-технологічні*; > *економічні*; > *науково-технічні*; > *організаційні*; > *правові*; > *інші* (наприклад, основні конкуренти фірми у країні і за кордоном; ділові зв'язки фірми; питома вага продукції фірми у галузі, країні і на світовому ринку; репутація фірми і популярність її торгової марки; якість технічного обслуговування обладнання, що поставляється фірмою, тощо). Після вибору 3-4 підприємств, що найбільше відповідають бажаним критеріям, українське підприємство направляє їм офіційні запити, де вказують загальні вимоги до створюваного СП;

3) **підписання протоколу про наміри**, що фіксує збіг інтересів та офіційно закріплює наміри партнерів створити СП; у цьому документі фіксуються ключові позиції сторін, а сам він становить основу майбутньої угоди про створення СП й попередньо визначає розмір та структуру статутного капіталу, умови розподілу прибутків і доходів, керівництва, умови передавання технологій, організаційну форму підприємства та систему управління ним тощо.

4) розроблення **бізнес-плану** та подальше **техніко-економічне обґрунтування** створення СП, що уточнюють цілі партнерів, деталізують ключові параметри майбутнього підприємства – обсяги необхідних інвестицій і виробничих потужностей, обсяги продажу майбутнього СП і т.д. (зі структури БП інвестиційного проекту);

5) **підготовка установчих документів**;

6) **державна реєстрація СП**. Розмір збору за державну реєстрацію підприємств з іноземними інвестиціями складає від 4 до 10 неоподатковуваних мінімумів, залежно від сфери підприємницької діяльності.

Успішне проходження сторонами всіх підготовчих етапів створення СП має результатом власне підписання договору та всіх необхідних статутних документів (установчого договору, статуту, техніко-економічного обґрунтування). Основні позиції тексту **договору про СП**:

- визначення мети і предмету договору, обсягів угоди й поставок виготовленої продукції;

- уточнення характеру та розподілу власності, прав голосу, розподілу позицій у керівництві, прав та обов'язків сторін, розподілу прибутку й методів платежів;
- визначення мінімальних виробничих показників і необхідних технічних параметрів;
- визначення характеру збуту й частки експорту;
- характер урегулювання суперечок, конфліктів та вибір арбітражу, умов ліквідації підприємства.

2. Фінансові аспекти функціонування підприємств з іноземним капіталом.

Специфіка спільного підприємництва пов'язана з характером і особливостями розподільчих відносин, що виникають у цій сфері. Об'єктом розподілу у рамках СП виступає **виручка від реалізації** продукції або послуг.

Джерелами фінансування спільного підприємства виступають грошові внески до статутного фонду, амортизаційні відрахування, резервний та інші фонди СП, а також кредити, залучені для формування основного капіталу та оборотних коштів.

З основного й оборотного капіталу складається статутний фонд у вартісному виразі. Ця сума складається з внесків партнерів та довгострокових кредитів, отриманих СП у вітчизняних та зарубіжних банках. Слід зазначити, що внесками до статутного фонду можуть виступати грошові кошти, будівлі, споруди, технологічне устаткування, транспортні засоби та інші матеріальні цінності. До статутного фонду можуть бути внесені права користування землею, водою та іншими природними ресурсами (а також витрати на відшкодування збитків у разі неналежного використання природних ресурсів або на усунення можливості таких збитків). Особливе значення для діяльності СП мають внески до статутного фонду немайнових прав, таких як право на використання сучасних технологій і ноу-хау.

Прибуток СП розподіляється згідно з чинним законодавством і статутом підприємства. Він спрямовується як на сплату податків, так і на виплату відсотків за довгостроковим кредитом, доходів засновникам, власникам цінних паперів, формування фондів і резервів, дивідендів за акціями.

При обліку використання прибутку СП проявляється така специфіка:

1. Прибуток розподіляється між учасниками або пропорційно їх внескам до статутного фонду, або в іншій пропорції, зафіксованій установчими документами. Однак при ліквідації СП майно розподіляється лише пропорційно внескам учасників до статутного фонду.

2. Іноземним інвесторам законодавчо гарантується компенсація і відшкодування збитків, включаючи упущену вигоду і моральну шкоду, завдану їм внаслідок дій,

бездіяльності або неналежного виконання державними органами чи їх посадовими особами передбачених законодавством обов'язків щодо СП.

3. Після фактичної виплати доходу нерезиденту з нього стягується 15%-ий податок на репатріацію, що певною мірою стимулює реінвестування.

Склад і порядок формування та використання фондів спільних підприємств визначаються чинним законодавством і статутом підприємства.

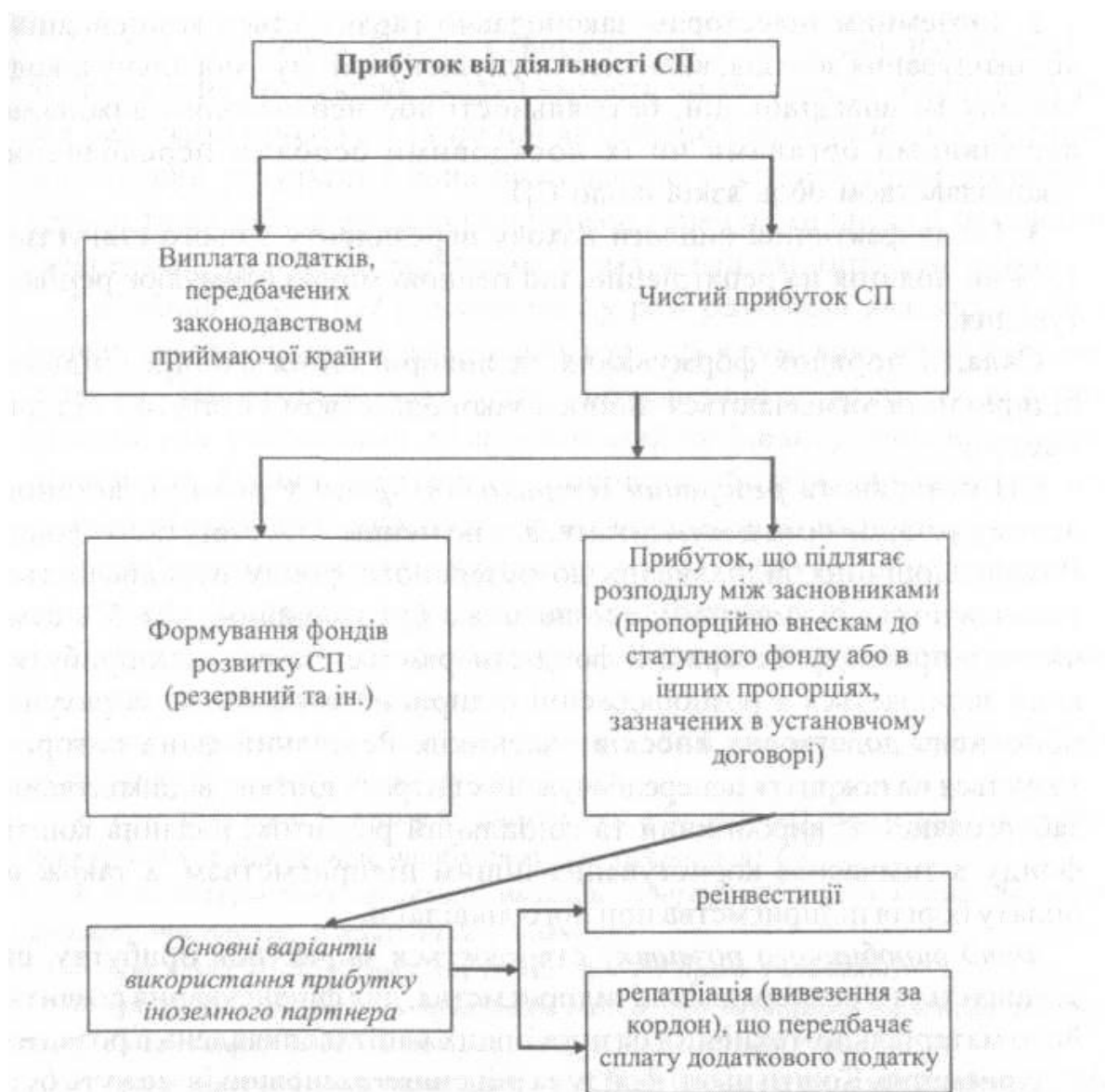


Рис. 14.5. Схема розподілу прибутку, одержаного від функціонування спільного підприємства

СП створюють *резервний (страховий) фонд* у розмірі, встановленому установчими документами, але не більше 25% статутного фонду. Резервний фонд використовується на покриття непередбачуваних витрат і збитків; відшкодування заборгованості; виробничий та соціальний розвиток; надання коштів фонду в тимчасове користування іншим підприємствам, а також на оплату боргів підприємства при його ліквідації. *Фонд виробничого розвитку* створюється для фінансування розвитку його матеріально-технічної бази та інших

капіталовкладень в розвиток підприємства. *Фонд матеріального заохочення* використовується для преміювання працівників СП за встановленою на підприємстві системою. *Фонд соціального розвитку* створюється за рахунок відрахувань від чистого прибутку. Кошти цього фонду спрямовуються на соціальний розвиток колективу, включаючи житлове будівництво, культурно-масові заходи тощо. *Фонд основних засобів* створюється за рахунок коштів фондів, використаних на фінансування основних засобів.

Однією з умов успішної роботи СП є те, що вони повинні дотримуватись *принципу валютної самоокупності*, тобто забезпечувати покриття валютних витрат за рахунок власних валютних надходжень. Принциповою для СП є необхідність зарубіжного продажу для валютного забезпечення принаймні трьох основних операцій: закупівель імпоротної сировини, напівфабрикатів, обладнання і технології; погашення валютних кредитів; переказу прибутків іноземного партнера.

Основними **способами подолання валютного дефіциту** СП виступають:

- 1) імпортозаміщення: спільним підприємствам може бути надано право продавати на внутрішньому ринку деякі види продукції з оплатою твердою валютою з державних централізованих валютних фондів;
- 2) реінвестиції у місцевій валюті: іноземним інвесторам дозволяється вкладати прибуток у національній валюті у місцеві підприємства, які мають можливість заробляти валюту; в результаті інвестор матиме право розпоряджатися частиною отриманої валютної виручки;
- 3) експорт внутрішньої продукції: з метою надання допомоги СП влада може дозволити їм купувати за національну валюту місцеву продукцію і перепродавати її на зовнішньому ринку (фірма має право експортувати таким чином продукцію лише на ту суму, яка необхідна їй для покриття валютного дефіциту);

4) прямий продаж продукції національним підприємствам за валюту: нагадує операції з імпортозаміщення з тією різницею, що СП отримують валюту за продукцію не з державних валютних фондів, а безпосередньо від підприємств.

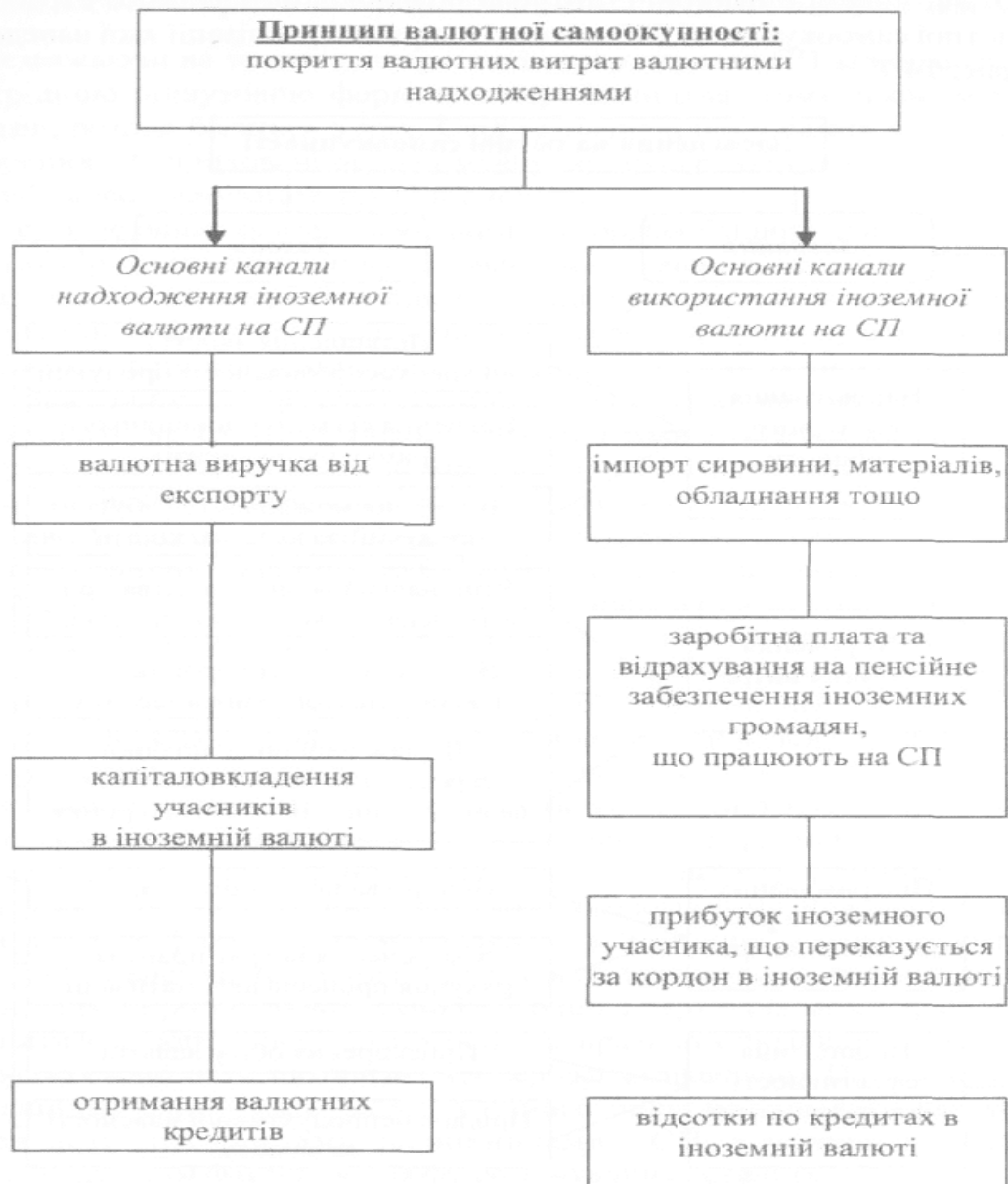


Рис. 14.6. Принцип валютної самоокупності спільного підприємства

Тема 15

ВАЛЮТНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

«Ціна монети – це пульс держави і досить надійний спосіб дізнатись про її силу».

Вольтер

1. Сутність та механізм валютного регулювання.
2. Інструменти валютного регулювання.
3. Державна політика в Україні щодо валютного регулювання.
4. Система валютного контролю в Україні.

1. Сутність та механізм валютного регулювання.

Валютне регулювання посідає важливе місце в системі економічних відносин: впливаючи на загальний стан економіки країни, валютне регулювання, в свою чергу, значною мірою визначається ним та залежить від ролі держави у міжнародних відносинах.

Під **валютним регулюванням** розуміється діяльність держави, що спрямована на регламентацію міжнародних розрахунків і на порядок здійснення угод з валютними цінностями. За допомогою валютного регулювання визначається порядок організації валютних відносин і контролюється здійснення валютних операцій, надання іноземним юридичним і фізичним особам кредитів та позик, встановлюється порядок ввезення, вивозу та переказу валюти за кордон і тим самим підтримується рівновага платіжного балансу та стабільність національної валюти.

Механізм валютного регулювання має два **рівні**: *міждержавного* (у тому числі регіонального) і *національного*. Сучасний механізм валютного регулювання склався після впровадження на основі Ямайської угоди плаваючих валютних курсів і принципу поліцентризму в структурі побудови усієї валютної системи. Функції регулювання міжнародних валютних відносин покладені світовою спільнотою на *Міжнародний валютний фонд (МВФ)*, що керується у своїй діяльності статутом Фонду і спільно прийнятими країнами-учасниками постановами і домовленостями.

Механізм регулювання на національному рівні, його інституційні структури, принципи і нормативні параметри визначаються законодавчими актами кожної країни.

У квітні 1977 р. директорат МВФ у межах своїх повноважень щодо спостереження за політикою у сфері валютних курсів визначив три загальні **принципи**, якими повинні керуватися країни - учасниці Фонду.

По-перше, кожна країна - член Фонду повинна не допускати такої маніпуляції валютними курсами, що дала б їй змогу отримати несправедливі конкурентні переваги над іншими країнами.

По-друге, обов'язком кожної країни є здійснення валютного регулювання, спрямованого насамперед на відвернення руйнівних наслідків, викликаних короткостроковими коливаннями обмінних курсів.

По-третє, при проведенні політики регулювання валютного курсу повинні враховуватися інтереси інших членів Фонду, включаючи інтереси тих країн, у валютах яких здійснюється інтервенція.

Вступивши в члени МВФ, Україна одночасно ввійшла в структуру Світового банку, їй виділена квота в 10 678 акцій на загальну суму в 1,3 млрд. дол. Валютну готівку за членство України в банку в сумі 7,9 млн. дол. внесла Голландія, що є країною-опікуном України в названій банківській структурі. Вступ України до МВФ і Світового банку дає їй можливість одержувати достатньо вагомі кредити для структурної перебудови економіки, стабілізації власної валюти, відкриває шлях для залучення іноземних інвестицій.

Механізм валютного регулювання на національному рівні являє собою систему контролю за припливом і відпливом іноземної валюти в країну і з країни. З цією метою урядом приймаються постанови щодо валютного регулювання з різноманітними обмеженнями. Як правило, уряд приймає постанови, які: а) вимагають від окремих осіб або фірм, що одержують іноземну валюту, передати або продати її уряду; б) нормують запаси іноземної валюти. Підприємець, що бажає здійснити платежі за кордон в іноземній валюті, може потрапити під обмеження обсягу валюти, що не дозволить йому купити за рубежом стільки товарів, скільки він хотів би. Тому українська фірма, що бажає експортувати свої товари за кордон, повинна знати про всі чинні постанови з валютного регулювання в Україні та в інших країнах, оскільки вони можуть відбитися на її спроможності поставляти товари або одержувати платежі з цих країн.

2. Інструменти валютного регулювання.

У практиці валютного регулювання використовуються такі інструменти, як девальвація і ревальвація валюти, валютна інтервенція, корекція дисконтних ставок національного банку, валютні обмеження, засоби регулювання платіжного балансу країни, режим конвертування валют.

ДЕВАЛЬВАЦІЯ ВАЛЮТИ. Девальвація валюти передбачає цілеспрямовані дії відповідних інституційних структур, що мають на меті знизити обмінні курси валюти власної країни. Таке зниження використовується, з одного боку, для стимулювання споживчого попиту на внутрішньому ринку, з іншого боку - для підвищення конкурентоспроможності і поліпшення торговельних позицій країни на світовому ринку.

РЕВАЛЬВАЦІЯ ВАЛЮТИ. Ревальвація валюти має протилежний зміст. Вона пов'язана з відповідними діями, спрямованими на підвищення курсу національної валюти. У даному разі ставиться мета утримати на внутрішньому ринку споживчий попит і стимулювати товарний імпорт і приплив інвестицій.

ВАЛЮТНА ІНТЕРВЕНЦІЯ. Поряд із девальвацією і ревальвацією, що є досить жорсткими засобами державного втручання у сферу валютних відносин, широке застосування мають і інші інструменти валютної політики. Одним із найдієвіших є валютна інтервенція. Механізм валютної інтервенції, пов'язаний з операціями *купівлі та продажу власної валюти або конкурентної валюти своєї країни*. Такі операції впливають на співвідношення на валютному ринку попиту і пропозиції певної грошової одиниці і викликають кореляцію її обмінного курсу. Валютна інтервенція може здійснюватися:

- за рахунок використання власних резервів валюти;
- за допомогою своп-угоди (swap agreement) - договору з певною країною з приводу отримання кредиту у валюті цієї самої країни, необхідної для здійснення валютної інтервенції;
- за рахунок продажу цінних паперів, розміщених в іноземній валюті.

КОРЕКЦІЯ ОБЛІКОВИХ СТАВОК НАЦІОНАЛЬНОГО БАНКУ. Поряд із валютною інтервенцією досить поширеним засобом впливу на курсові співвідношення є відповідна корекція облікових ставок національного (центрального) банку, *підвищення* яких веде до *зростання* (завдяки підвищенню попиту) курсів валюти, а *скорочення* - до *зниження* цього курсу.

Механізм впливу облікової процентної ставки національного банку на курс валюти здійснюється через операції цього банку з комерційними банками й іншими кредитними інституціями з обліку короткострокових державних зобов'язань (насамперед казначейських векселів) і переобліку комерційних векселів. Оскільки показником прибутковості капіталу в різних країнах є облікові процентні ставки, й темпи інфляції у цих країнах неоднакові, то для коректного визначення дохідності обчислюються реальні процентні ставки з урахуванням "ефекту Фішера".

"Ефект Фішера" у такий спосіб пов'язує номінальні реальні процентні ставки (i), реальні процентні ставки (i реал.) та інфляцію ($л$):

$$(1 + i) = (1 + i \text{ реал.}) (1 + л).$$

Наприклад, у США номінальна процентна ставка становить 9,5%, інфляція - 4%, в Україні - відповідно 18,0 і 17,0%. З урахуванням "ефекту Фішера" реальні процентні ставки будуть дорівнювати: для США: $i \text{ реал.} = (1 + i)/(1 + л) - 1 = 1,095/1,04 - 1 = 5,288\%$, для України: $i \text{ реал.} = (1 + i)/(1 + л) - 1 = 2,8/2,7 - 1 = 3,703\%$.

Отже, за наявності твердої гарантії повернення капіталу і процента *вільні капітали* будуть вкладені в ту країну, де реальна процентна ставка вища, а значить, можна отримати вищий дохід. Відповідно привабливість і вартість даної валюти підвищується. Залежність валютного курсу від реальних процентних ставок пояснюється обсягами та ступенем свободи капіталів, а також надійністю нових активів порівняно зі старими і наявністю перспектив зміни процентних ставок за ними.

ВАЛЮТНІ ОБМЕЖЕННЯ. Розглянуті інструменти валютної політики є засобом економічного впливу держави на динаміку курсового співвідношення власної валюти. Поряд із цим у практиці валютних відносин широко застосовуються методи прямого втручання держав у механізм формування обмінних курсів. Йдеться про валютні обмеження, що являють собою систему нормативних правил, які регламентують права громадян і юридичних суб'єктів ринку щодо обміну валюти своєї країни на іноземну, а також здійснення інших валютних операцій. Валютні обмеження можуть застосовуватися при здійсненні контролю за рухом капіталу, блокуванні валютної виручки, регламентації вивозу валюти громадянами, що здійснюють туристичні поїздки, та ін.

МЕХАНІЗМ РЕГУЛЮВАННЯ ПЛАТІЖНОГО БАЛАНСУ. Засобом впливу на валютні курси слугують також складові механізму регулювання платіжного балансу країни: експортні субсидії, митні тарифи, податкові пільги, страхування від втрат, викликаних коливаннями валютних співвідношень, та ін.

КОНВЕРТОВАНІСТЬ ВАЛЮТ. У системі валютного регулювання особливе місце приділяється здійсненню широкого комплексу заходів для забезпечення конвертованості валют. Конвертованість характеризує здатність вільного обміну національної грошової одиниці на інші валюти. Вона передбачає можливість купівлі і продажу іноземної валюти за національну. Поняття конвертованості за своїм змістом виходить за межі власне валютних відносин. Це загальноекономічна категорія, яка охоплює коло проблем, що не зводяться тільки до операцій, пов'язаних з обміном валют. Конвертованість - невіддільний атрибут ринкової економіки. Без конвертованості неможлива свобода вибору, тобто те, без чого ринкові відносини втрачають свою сутність.

Теорією і практикою розрізняються повна і часткова, зовнішня і внутрішня конвертованість. При режимі *повної конвертованості* усі юридичні і фізичні вітчизняні і закордонні особи, що володіють певною сумою грошей даної країни, мають можливість вільно (без обмежень) використовувати ці гроші на будь-які цілі: вільно здійснювати як поточні, так і інвестиційні валютні операції за всіма видами операцій платіжного балансу. Нині існує обмежена кількість валют, що діють у режимі повної конвертованості. Таку свободу може собі дозволити лише конкурентоспроможна на світовому ринку економіка з

потужною експортною базою, розвиненими внутрішніми грошовими й інвестиційними ринками.

За *часткової конвертованості* на операції купівлі та продажу валют застосовуються певні обмеження. Відповідно до вимог МВФ ці обмеження не повинні стосуватися платежів за поточними міжнародними операціями. До таких операцій належать платежі за результатами зовнішньої торгівлі, короткострокові банківські операції, платежі, пов'язані з погашенням позичок і процентів, переведення прибутків з інвестицій, грошові перекази некомерційного характеру. У зв'язку з тим, що здійснення названих операцій є характерною ознакою конвертованості, їх обмеження відповідно до вимог Статуту МВФ не допускається.

При *зовнішній конвертованості* повна свобода валютних операцій для здійснення розрахунків із закордоном надається тільки іноземним (фізичним і юридичним) особам, що можуть вільно обмінювати зароблену в даній країні валюту на будь-яку іноземну, здійснювати перекази цієї валюти за кордон.

При *внутрішній конвертованості* правом обмінних операцій національних грошових одиниць на іноземну валюту користуються тільки фізичні і юридичні особи даної країни.

3. Державна політика в Україні щодо валютного регулювання.

Особливістю механізму нормативно-правового регулювання валютних відносин є їх особлива природа, яка визначається розробленою державою моделлю функціонування національного валютного ринку України, формами участі резидентів в іноземних та міжнародних валютних ринках. Валютні відносини в цілому регулюються за допомогою трьох засобів правового регулювання: припису, дозволу і заборони.

Правовий режим валютних відносин в Україні можна визначити як ***режим валютних обмежень***. Сутність такого режиму полягає в законодавчій або адміністративній забороні, лімітуванні або регламентуванні операцій з валютою або валютними цінностями. Введення валютних обмежень може диктуватися економічними або політичними причинами.

Валютні обмеження полягають у дорученні Національному банку керувати валютними операціями, їх ліцензуванні, можливості блокування валютних рахунків, вимозі обов'язкового продажу 50 % надходжень в іноземній валюті на валютному ринку України. Одним із важливих валютних обмежень є заборона обігу і використання іноземних валют як платіжного засобу.

Таким чином, законодавство України надає загальний дозвіл на ведення валютних операцій, але в суворо обмеженому порядку і при забороні здійснення певних дій. Згідно з цим вказаним загальним дозволом кожний конкретний суб'єкт має право бути власником валютних цінностей з усіма повноваженнями, що з цього випливають: володіння,

користування і розпорядження валютними цінностями. Але при загальному дозволі є певні обмеження:

1. Регулювання переказів та платежів за кордон, вивезення капіталу, репатріації прибутків, золота, грошових знаків та цінних паперів.
2. Обмеження вільної купівлі та продажу іноземної валюти та зобов'язання продавати частину іноземної валюти в обмін на національну валюту.
3. Здійснення валютних операцій у центральних або спеціально уповноважених банках.
4. Контроль за створенням та ліквідацією авуарів резидентів у країні (*авуари* — це кошти, що належать резидентам або нерезидентам і зберігаються на рахунках в іноземних банках).
5. Контроль за створенням та ліквідацією авуарів нерезидентів — учасників валютних операцій в країні.
6. Контроль за інвестуванням нерезидентів в економіку України та резидентів в економіку інших країн.
7. Здійснення декларування, попереднього дозволу, контролю або заборони у здійсненні окремих видів валютних операцій.

Основним документом нормативно-правової бази, що регулює валютні операції учасників ЗЕД, є *Декрет Кабінету Міністрів України "Про систему валютного регулювання і валютного контролю"* від 19 лютого 1993 р. Цей Декрет установлює режим здійснення валютних операцій на території України, визначає загальні принципи валютного регулювання, повноваження державних органів і функції банків та інших кредитно-фінансових установ України в регулюванні валютних операцій, права й обов'язки суб'єктів валютних відносин, порядок здійснення валютного контролю, відповідальність за порушення валютного законодавства. Декрет містить визначення основних термінів, які використовуються у сфері валютного регулювання. Так, поняття "*валютні цінності*" має такі значення:

— валюта України - грошові знаки у вигляді банкнотів, казначейських білетів, монет, в інших формах, що перебувають в обігу та є законним платіжним засобом на території України, а також вилучені з обігу або такі, що вилучаються з нього, але підлягають обмінові на грошові знаки, які перебувають в обігу, кошти на рахунках, у внесках в банківських та інших кредитно-фінансових установах на території України;

— платіжні документи та інші цінні папери (акції, облігації, купони до них, бони, векселі (тратти), боргові розписки, акредитиви, чеки, банківські накази, депозитні сертифікати, ощадні книжки, інші фінансові та банківські документи), виражені у валюті України;

— іноземна валюта - іноземні грошові знаки у вигляді банкнотів, казначейських білетів, монет, що перебувають в обігу та є законним платіжним засобом на території відповідної іноземної держави, а також вилучені з обігу або такі, що вилучаються з нього, але підлягають обмінові на грошові знаки, які перебувають в обігу, кошти у грошових одиницях іноземних держав і міжнародних розрахункових (клірингових) одиницях, що перебувають на рахунках або вносяться до банківських та інших кредитно-фінансових установ за межами України;

— платіжні документи та інші цінні папери (акції, облігації, купони до них, векселі (тратти), боргові розписки, акредитиви, чеки, банківські накази, депозитні сертифікати, інші фінансові та банківські документи), виражені в іноземній валюті або банківських металах;

— банківські метали - це золото, срібло, платина, метали платинової групи, доведені (афіновані) до найвищих проб відповідно до світових стандартів, у зливках і порошках, що мають сертифікат якості, а також монети, вироблені з дорогоцінних металів.

Слід зазначити, що під терміном **"валюта України"** розуміють як власне валюту України, так і платіжні документи та інші цінні папери, виражені у валюті України, а під терміном "іноземна валюта" — як власне іноземну валюту, так і банківські метали, платіжні документи та інші цінні папери, виражені в іноземній валюті або банківських металах.

Валюта України є єдиним законним засобом платежу на території України, який приймається без обмежень для оплати будь-яких вимог та зобов'язань. Порядок ввезення, переказування і пересилання з-за кордону, а також вивезення, переказування і пересилання за кордон резидентами і нерезидентами валюти України визначається НБУ. Суми у валюті України, що були вивезені, переказані, переслані на законних підставах за кордон, можуть бути вільно ввезені, переслані, переказані назад в Україну. Уповноважені банки зобов'язані купувати іноземну валюту на міжбанківському валютному ринку України за дорученням і за рахунок резидентів з метою забезпечення виконання зобов'язань резидентів. Національний банк України зобов'язаний проводити політику, спрямовану на підтримання валюти України, і з цією метою може виступати суб'єктом міжбанківського валютного ринку України.

Національний банк України видає індивідуальні та генеральні ліцензії на здійснення валютних операцій, які підпадають під режим ліцензування. *Генеральні ліцензії* видаються комерційним банкам та іншим кредитно-фінансовим установам України на здійснення валютних операцій, що не потребують індивідуальної ліцензії, на весь період дії режиму валютного регулювання. *Індивідуальні ліцензії* видаються резидентам і нерезидентам на здійснення разової валютної операції на період, необхідний для здійснення такої операції.

Торгівля іноземною валютою на території України здійснюється юридичними особами - резидентами і нерезидентами через уповноважені банки та інші кредитно-

фінансові установи, що одержали ліцензію на торгівлю іноземною валютою Національного банку України, виключно на міжбанківському валютному ринку України.

У розрахунках між резидентами і нерезидентами в межах торговельного обороту використовується як засіб платежу іноземна валюта. Такі розрахунки здійснюються лише через уповноважені банки. Здійснення розрахунків між резидентами і нерезидентами в межах торговельного обороту у валюті України допускається за умови одержання індивідуальної ліцензії Національного банку України.

Для валютних операцій використовуються валютні (обмінні) курси іноземних валют, виражені у валюті України, курси валютних цінностей в іноземних валютах, а також у розрахункових одиницях. Офіційний курс гривні до іноземних валют встановлюється Національним банком України відповідно до постанови НБУ від 06.03.2001 р. № 98. Офіційний курс встановлюється:

- щоденно — для вільно конвертованих валют;
- один раз на місяць — для інших іноземних валют;
- один раз на місяць повторно — для спеціальних прав запозичення.

Офіційний курс гривні до іноземних валют розраховується:

— до долара США — на підставі котирування валюти на міжбанківському валютному ринку, а також з урахуванням інформації про діючий офіційний курс Національного банку України та про проведені ним операції з купівлі-продажу іноземних валют;

— до інших вільно конвертованих валют, які широко використовуються для здійснення платежів за міжнародними операціями та продаються на головних валютних ринках світу, — на підставі інформації про щоденний фіксинг Європейського центрального банку поточних крос-курсів валют до євро та поточні крос-курси відповідних валют до долара США на міжнародних валютних ринках, у тому числі тих, що публікує газета "Financial Times";

— до вільно конвертованих валют, які обмежено використовуються для здійснення платежів за міжнародними операціями та не продаються на головних валютних ринках світу, а також до неконвертованих іноземних валют — на підставі інформації про крос-курси, розраховані відповідно до курсу гривні до долара США та курси національних валют до долара США, встановлені центральними (національними) банками держав СНД та Балтії; крос-курси, розраховані відповідно до курсу гривні до долара США, та поточні крос-курси відповідних валют до долара США на міжнародних валютних ринках, у тому числі тих, що публікує газета "Financial Times".

Розрахунок офіційного курсу гривні до іноземних валют здійснюється Департаментом валютного регулювання та затверджується Головою Національного банку України або його першим заступником. Національний банк у межах своїх повноважень щодо забезпечення

стабільності гривні може впливати на формування офіційного валютного курсу в результаті купівлі-продажу іноземної валюти на міжбанківському валютному ринку України.

Декрет визначає також повноваження державних органів і функції банківської системи у сфері валютного регулювання і валютного контролю.

Так, **Національний банк України:** а) здійснює валютну політику виходячи з принципів загальної економічної політики України; б) складає разом з КМУ платіжний баланс України; в) контролює дотримання затвердженого ВРУ ліміту зовнішнього державного боргу України; г) визначає ліміти заборгованості в іноземній валюті уповноважених банків нерезидентам; д) видає обов'язкові для виконання нормативні акти щодо здійснення операцій на валютному ринку України; е) нагромаджує, зберігає і використовує резерви валютних цінностей для здійснення державної валютної політики; ж) видає ліцензії на здійснення валютних операцій та приймає рішення про їх скасування; з) установлює способи визначення і використання валютних (обмінних) курсів іноземних валют, виражених у валюті України, курсів валютних цінностей, виражених у іноземній валюті або розрахункових одиницях; і) установлює за погодженням з Міністерством статистики України єдині форми обліку, звітності та документації про валютні операції, порядок контролю за їх достовірністю та своєчасним поданням; к) забезпечує публікацію банківських звітів про власні операції та операції уповноважених банків.

Кабінет Міністрів України: а) визначає і подає на затвердження до ВРУ ліміт зовнішнього державного боргу України; б) бере участь у складанні платіжного балансу України; в) забезпечує виконання бюджетної та податкової політики в частині, що стосується руху валютних цінностей; г) забезпечує формування і виступає розпорядником Державного валютного фонду України; д) визначає порядок використання надходжень у міжнародних розрахункових одиницях, які використовуються у торговельному обороті з іноземними державами, а також у неконвертованих іноземних валютах, які використовуються у неторговельному обороті з іноземними державами на підставі положень міжнародних договорів України.

4. Система валютного контролю в Україні

Валютні операції за участю резидентів і нерезидентів підлягають валютному контролю. Валютному контролю підлягають також зобов'язання щодо декларування валютних цінностей та іншого майна.

Валютний контроль – 1) державне регулювання обсягу готівки в іноземній валюті та її обмінного курсу щодо інших валют; 2) одна з функцій митниці щодо контролю за переміщенням валюти через кордон.

Органи, що здійснюють валютний контроль, мають право вимагати і одержувати від резидентів і нерезидентів повну інформацію про здійснення ними валютних операцій, стан банківських рахунків в іноземній валюті у межах своїх повноважень.

Національний банк України є головним органом валютного контролю, що здійснює контроль за виконанням правил регулювання валютних операцій на території України з усіх питань, не віднесених до компетенції інших державних органів, забезпечує виконання уповноваженими банками функцій щодо здійснення валютного контролю.

Уповноважені банки здійснюють контроль за валютними операціями, що проводяться резидентами і нерезидентами через ці банки. Державна податкова інспекція України здійснює фінансовий контроль за валютними операціями, що проводяться резидентами і нерезидентами на території України, а Державний митний комітет України здійснює контроль за додержанням правил переміщення валютних цінностей через митний кордон України.

Порядок здійснення розрахунків в іноземній валюті за господарськими операціями резидентів регулюється **Законом України "Про порядок здійснення розрахунків в іноземній валюті"**.(знайти самостійно). Згідно із цим Законом, виручка резидентів в іноземній валюті підлягає зарахуванню на їхні валютні рахунки в уповноважених банках у терміни сплати заборгованості, зазначені в контрактах, але не пізніше 90 календарних днів з моменту митного оформлення (оформлення ВМД) *експортованої продукції*, а в разі експорту робіт (послуг), прав інтелектуальної власності — з моменту підписання акта або іншого документа, який засвідчує виконання робіт (надання послуг), експорт прав інтелектуальної власності.

У разі здійснення резидентами *імпортних операцій* за зовнішньоекономічними договорами, що передбачають відстрочки постачання, імпорт має надійти в Україну в терміни, зазначені в договорі, але не пізніше 90 календарних днів з моменту здійснення авансового платежу або виставлення векселя на користь постачальника імпортованої продукції (робіт, послуг).

З метою запобігання відпливу капіталу та підвищення прозорості платежів за договорами, які передбачають *виконання робіт і надання послуг* нерезидентами, а також запобігання можливим діям щодо відмивання грошей та з метою захисту вітчизняних товаровиробників Правління Національного банку України прийняло постанову від 12.02.2003 р. № 58. **"Про здійснення переказування коштів у національній та іноземній валюті щодо оплати робіт та послуг нерезидентів"**.

АНАЛІЗ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

1. Сутність і види аналізу зовнішньоекономічної діяльності.
2. Аналіз ЗЕД країни, регіону, галузі.
3. Аналіз ЗЕД підприємства.

1. Сутність і види аналізу зовнішньоекономічної діяльності

Аналіз ЗЕД – це комплексне вивчення діяльності суб'єктів ЗЕД за певний період часу з метою підвищення її ефективності.

Види економічного аналізу класифікують за різними ознаками. За етапами управління:

Попередній аналіз – застосовується на першому етапі управління, коли розробляють саме рішення (наприклад, зовнішньоторговельний план). Його мета – підготовка даних для визначення перспектив розвитку економіки, складання проектів плану, розрахунку економічної ефективності операцій. Він є базою для розробки нормативів, лімітів, складання різних економічних та зовнішньоторгових прогнозів тощо.

Поточний (оперативний) аналіз – застосовується у період виконання рішення і спрямований на вивчення і контроль процесів, що відбуваються під час здійснення заходів і дій в ході експортно-імпортних операцій. Його мета – підготовка необхідних матеріалів для прийняття оперативних рішень у сфері управління ЗЕД.

Заключний (підсумковий аналіз) спрямований на підведення підсумків роботи, що є завершальним етапом управління. Його мета – оцінка результатів ЗЕД підприємства за певний період. Така оцінка зумовлює виявлення причин допущення помилок і втрат, пошук наявних резервів та розроблення заходів для подальшого покращення ЗЕД компанії, підприємства, держави.

За сферою охоплення:

При **комплексному аналізі** охоплюється вся взаємопов'язана сукупність показників структурної одиниці, які повністю або частково відображають ЗЕД у господарському, виробничо-комерційному, фінансовому плані.

Тематичний (локальний) аналіз – спрямований на вивчення окремих показників діяльності господарської одиниці, на дослідження відповідного кола функціональних питань у межах однієї структурної одиниці (валютно-фінансового відділу, бухгалтерії тощо). Тематичний аналіз застосовується за потреби вивчення особливо актуальних питань реалізації різних товарів на відповідному ринку або одного товару на різних ринках. Всі види економічного аналізу взаємопов'язані.

Аналіз оперує різними економічними показниками. *Кількісні* – відображають обсяги ЗЕ операцій, кількісні зміни у зовнішній торгівлі. *Якісні* – характеризують раціональність використання коштів, о зайняті в експортно-імпортних операціях, фінансовий стан підприємства (швидкість обороту оборотних засобів у ЗЕ операціях, їх ефективність, віддача інвестицій в основний капітал тощо).

2. Аналіз ЗЕД країни, регіону, галузі

Початковим етапом аналізу ЗЕД країни є визначення її місця у світовому господарстві (за географічним регіоном, за рівнем доходів на душу населення, рівнем заборгованості), аналіз розвитку її ЗЕД, структурних змін, інтенсивності ЗЕД та ефективності операцій із ЗЕ партнерами.

Таблиця 1

Групи країн *за рівнем доходів на душу населення*, дол. США (за методом Атлас Світового Банку), 2006р.

Групи країн	Значення показників
Країни з низьким рівнем доходу	Менше 735
З рівнем доходу нижче середнього	736-2935
З рівнем доходу вище середнього	2936-9075
Країни з високим рівнем доходу	Вище 9076

За рівнем заборгованості країни поділяються (класифікація Світового Банку):

- країни з дуже високим рівнем заборгованості;
- із середнім рівнем заборгованості;
- з низьким рівнем заборгованості.

Для визначення приналежності країни до певної групи використовують індекси:

- 1) відношення теперішньої вартості обслуговування боргу до валового національного доходу;
- 2) відношення теперішньої вартості обслуговування боргу до вартості експорту країни.

Якщо немає офіційної статистики щодо наведених показників, то використовуються такі критерії:

- обсяг боргу до валового національного доходу;
- обсяг боргу до обсягу експорту;
- обслуговування боргу до обсягів експорту;
- вартість нарахованих % до обсягу експорту.

Абсолютні показники аналізу ЗЕД:

1) *Зовнішньоторговельний оборот товарів і послуг*

$$ЗТО = V_x + V_{im}$$

Де V_x – обсяги експорту товарів і послуг;

V_{im} – обсяги імпорту товарів і послуг.

2) Сальдо зовнішньої торгівлі товарами і послугами – характеризує ефективність зовнішньої торгівлі країни і визначається як різниця обсягів експорту та імпорту (активне, пасивне):

$$S = V_x - V_{im}$$

Відносні показники

1) Індекси динаміки. Для аналізу розвитку експортної та імпоротної діяльності країн використовують такі показники, як темпи росту, темпи приросту обсягів відповідно експорту, імпорту або ЗТ обороту.

2) Індекс стану балансу, або коефіцієнт покриття імпорту експортом визначається:

$$I_{ст.бал.} = V_x / V_{im},$$

3) Індекс концентрації експорту – використовується для визначення частки експорту певного виду продукції у сукупному виробництві даної продукції:

$$I_{конц. x} = V_{xi} / V_{вир.i}$$

Де V_{xi} – обсяг експорту і-го виду продукції;

$V_{вир.i}$ – сукупний обсяг виробництва і-го виду продукції.

Якщо $I_{конц. x}$ наближається до 100%, це свідчить, що країна є світовим експортером даного виду продукції.

4) Індекс імпоротної залежності визначається як питома вага імпорту у сукупному споживанні:

$$I_{имп.залеж.} = V_{im i} / V_{спож.і}$$

$V_{im i}$ – обсяг імпорту і-го виду продукції;

$V_{спож.і}$ – сукупний обсяг споживання і-го виду продукції.

Якщо $I_{имп.залеж.} = 100\%$, це свідчить, що потреба країни у даній продукції повністю задовольняється імпортом.

5) Рівень самозабезпеченості – показує, наскільки виробники даної країни можуть задовольнити потребу споживачів певного виду продукції в цій країні.

$$PC = V_{вир} / V_{спож.}$$

$V_{вир}$ – обсяги виробництва певного виду продукції;

$V_{спож.}$ – обсяги споживання.

Показники структури

Структура експорту / імпорту товарів чи послуг – це питома вага окремих груп товарів (послуг) у загальному обсязі експорту (імпорту).

Приналежність товару до певної групи визначається згідно з існуючими правилами класифікації. В Україні класифікація (кодування) товарів проводиться відповідно до вимог Товарної номенклатури (ТН) ЗЕД. ТН ЗЕД – це систематизований перелік товарів, що дає змогу знаходити в ТН місце кожному товару і після цього присвоювати товару певне умовне позначення – «код товару». Код проставляють в графі 33 вантажно-митної декларації.

Для порівняння структур країн використовують індекс диверсифікації та індекс географічної концентрації.

1) індекс диверсифікації експорту (імпорту) – індекс відхилення структури експорту (імпорту) країни від структури світового експорту (імпорту), розраховується як абсолютне відхилення частки товару в експорті (імпорті) даної країни від його частки у світовому експорті (імпорті).

$$S_{ij} = \sum |h_{ij} - h_i| / n$$

h_{ij} – частка і-го товару в загальному експорті (імпорті) країни j;

h_i – частка і-го товару в загальному світовому експорті (імпорті);

n – кількість досліджуваних груп.

2) індекс географічної концентрації експорту (імпорту) – характеризує стан світового ринку певного товару за такими ознаками, як кількість експортерів (імпортерів) та питома вага основного експортера (імпортера) (індекс Герфіндаля-Гіршмана).

$$S_k = \sqrt{\sum (x_i^k / x^k)^2}$$

x_i^k – обсяг експорту (імпорту) товару k країною i;

x^k – обсяг світового експорту (імпорту) товару k.

Для визначення ефективності структури експорту країни використовують показники частки високотехнологічної продукції в експорті обробної промисловості та частки продукції обробної промисловості у загальному експорті країни. За даними СБ, структура експорту країни ефективна, якщо частка високотехнологічної продукції більша 15%, а частка продукції обробної промисловості не менша 40%.

Показники інтенсивності міжнародної торгівлі

Експортна (імпортна) квота – відношення обсягів експорту (імпорту) до обсягів ВВП країни.

1) Експортна квота: $K_x = V_x / V_{ВВП}$

V_x – обсяги експорту, грош.од.; $V_{ВВП}$ – обсяги ВВП країни, грош.од.

2) Імпортна квота: $K_{ім} = V_{ім} / V_{ВВП}$

$V_{ім}$ – обсяги імпорту.

3) зовнішньоторговельна квота:

$$K_{zm} = (V_x + V_{im}) * 0,5 / V_{BPI}$$

4) **показник інтенсивності** – відношення обсягу експорту, імпорту чи зовнішньоторговельного обороту до чисельності населення.

3. Аналіз ЗЕД підприємства

Етапи аналізу:

I. Аналіз виконання зобов'язань з експортних та імпортних операцій. Він передбачає:

- Визначення виконання зобов'язань за вартістю, фізичним обсягом, ціною експортованих чи імпортованих товарів;
- -\/- за термінами їх поставок та якістю;
- Встановлення факторів і величини їх впливу на економічні показники;
- З'ясування причин недовиконання зобов'язань за тими чи іншими позиціями;

В ході аналізу виконання зобов'язань за торговими угодами з'ясовується:

- кількість і загальна сума укладених торгових угод;
- кількість і сума виконаних торгових угод;
- кількість і сума протермінованих контрактів;
- причини неповної реалізації угод і порушень термінів поставок.

II. Аналіз динаміки експорту та імпорту.

Експорт (імпорт) товарів і послуг за звітний рік порівнюють з експортом (імпортом) за попередній рік, а також в динаміці за кілька років (5-10). Для вивчення динаміки обчислюють темпи приросту експорту (імпорту) за кожен рік і середньорічний темп росту, приросту експорту за весь досліджуваний період.

III. Аналіз якості та конкурентоспроможності експортних та імпортних товарів.

Якість товарів повинна відповідати технічним умовам контрактів, інакше іноземний покупець може висунути фірмі рекламацию. **Рекламация** – претензія до якості товару (послуги), що містить вимоги щодо усунення недоліків, зниження ціни, відшкодування збитків.

Аналіз якості товарів за звітний період проводиться порівняно із аналогічними показниками минулого періоду: кількість отриманих рекламаций; сума рекламаций; кількість задоволених рекламаций.

Конкурентоспроможність – порівняльна характеристика товару, що містить комплексну оцінку всієї сукупності його якісних і економічних властивостей щодо виявлених вимог ринку чи властивостей іншого товару.

Показники конкурентоспроможності:

- обсяг і норма прибутку;

- обсяг продажу у вартісному і кількісному виразі;
- відношення прибутку до обсягів продажу;
- частка вартості нереалізованої продукції у матеріально-виробничих запасах;
- відношення обсягу продажу до вартості нереалізованої продукції;
- портфель замовлень тощо.

IV. З'ясування ступеня раціональності використання коштів під час зовнішньоекономічних операцій:

1) вивчення обороту коштів у ЗЕ операціях для виявлення можливості прискорення оборотності коштів, що дозволить звільнити із зовнішньоторгового обороту частину коштів.

Оборот коштів у товарах починається з моменту переходу товаросупровідних документів від постачальника до підприємства і закінчується випискою рахунку за товар іноземному покупцеві, після чого оборот коштів продовжується у сфері рахунків. Оплата покупцем рахунку підприємства та надходження грошей за товар у банк підприємства означає завершення обороту коштів з експорту.

Прискорити оборотність коштів можна: якщо відправляти товар на експорт з місць, розташованих біля кордону, за допомогою організування чіткого обороту документів, вибір відповідної форми і порядку розрахунку тощо.

2) дослідження структури і складу накладних витрат для виявлення доцільності цих витрат і пошуку можливостей зниження їх рівня та економії коштів у майбутньому. Накладні витрати при експорті та імпорті – це затрати підприємства з перевезення й реалізації експортних товарів. Накладні витрати поділяють на витрати у національній та іноземній валюті. Затрати у національній валюті – прямі та непрямі. Прямі включаються до собівартості конкретних товарів.

Мета аналізу накладних затрат – перевірка дотримання підприємством у звітному періоді режиму економії та пошук можливостей знизити затрати у майбутньому.

3) визначення рівня ефективності ЗЕ операцій.

Показники аналізу ЗЕД підприємства:

Абсолютні показники

- обсяги експорту / імпорту;
- обсяги накладних витрат на експорт / імпорт;
- середній залишок коштів;
- кількість отриманих рекламаций;
- сума рекламаций;
- кількість задоволених рекламаций.

Відносні показники

- індекси динаміки (індекси вартості, фізичного обсягу, ціни, кількості, структури);

- коефіцієнти виконання зобов'язань з експорту та імпорту (за вартістю, фізичним обсягом, за ціною);
- середня тривалість обороту експортної (імпортної) операції;
- коефіцієнт віддачі коштів від експортних (імп.) операцій.

Показники структури

- товарна структура експорту та імпорту;
- географічна структура;
- структура накладних витрат на експорт та імпорт;

Показники ефективності.

ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

1. Ефективність зовнішньоекономічної діяльності, її сутність і принципи оцінки.
2. Показники ефективності експортних та імпорتنих операцій.
3. Оцінка економічної ефективності діяльності спільних підприємств.
4. Шляхи підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

1. Ефективність зовнішньоекономічної діяльності, її сутність і принципи оцінки

Для оцінювання діяльності фірми розраховують показники ефективності її діяльності, що характеризує *ступінь вигідності для фірми зовнішньоекономічних операцій*.

Економічне обґрунтування рішень, які приймаються стосовно управління ЗЕД підприємств, здійснюється шляхом розрахунку різних показників економічної ефективності. Всю систему показників економічної ефективності ЗЕД можна поділити на дві групи:

1. *Показники ефекту* - визначаються як **абсолютні величини**, виражаються у відповідних грошових одиницях як різниця між результатами і витратами.
2. *Показники ефективності* - визначаються на основі **відношення** результатів до витрат, виражаються найчастіше у процентах (відносні величини).

Під витратами слід розуміти грошову, вартісну оцінку залучених виробничих ресурсів: вартість сировини, матеріалів, енергії, трудових ресурсів, послуг сторонніх організацій, обов'язкові відрахування до різних державних фондів та інші затрати, без яких неможливе здійснення угоди, операції.

Під результатами слід розуміти грошову, вартісну оцінку одержаної вигоди від операції: грошові кошти за поставлену продукцію, виконані роботи і послуги, вартість одержаного товару, робіт, послуг і т. д.

При розрахунках показників важливо дотримуватись таких принципових методологічних положень:

- принцип найбільш повного урахування усіх складових витрат і результатів;
- принцип порівняння з базовим варіантом (за базовий варіант може бути прийнятий стан справ до прийняття рішення, один з варіантів прийняття рішення або стан справ на ринку, в конкурента);
- принцип приведення витрат і результатів до вигляду, прийняттого для порівняння (за обсягом, якістю, періодом часу та іншими параметрами);
- принцип приведення різночасних витрат і результатів до одного моменту часу.

Конкретний розрахунок показників ефективності у значній мірі залежить від типу операції на зовнішньому ринку, її цілей, умов та інших особливостей конкретної угоди.

2. Показники ефективності експортних та імпорتنих операцій

Показники ефекту

Показник *ефекту експорту* характеризує результат діяльності підприємства і розраховується як різниця між обсягом випуску продукції на експорт і витратами на її виробництво.

Показник *ефекту імпорту* товарів розраховується як різниця між внутрішньою ціною імпортової продукції та витратами на її придбання.

Економічною характеристикою будь-якої операції є показник валютної ефективності. Щодо експорту та імпорту його визначають згідно з експортним та імпортним еквівалентами. *Експортний еквівалент* – це набір товарів та послуг, експортованих з метою отримання валюти. *Імпортний еквівалент* – це набір товарів та послуг, імпортованих на отриману від експорту валюту.

Показники валютної ефективності

Коефіцієнти валютної ефективності імпорту та експорту розраховуються за формулами:

$$k_{Bi} = \frac{Z_i}{B_i}; \quad (19.1)$$

$$k_{Be} = \frac{B_e}{Z_e}, \quad (19.2)$$

де k_{Bi} - коефіцієнт валютної ефективності імпорту;

Z_i - вартісна оцінка імпортової продукції, або ціна імпортованого товару на внутрішньому ринку (грн.);

B_i - витрати на імпорт у відповідній іноземній валюті; k_{Be} - коефіцієнт валютної ефективності експорту;

B_e - сума експортної виручки у відповідній іноземній валюті;

Z_e - затрати на виробництво експортного товару (грн.).

Інтегральний коефіцієнт валютної ефективності експортно-імпортних операцій розраховується за формулою:

$$k_{INT} = k_{Bi} \times k_{Be}. \quad (19.3)$$

Якщо $k_{INT} > 1$, експортно-імпортну операцію можна вважати ефективною.

Показники економічної ефективності

Показник *економічної ефективності реалізації експортних товарів* являє собою відношення нетто (чистого виторгу) в іноземній валюті за реалізований товар до його собівартості в гривнях:

$$E_{екс} = B_{нетто} / Z_{екс},$$

Де $B_{\text{нетто}}$ – чистий виторг (нетто) в іноземній валюті, переведений у гривні за офіційним курсом;

$Z_{\text{екс}}$ – повна собівартість реалізованої на експорт продукції, грн..

Цей коефіцієнт показує суму інвалютного доходу від реалізації експортних товарів, що припадає на кожну витрачену підприємством гривню. Цей коефіцієнт також може бути виражений у відсотках.

Звітні показники ефективності реалізації експортних товарів необхідно порівнювати з аналогічним показником за минулий період, що дасть змогу встановити, як змінилася ефективність реалізації товарів у звітному періоді порівняно з минулим.

Також варто порівняти показники економічної ефективності експорту з показником *ефективності реалізації експортних товарів на внутрішньому ринку*:

$$E_{\text{екс внутр}} = Q_{\text{екс}} * C_{\text{внутр}} / Z_{\text{вироб}},$$

Де $Q_{\text{екс}}$ – обсяг експорту в натуральному виразі, од.

$C_{\text{внутр}}$ – ціни на продукцію, аналогічну експортованій, на внутрішньому ринку, грн..;

$Z_{\text{вироб}}$ – затрати на виробництво усієї партії експортної продукції, грн.

Якщо показник економічної ефективності експорту > 1 і вищий, ніж показник ефективності реалізації на внутрішньому ринку, то експорт для підприємства є вигідним.

Показник *економічної (абсолютної) ефективності імпорту* товарів являє собою відношення вартості імпортованої продукції на внутрішньому ринку в гривнях до витрат на придбання імпортованої продукції, виражених у гривнях. Чим більший цей показник за 1, тим ефективнішою буде імпортна діяльність для підприємства.

3. Оцінка економічної ефективності діяльності спільних підприємств

Сума *інтегрального ефекту від діяльності спільного підприємства* визначається за формулою:

$$E_{СП} = \sum (P_t + A_t) \times \alpha_t - C\Phi + L_T \times \alpha_T, \quad (19.13)$$

де $E_{СП}$ – інтегральний ефект спільного підприємства;

P_t – чистий прибуток СП у t -ому році;

A_t – амортизаційні відрахування СП у t -ому році;

$C\Phi$ – розмір статутного фонду;

L_T – ліквідаційна вартість СП станом на кінець розрахункового періоду;

α_t, α_T – дисконтні множники.

Аналогічним чином може бути розрахований ефект від функціонування СП для кожного із засновників.

Крім того, можна визначити показник рентабельності внесків засновників до СП:

$$R_{вітч.} = \frac{\Pi_{вітч.}}{K_{вітч.}} \times 100\%, \quad (19.14)$$

$$R_{іноз.} = \frac{\Pi_{іноз.}}{K_{іноз.}} \times 100\%, \quad (19.15)$$

де $R_{вітч.}$, $R_{іноз.}$ – рентабельність внесків відповідно вітчизняного та іноземного інвесторів до СП;

$\Pi_{вітч.}$, $\Pi_{іноз.}$ – розмір прибутку відповідно вітчизняного та іноземного інвесторів від діяльності СП;

$K_{вітч.}$, $K_{іноз.}$ – розмір внеску відповідно вітчизняного та іноземного інвесторів до капіталу СП.

4. Шляхи підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства

Шляхи та заходи з підвищення ефективності ЗЕД визначаються на основі аналізу ЗЕД підприємства, розрахунку показників ефективності та визначення факторів, які на них впливають. Основні заходи з підвищення ефективності експортно-імпортних операцій:

- підвищення конкурентоспроможності експортованих товарів;
- диверсифікація виробництва з метою виведення на зовнішні ринки нових видів продукції;
- підвищення кваліфікації персоналу, що бере участь в організації ЗЕД (навчання й атестація, стимулювання і мотивація персоналу);
- вибір ефективної форми організації відділу, що здійснює експортні операції;
- залучення контрагентів для відносин на довгостроковій основі;
- використання найвигіднішої для експортера (імпортера) форми розрахунків – акредитива (негайної оплати готівкою);
- застосування базисних умов поставки, що мінімізують витрати експортера (імпортера) на транспортування товару;
- використання ефективних систем контролю якості з метою недопущення рекламаций з боку покупця;
- зменшення витрат виробництва з метою зменшення собівартості товару;
- застосування ефекту масштабу;
- проведення гнучкої цінової політики (орієнтація не тільки на затрати виробництва, але й на світові ціни);
- недопущення простроченої дебіторської заборгованості тощо.