

В.С. СУХАРСЬКИЙ

**ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ:
ОРГАНІЗАЦІЯ І УПРАВЛІННЯ**

монографія

В.С. СУХАРСЬКИЙ

**ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА
ДІЯЛЬНІСТЬ:
ОРГАНІЗАЦІЯ І УПРАВЛІННЯ**

Монографія



НБ ПНУС



771415

Тернопіль
«Видавництво Астон»
2007

Сухарський В.С. Зовнішньоекономічна діяльність: організація і управління. Монографія. – Тернопіль: Видавництво Астон, 2007. – 496 с.

Рецензенти:

Андрушків Б.М., д. е. н., професор;

Бакашевич Я.М., професор, ректор ТіСіТ.

Добринський О.К., начальник управління зовнішніх зносин, зовнішньоекономічної та інвестиційної діяльності Тернопільської обласної держадміністрації;

Максимович І.Ф., професор, ректор БІМА;

Савельєв Є.В., д.е.н., професор, проректор по зовнішньоекономічних зв'язках ТДЕУ, завідувач кафедри міжнародної економіки, фінансово-кредитних відносин та маркетингу;

Табінь А.М., професор, декан міжнародного факультету бізнесу і менеджменту ТДЕУ.

У монографічному посібнику розглядаються питання організації, методології, практики та управління зовнішньоекономічною діяльністю на макро- і мікрорівнях, розкриваються питання функціонування світових, регіональних та підприємницьких структур, які забезпечують законодавчу, регулюючу та етнічну особливості міжнародної торгівлі, формування ресурсних і фінансових потоків, руху товарів та розрахунків, стандартів і правил торгівлі.

Окремі теоретичні та практичні викладки зроблені в історичному, діалектичному аспектах.

Акцент зроблено також і на аналізі фінансового стану підприємств, які працюють з експортом та імпортом товарів і послуг, транспортному забезпеченню цих процесів, входженню в міжнародні норми та вимоги здійснення торгових операцій.

Значну увагу приділено процесам інвестицій, методам зниження ризиків у зовнішньоекономічній діяльності, її страхуванням та іншим методам.

Розрахований на студентів вищих навчальних закладів, підприємців, спеціалістів організаційних структур, аспірантів, науковців, державних службовців та працівників інших служб, які зайняті у сфері зовнішньоекономічної діяльності.

Рекомендовано до друку

Вченою Радою факультету міжнародного бізнесу і менеджменту ТДЕУ
(протокол № 5 від 29.06.2006 р.);

Вченою радою Українсько-польського інверситу ТіСіТ
(протокол № 6 від 29.06.2007 р.);

Вченою Радою Бучацького інституту менеджменту і аудиту (БІМА)
(протокол № 5 від 29.06.2007 р.)

НАУКОВА БІБЛІОТЕКА

ISBN 978-966-308-190-8

77 14 15

© Сухарський В.С., 2007

© ТзОВ «Видавництво Астон», 2007

*Наші знання – суть зерна
наших творінь.*

М. Бюффон

Передмова

Зовнішньоекономічна діяльність – це підприємницька та бізнесова діяльність за межами національних кордонів.

*Зовнішньоекономічна діяльність у країнах з перехідною економікою набула логічного оформлення відносно недавно. Дослідження у цій сфері знань, їх викладання у школах та центрах підготовки фахівців **Японії, США, Німеччини, Англії, Франції** та інших країн підвищують результативність роботи як окремих структур, так і в цілому світогосподарства.*

*Відповідна підготовка інтелектуальних і професійних кадрів із зовнішньоекономічної діяльності була сформована у колишньому **СРСР**, в т. ч. в **Україні**. Проте, така діяльність не була пов'язана з реальним міжнародним світоглядом та дією законів товарно-грошових відносин, з бізнесом із-за державної монополії на зовнішні відносини.*

Ситуація змінилася у 90-х роках ХХ ст. З набуттям незалежності в Україні розвивається зовнішньоекономічна діяльність на засадах міжнародного бізнесу.

Це обумовлено такими обставинами:

- *переходом до відносно відкритої для міжнародного бізнесу економіки;*
- *потребою України у входженні в міжнародну економічну співдружність;*
- *використанням переваг у зовнішній торгівлі та ефективною їх реалізацією;*
- *адаптацією специфічного національного стилю, організації методології та поведінки для досягнення бажаних результатів власними і іноземними підприємствами;*
- *інтеграцією України в європейський економічний простір та СОТ.*

Актуальність видання зумовлена також обмеженістю або відсутністю літературних джерел з даного напрямку знань та, як правило, перекладним їх характером без урахування специфіки роботи в Україні. Новизна серед монографічної та навчальної літератури, оригінальність за змістом і структурою подання, наближеність теоретичних проблем до вимог практичного вирішення завдань у зовнішньоекономічній діяльності України роблять видання потрібним і актуальним.

Автор прагнув у межах можливого підготувати монографію, синтезуючи наявний літературний матеріал під законодавчу базу викладення головних понять, функцій, схем, методів, принципів, технології та практики зовнішньоекономічної діяльності.

*Базовими джерелами для написання посібника були підручники **Бутиця Ф.Ф., Жиглея І.В., Пархоменко В.М.** «Облік і аудит зовнішньоекономічної діяльності», **Сухарського В.С.** «Менеджмент (загальний з основами спеціального)» та словник-довідник зовнішньоекономічної діяльності українською, англійською та російською мовами; посібники **Сухарського В.С.** «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності»; «Управління зовнішньоекономічною діяльністю», «Зовнішньоекономічна діяльність: організація, технологія, практика, управління» та «Управління зовнішньоекономічною діяльністю» за ред. **Кредісова А.І.**, «Внеэкономическая деятельность предприятия» за ред. **Стровського Л.Є.**, а також курс лекцій, власний лекційний та практичний досвід; закони України, постанови Верховної Ради, укази та розпорядження Президента України, Кабінету Міністрів, Національного банку України, міністерств та відомств, які організують або контролюють коло питань, пов'язаних із зовнішньоекономічною діяльністю держави та підприємницьких структур.*

РОЗДІЛ 1

ЗАГАЛЬНІ ЗАСАДИ

ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Тема 1. Природа зовнішньоекономічної діяльності.

Тема 2. Загальна оцінка міжнародного середовища.

Тема 3. Адаптація до особливостей життя і управління.

Тема 4. Перспективи менеджменту зовнішньоекономічної діяльності.

Тема 1. Природа зовнішньоекономічної діяльності

У двадцятому столітті зовнішньоекономічна діяльність сформувалася на науковій основі, узагальнивши світову практику і мистецтво організацій. Дослідження проблеми розширили уявлення про її зміст та глибину, сприяли формуванню наукового апарату. Розробка наукових засад виявилася корисною для економіки і бізнесу, для інших сфер людської діяльності. Зовнішньоекономічна діяльність стала надбанням більшості країн світу.

Міжнародна бізнесова діяльність (англ. **International business operations**) – це діяльність, яка ведеться поза національними кордонами з метою отримання прибутку. **Міжнародний менеджмент** – це процес планування, організації, управління, контролю в організаціях, які залучені до міжнародної діяльності.

За останній період змінилися характеристики міжнародного бізнесу. Зокрема, **США** втрачають конкурентні позиції в міжнародній торгівлі. **США** мали неймовірні переваги протягом кількох десятиліть після Другої світової війни. Їх виробничі потужності не були зруйновані затяжними військовими діями. Зараз такі країни як **Японія** і **Німеччина** стали сильними конкурентами **США**. Крім того, **Бразилія**, **Корея** потенційно стають головними гравцями на міжнародному ринку. Міжнародні ринки швидко зростають, забезпечуючи додаткові можливості для розширення бізнесової діяльності.

Зміни в міжнародній торгівлі відбуваються під впливом пере-

творень у країнах – членах СНД, де завдяки ринковій орієнтації економіки покращуються ділові можливості. Демонструють вияв інтересу до розкриття ринку для іноземних ділових людей **Індія та Китай**. Приріст суспільного валового продукту за останні 10 років у **Китаї** найвищий у світі.

Суттєвий вплив на країни з перехідною економікою має інтеграція в **Європейський союз**. Угодами передбачаються не тільки торгові відносини, але й охоплюються питання фінансового співробітництва, комерційної практики і законодавства, а також політичного діалогу на різних рівнях.

Незважаючи на ці та інші позитивні зміни в усьому світі, наявні можливості розгортання міжнародної бізнесової діяльності нерідко пов'язані з чималими перешкодами.

У **Бразилії** недавня економічна реформа, наприклад, викликала велику інфляцію і породила інші економічні проблеми, що змусило тимчасово заморозити більшість державних коштів, а це призвело до збитків для багатьох іноземних компаній. Більш важка ситуація склалася в **Україні**. Організації, які працюють на міжнародному рівні, натрапляють на суттєві перешкоди і, отже, не завжди реалізують наявні бізнесові можливості.

Структури міжнародного менеджменту відзначаються високою діловою активністю, їх діяльність поширюється за межі держави. За останні роки сформувався особливий тип організацій: це багатонаціональні (транснаціональні) корпорації.

Багатонаціональна корпорація належить до організацій, які втягнуті у виробництво або надання послуг через їх власні фірми та підлеглі організації в декількох країнах, здійснюють контроль за ними або їх керівництво з урахуванням глобальних перспектив. Сюди можна віднести **автомобільні корпорації «Дженерал Моторс» і «Форд мотор»**, **нафтодобувні «Ексон» і «Ройал Датч»**, **комп'ютерну «Інтернешен бізнес машин»**, **лідерів консалтингових фірм «Андерсен консалтінг» (Чикаго), Роланд Бергер і Партнер та ін.**

Вступають у ділові фінансові операції між державами і займаються міжнародною бізнесовою діяльністю багато середніх за розмірами компаній. Наприклад, члени **Американської ділової конференції «Коаліція 100»** (середній обсяг продаж – 360 млн. дол.) становлять особливо успішну групу на міжнародному ринку.

Компанії можуть вийти на світовий ринок також з інших причин. Одні компанії можуть одержати замовлення в іноземних корпораціях, іншим вдається відкрити нові ринки або витіснити інші компанії з певного іноземного ринку. **Третім вдається вийти на зарубіжні ринки завдяки поставкам нових ресурсів.**

Розвиток зовнішньоекономічної діяльності вимагає усунення чималих перешкод в організації підприємництва і менеджменту.

Менеджери повинні вміти об'єктивно оцінювати міжнародне середовище, здійснювати ефективну політику адаптації і орієнтації на стратегічні зміни в майбутньому, успішно долати перешкоди на своєму шляху.

Тема 2. Загальна оцінка міжнародного середовища

Міжнародний менеджмент відкриває широкі можливості, він також ставить перед менеджерами вимоги для розуміння оточуючих факторів, які традиційно не перераховуються в управлінні складним бізнесом у межах своєї країни. Тобто виникає потреба враховувати ефекти від різних елементів міжнародного середовища.

Розгляд факторів загального оточуючого середовища важливий для розуміння природи міжнародного менеджменту. Головними елементами загального середовища є **економіка, політика, соціально-культурні і технологічні фактори.**

Економічний елемент (англ. *The Economic Element*) – різні типи економічних систем держав, які беруть участь у міжнародному бізнесі. Важливими економічними факторами є рівень економічного розвитку в різних країнах, наявність відповідної інфраструктури, баланс платежів країни, грошовий обмінний курс.

Усі країни поділяють на дві великі класифікаційні групи. **Перша група** – розвинуті країни, які відзначаються високим рівнем економічного та індустріального розвитку. Сюди входять **США, Канада, Австралія, Нова Зеландія, Японія, країни Західної Європи та ін.** Чимало країн належать до **іншої групи**, відомої як країни, що розвиваються. Вона складається, головним чином, із порівняно бідних держав, які характеризуються низьким рівнем прибутку на людину, слаборозвинутою індустрією та високим приростом населення.

Особливе формування становлять Гонконг, Тайвань, Південна

Корея, Сінгапур, які дуже часто називають «новими індустріальними країнами», оскільки за останні роки тут мало місце значне економічне зростання.

Прийнято вважати, що багатонаціональні корпорації активно діють насамперед у розвинутих країнах, і тут було вкладено близько 75% іноземних інвестицій.

Важливим економічним показником є баланс платежів. Це кількість товарів та послуг, позичок, золота, інших надходжень та державних виплат. Головним показником балансу платежів країни є баланс торговельний як різниця між експортом та імпортом. Постійний торговий дефіцит свідчить про слабке використання експортних можливостей **України**. **Україна** продовжує переживати дисбаланс між експортом та імпортом, коли в цілому імпорт переважає над експортом.

Обмінний курс (англ. Exchange rate) – це курс, за яким одна країна може обміняти свою валюту на валюту іншої країни. Курс змінюється залежно від зміни економічних факторів, враховуючи зміну цін на товари, які експортуються з цієї країни. Зміна обмінного курсу впливає на здатність компаній брати участь у міжнародному бізнесі.

Правовий і політичний елемент (англ. The Legal-political Element). Правові та політичні умови впливають на здатність держави вести бізнес у даній країні. Тут слід відзначити дві обставини: рівень політичного ризику та рівень регулювання державою ділової активності.

Політичний ризик (англ. Political risk) – це ймовірність прийняття непередбачуваних політичних рішень та дій, що можуть призвести до збитків підприємства та його власників. До правових і політичних аспектів бізнесової діяльності слід віднести також торговий контроль, створення митних кордонів та введення обмежень на вивіз та ввіз товарів.

Кардинальний вплив на міжнародну бізнесову діяльність здійснює **адміністративний захист**, який опирається на різні правила та норми, що створюють певні ускладнення для іноземних фірм щодо ведення підприємництва в даній державі.

Соціально-культурний елемент (англ. The Sociocultural Element) – це оточуюче середовище, яке включає підходи, поведінку, цінності, норми та асоційовані демографічні напрямки діяльності,

які характеризують дану географічну зону.

При аналізі соціально-культурного елемента вивчають рівень, до якого індивіди в суспільстві сприймають різницю у використанні сили як нормальну; рівень, до якого працівники відчують себе комфортно або намагаються запобігти ситуації.

Предметом аналізу є **індивідуалізм чи колективізм** і рівень, до якого суспільство поважає традиційні якості, такі як мужність, здатність боротися за матеріальний успіх, більше, ніж традиційні жіночі якості, такі як спокійність, розуміння, почуття.

Технологічний елемент (англ. The Technological Element). Технологічне середовище є дуже важливим елементом (аспектом), тому що рівень технології в різних країнах впливає на природу ринків та здатність компаній проводити діяльність. Технологічний перехід – це переміщення технології від того, хто володіє нею. Технологічний перехід відбувається через канали, такі як спільні підприємства, ліцензійні контракти і т. п. Технологічні елементи важливі як для конкуренції на світовому ринку, так і на внутрішньому.

Конкуруюча перевага держав (англ. The Competitive Advantage of Nations) – це концепція, яка констатує, що елементи оточуючого середовища у державі можуть прискорити інновації у певних галузях. Конкуруючий успіх цих компаній, без сумніву, має позитивний вплив для розвитку держави.

Компанії отримують конкуруючі переваги завдяки винаходам, які можуть викликати радикальні зміни, а також за рахунок малих локальних покращень.

На розвиток **винахідництва** впливають:

- а) компоненти виробництва, такі як компетентність робітників і розвиток інфраструктури;
- б) характеристики власного попиту на товари та послуги окремої галузі;
- в) наявність національного (власного) постачальника та галузей, які ефективно конкурують на міжнародному рівні.

Стратегія організацій – це орієнтація на загальність, що складає головну умову її функціонування в державі і впливає на особливості створення управління організацією.

Експортування (англ. Exporting) – це процес виробництва продукції у власній державі та відправлення її за кордон з метою виходу на міжнародний ринок. Витрати тут головним чином

пов'язані із транспортуванням і рекламою.

Ліцензування (англ. Licensing) – це угода, за якою одна організація надає обмежені права іншій для використання її активів, таких як склади, техніка, марка фірми, обладнання та ін.

Спільні підприємства (англ. Joint Ventures) – це угода, за якою об'єднуються дві або більше організацій по виробництву продукції або послуг. Спільні підприємства надають прямі інвестиції для створення виробничих потужностей в іноземній країні.

Повне володіння філіалом (англ. Wholly Owned Subsidiaries) – це діяльність на землі (території) іноземної країни, що належить та контролюється компанією з центром керування в іншій країні. Перевагою повного володіння є те, що головна компанія продає право на управління філіалом з урахуванням існуючих законів іноземної держави, де філіал розташований, і це є важливою передумовою ефективного ведення бізнесу.

Світова інтеграція (англ. Worldwide Integration) іноді називається глобалізацією. Її завданням є виробляти високостандартизовані товари, на які є попит у світі.

Національна відповідальність (англ. National Responsiveness) дозволяє підлеглим філіалам мати достатні повноваження в адаптуванні продукції та послуг для задоволення конкретних потреб та політичних вимог держави, де вони оперують.

Національна відповідальність часто потрібна в таких галузях як ядерна інженерія та енергетичний комплекс, тому що політичні фактори мають великий вплив на продукцію, що виробляється в цих галузях.

Багатоцільова орієнтація (англ. Multifocal Emphasis) – стратегія, націлена на отримання переваг світової інтеграції, де це можливо. Ця стратегія потребує уважної координації з центрів та великих зусиль для інтегрування локальної інформації в глобальну перспективу.

Тема 3. Адаптація до особливостей життя і управління

Разом із соціальною відповідальністю і етикою важливим фактором ефективності міжнародного менеджменту є адаптація до культурних відмінностей. Тут головним вважається використання

переваг управління міжнародними людськими ресурсами та пристосування до стилю життя і підприємницької діяльності у даній країні.

У процесі управління міжнародними людськими ресурсами до уваги беруться операції, пов'язані із **формуванням, стимулюванням їх розвитку, політикою асигнування, набору, відбору та тренування персоналу.**

Менеджери із місцевого населення мають таку перевагу, що вони близько знайомі із місцевими звичками і традиціями; однак вони можуть поверхово знати технологію материнської компанії. Навпаки, персонал материнської компанії прекрасно знає технологію, але не обізнаний із місцевими звичками і традиціями.

Поєднання персоналу із **місцевої національності** та персоналу материнської компанії використовується насамперед на ранній стадії інтернаціоналізації.

Міжнародний персонал – персонал, який наймається на роботу незалежно від національності та місця роботи. Найкраще, звичайно, застосовувати змішаний персонал.

Більшість організацій, котрі втягнуті в міжнародний бізнес у великих масштабах, прагнуть мати, як мінімум, декількох менеджерів, які працюють за кордоном з усіма підлеглими відділами.

Наймаючи працівників для роботи за кордоном, більшість багатонаціональних корпорацій як головний критерій відбору вважають технічну майстерність. Це називають майстерністю контакту. Мистецтво комунікації ґрунтується на кількох вимогах: використання місцевої національної мови; уміння викликати довіру до себе; здатність увійти в розмову (використання жартів, влучних коментарів про фільми та спорт тощо); бажання зрозуміти та викликати прихильність багатьох людей.

Багато проблем виникає, коли організація починає здійснювати міжнародний бізнес у великих масштабах, головною причиною цього є значне збільшення чисельності акціонерів, зайнятих у бізнесі.

При здійсненні сумнівного бізнесу виникає проблема сумнівних платежів. Це ділові платежі, що стосуються важливих правових та етичних питань як у рідній (власній країні), так і в країні розташування підприємства. Проблеми з сумнівними платежами виникають через відмінність етики і законів різних держав, що потребують різних типів платежів.

Тема 4. Перспективи менеджменту зовнішньоекономічної діяльності

Менеджери компаній, що виходять на міжнародні зв'язки, намагаються дотримуватися однієї із трьох основних орієнтацій:

а) орієнтація на внутрішній ринок (етноцентрик); б) орієнтація на свій ринок та ринок іншої держави (поліцентрик); в) орієнтація тільки на світовий ринок (геоцентрик).

Етноцентрична орієнтація або орієнтація на свою країну (англ. **An ethnocentric or home-country orientation**) – це підхід до міжнародного менеджменту, при якому керівництво здійснює практичні дії, які спрацьовують у центрах компанії в рідній державі і повинні обов'язково спрацьовувати ще де-небудь.

Поліцентрична орієнтація або орієнтація на багато країн (англ. **A poliocentric or host-country orientation**) – це підхід до міжнародного менеджменту, при якому керівництво розглядає державу розташування компанії та її населення як дуже важкі для розуміння. Тому вони вірять, що ті частини організації, які розташовані в даній країні, повинні бути представлені головним чином місцевими службовцями, котрі набагато краще знають власну культуру, звички, бізнесову етику та ринок. Дочірні компанії в різних країнах керуються завжди незалежно, знаходяться під контролем місцевих керівників і зв'язані з головним офісом, в основному, через фінансовий контроль. Також із позицій поліцентричної орієнтації місцеві менеджери керують операціями в іншій державі, маючи невелику перспективу займати важливі керівні посади в центрах.

Поліцентричний підхід може бути успішним, якщо прийняття рішень децентралізовано і здійснюється головним чином у країні розташування.

Геоцентрична або світова орієнтація (англ. **The geocentric or world orientation**) – це підхід до міжнародного менеджменту, при якому керівництво вірить, що глобальний погляд необхідний в обох випадках: у центрах рідної країни та в її різних філіалах. Майже в усьому світі керівники розглядають головні рішення з глобальної перспективи, ставлячи питання: «Де в світі ми повинні заробляти гроші, будувати заводи, розробляти та запроваджувати нові ідеї для обслуговування наших теперішніх та майбутніх клієнтів?» Це най-

більш складний підхід тому, що він потребує знання як власного ринку, так і міжнародної кон'юнктури.

У функціонуванні міжнародного бізнесу можливі різні форми розподілу обов'язків і власних повноважень вищих керівників:

- а) **всесвітній функціональний поділ;**
- б) **світовий товарний поділ;**
- в) **міжнародний розподіл;**
- г) **географічний розподіл;**
- г) **використання глобальної матриці.**

При міжнародному функціональному поділі (англ. *Worldwide Functional Division*) керівники вищого рівня в материнській компанії мають світову відповідальність за окремі функції: виробництво, маркетинг, фінанси, персонал, інжиніринг. Структура управління повинна швидко і чітко реагувати на зміну стану в різних країнах та забезпечувати диверсифікацію товару на ринку.

Світовий товарний поділ (англ. *Worldwide Product Division*). Керівники вищого ешелону відповідають за особливу товарну зону світу. При цьому виді структури існує тенденція до передачі всіх функцій філіалу або дочірньому підприємству, але із залишенням координаційних дій за центром.

Міжнародний поділ (англ. *International Division*) – структура, за якої всі іноземні дочірні виробництва звітують відповідальному підрозділу в центрі компанії. Міжнародний поділ базується на географічному розподілі. Але стає більш складним, щоб керувати справами по видах продукції, які виробляються у власних країнах та на міжнародному ринку.

Географічний поділ (англ. *Geographic Division*). За цієї структури весь світ ділиться на регіональні частини і передбачається звіт філіалів перед відповідними відділами згідно із розташуванням. Така структура дуже зручна для збору інформації по регіонах, але утруднює обмін інформацією між регіонами. Вона в більшій мірі використовується європейськими країнами, ніж США.

Глобальна матриця (англ. *Global Matrix*) – це така структура, в якій відповідальність та права розділені рівномірно таким чином, що одна частина з них належить до регіонів, а інша – до продукції або до відповідних функцій.

У країнах із елементами ринку набула стійкого характеру передача функцій і прав управління менеджерам-професіоналам, які все

частіше відходять від виконання тільки адміністративних обов'язків, залучаючись до підприємницької діяльності.

На думку відомого американського вченого **Пітера Друкера**, в XXI столітті зміняться принципові основи діяльності підприємств – від таких, що базуються на раціональній організації, до таких, що базуються на знаннях та інформації.

В організації переважно будуть працювати спеціалісти, які спрямовують і організують свою діяльність за допомогою зворотного зв'язку від своїх колег, споживачів і стратегічного центру корпорації.







Революційні зміни в управлінні пов'язані з використанням інформаційних технологій, наукових знань, горизонтальних структур, ринків і ін. (таблиця 1).

Таблиця 1

Основні напрямки зміни окремих елементів управління

Об'єкт зміни	Сучасна модель	Майбутня модель
Організація	Ієрархія	Сітка
Структура	Самодостатність	Взаємозалежність
Очікування працюючих	Задоволення насущних потреб	Якісний ріст персоналу
Керівництво	Автопрактичність	Використання загальної ідеї
Робоча сила	Однорідна	Приналежність до різних культур
Робота	Індивідуальна	Групова
Ринки	Внутрішні	Зовнішні
Вигоди	Вартість	Глобальні
Орієнтація	Прибутки	Час
Ресурси	Капітал	Споживчі
Управління	Рада директорів	Інформація
Якість	Досягнення заданого	Безкомпромісне досягнення можливого

ЛІТЕРАТУРА

-  *Завадський Й.С.* Менеджмент. Том 1. – К.: Українсько-фінський інститут менеджменту і бізнесу, 1998.
-  *Кредісов А.І.* та ін. Управління зовнішньоекономічною діяльністю. – К.: ВІРА-Р, 1998.
-  *Стровский Л.Е.* Внешнеэкономическая деятельность предприятия. – М.: ЮНИТИ, 1999.
-  *Сухарський В.С.* Економічний словник-довідник. – Тернопіль: Навчальна книга – БогДан, 2001.
-  *Сухарський В.С.* Менеджмент (загальний з основами спеціального). – Тернопіль: Астон, 2004.
-  *Сухарський В.С.* Зовнішньоекономічна діяльність: організація, технологія, практика, управління. – Тернопіль: Астон, 2006.

РОЗДІЛ 2

БАЗОВІ ТЕОРІЇ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ І УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ

Тема 1. Основи теорій міжнародної торгівлі.

- 1.1. Теорія абсолютних переваг.
- 1.2. Теорія порівняльних переваг.
- 1.3. Природний розподіл грошового металу.

Тема 2. Окремі концепції зовнішньоекономічної діяльності.

- 2.1. Кейнсіанство.
- 2.2. Монетаризм.
- 2.3. Теорія Хекшера-Оліна.
- 2.4. Теорія міжнародного руху капіталу.
- 2.5. Трактуння ролі іноземного капіталу з позиції країни-експортера.
- 2.6. Економічний аспект марксистської теорії імперіалізму.

Тема 1. Основи теорій міжнародної торгівлі

Основоположниками теорій зовнішньоекономічної діяльності є економісти класичного напрямку та їх послідовники.

Вчення таких економістів і нині мають теоретичну цінність, формуючи ядро сучасних концепцій росту та розвитку зовнішньоекономічної діяльності.

1.1. Теорія абсолютних переваг.

Теоретичною проблемою у даній сфері було питання про існування ґрунту для виникнення певної теорії міжнародної торгівлі. Економісти класичного напрямку відстоювали особливу теорію міжнародної торгівлі з огляду на меншу мобільність ресурсів між націями. Адам Сміт вважав, що **капітал і праця** лише інколи перетинають національні кордони. Зарплата і прибуток не вирівнюються при такому переміщенні капіталу, і міжнародна торгівля відбувається на основі витрат виробництва.

У роботі «Дослідження про природу і причини багатства народів» (1776 р.) А. Сміт обґрунтував тезу, що нижчі витрати виробництва товару однією нацією порівняно з витратами виробництва

того ж товару іншою нацією означають її абсолютні переваги. Коли ж одна нація має абсолютні переваги у виробництві певного товару, а інша – іншого, то кожна може спеціалізуватися на виробництві та торгівлі того товару, витрати виробництва якого найменші.

За Д. Рікардо, вигідність міжнародної спеціалізації і торгівлі також не викликає сумніву, коли країни мають *абсолютні переваги*. Але чи буде вигідною торгівля для країни, витрати виробництва всіх товарів якої нижчі, ніж в іншій країні?

Відповідь на це питання дає теорія порівняльних переваг.

1.2. Теорія порівняльних переваг.

Послідовно теорія порівняльних переваг розкрита у праці Д. Рікардо «Початки політичної економії і оподаткування» (1817 р.).

Теорія припускає існування трьох видів співвідношень витрат виробництва однотипних товарів у різних країнах: рівні, абсолютні та порівняльні. А отже, можна виділити і три типи переваг. Підхід Д. Рікардо ґрунтується на тому, що сукно та вино виробляються за рахунок чинника праці у двох порівнюваних ним країнах – Англії та Португалії. Відносні ціни є зворотними величинами затрат праці на одиницю продукту. Приклад, наведений у таблиці, дає уявлення про співвідношення між трьома видами таких витрат (таблиця 2).

Таблиця 2

Трудозатрати на виробництво одиниці виміру сукна і вина у люд.-год

Країна	Рівне співвідношення витрат на виробництво двох товарів між двома країнами (I)			Співвідношення витрат, при якому одна з країн має абсолютну перевагу у виробництві одного з товарів (II)			Співвідношення витрат, при якому одна з країн має відносну перевагу у виробництві одного з товарів (III)		
	в-во сукна	в-во вина	вв/вс	в-во сукна	в-во вина	вв/вс	в-во сукна	в-во вина	вв/вс
Англія	100	88	0,88	100	60	0,6	100	120	1,2
Португалія	90	80	0,88	90	80	0,88	90	80	0,88

НАУКОВА БІБЛІОТЕКА

77 14 15

У першому варіанті, на думку А. Сміта, коли співвідношення витрат обох країн рівні, зовнішня торгівля виникнути не може.

У другому варіанті торгівля може відбуватись, оскільки кожна країна має абсолютну перевагу у витратах виробництва одного товару (Англія – вина, Португалія – сукна).

У третьому варіанті Англія має порівняльну перевагу щодо вина, бо різниця у витратах на вино відносно вища, ніж на сукно. Португалії вигідно відправляти вино в Англію, де його одиниця відповідає 1,2 одиниці сукна. Доктрина порівняльних витрат встановлює верхню та нижню межі, в яких обмін між країнами може бути взаємовигідним.

«Зиск торгівлі» у прикладі з порівняльними перевагами проявляється і в загальній економії на витратах на одиницю продукції. Д. Рікардо довів, що передумови міжнародної торгівлі цілком відмінні від передумов внутрішньої торгівлі.

Абсолютна перевага Португалії перед Англією у виробництві вина є важливим чинником того, що спеціалізація у випуску цього товару принесе Португалії економію у затратах на працю. Визначаючи фактори цього процесу, Д. Рікардо робить висновок: «Таким чином, виявляється, що країна, яка має значні переваги щодо машин і майстерності і тому виготовляє товари з допомогою значно менших затрат праці, ніж її сусіди, може ввозити в обмін на такі товари частину хліба, необхідного для її споживання, навіть у тому разі, коли її земля родючіша і вирощування хліба в ній потребує менше праці, ніж у країні, звідки він ввозиться».

Тоді ж ідея про вигідність спеціалізації на основі використання порівняльних переваг була розвинута іншим англійським економістом Робертом Торренсом у роботі «Нарис про зовнішню торгівлю зерном». Це дало підстави західним історикам економічної думки розійтися в оцінці того, хто є засновником теорії порівняльних переваг. Але навіть і ті з них, хто віддає пріоритет Р. Торренсу, вважають, що Д. Рікардо пішов далі, розвинувши його ідею до рівня теорії.

Представником класичної школи був і Джон Стюарт Мілль. У його книзі «Про закони між країнами» (1844 р.) був викладений «закон міжнародної вартості». Сучасний американський економіст Джон Чіпмен вважав цей закон «одним з найбільших досягнень людського інтелекту».

Викладена у працях **Рікардо-Торренса** теорія порівняльних переваг тільки визначила принципи міжнародного розподілу праці, а сформульована **Міллем** ідея «конкуруючої рівноваги» теоретично обґрунтувала положення **Рікардо-Торренса** і розкрила його механізм.

Закони міжнародної конкуренції **Мілля** зводяться в основному до двох найважливіших положень.

Перше: природне прагнення до міжнародної виробничої спеціалізації веде до встановлення рівноваги у вигодах, які дає ця спеціалізація.

Друге: умови повної чи часткової спеціалізації визначаються нерівністю у доходах, які отримують від виробництва. Еластичність змін у споживанні між товарами, що виробляються, і тенденцією до відносного вирівнювання абсолютних вигод держав, які беруть участь у міжнародному обміні, зумовлюють вигоди виробничої спеціалізації.

1.3. Природний розподіл грошового металу.

Поглиблюючи теорію порівняльних переваг, **Д. Рікардо** зробив ряд висновків щодо взаємозалежності рівнів заробітної плати і цін у різних країнах, заклавши основу теорії цін у сфері міжнародної торгівлі. Відкриттям став висновок про те, що «якщо **Португалія** має абсолютну перевагу у вині та сукні, то зовнішня торгівля з **Англією** можлива лише тоді, коли номінальні ставки заробітної плати в **Португалії** будуть вищі, ніж в **Англії**. Якщо почасова ставка заробітної плати у золоті одна і та ж, то **Португалія** не імпортуватиме сукна, оскільки кожний португальський споживач зможе дешевше придбати сукно у вітчизняних виробників. **Англії** ж для сплати за імпорт вина доведеться відправляти золото у **Португалію** доти, поки погодинна заробітна плата у золоті в **Португалії** не зросте настільки, щоб зробити для португальських споживачів вигідним імпорт англійського сукна».

Таким чином, країна з нижчими витратами має вищу погодинну заробітну плату у золотому виразі і, отже, вищі грошові ціни на подібні товари. Таким чином, «природний розподіл грошового металу», запропонований як закон **Д. Юмом**, балансує експорт та імпорт кожної країни і встановлює у цих країнах такі відносні рівні цін, які спонукають їх виробляти товари з порівняльною перевагою. Висновок: відносні рівні цін між країнами визначаються відмінностями

«витрат на придбання золота». Тобто чим вища ефективність праці в експортних галузях країни, що не володіє золотими копальнями, і чим менші витрати перевезення золота, тим нижчі будуть витрати на придбання праці і цін відносно країн, котрі експортують золото у злитках.

Високий рівень заробітної плати у країні може бути результатом високої продуктивності праці, причому у такому разі це дозволяє цій країні конкурувати із зарубіжними виробниками. Загальне відставання окремої країни у продуктивності відносно інших країн світу не обов'язково перешкоджає її участі у міжнародній торгівлі.

Тема 2. Окремі концепції зовнішньоекономічної діяльності

В основі теорії управління лежать дві головні течії економічної науки: кейнсіанство та класичний підхід або неокейнсіанство. Ці два теоретичних напрямки визначають сьгоднішній вигляд механізмів, інструментів і критеріїв оцінки управління зовнішньоекономічною діяльністю.

Система управління зовнішньоекономічною діяльністю, починаючи з термінології статистичних показників, економічних моделей і закінчуючи розробкою зовнішньоекономічної політики і стратегії, ґрунтується на вченні **Джона Мейнарда Кейнса** та класиків монетаризму.

2.1. Кейнсіанство.

У другій половині 20-х – на початку 30-х рр. ХХ ст. **Кейнс** працював над створенням теорії управління народним господарством. Економічні кризи викликали необхідність створення системи управління економікою, включаючи і зовнішню торгівлю. «**Велика депресія**» 1929 р. трагічно підтвердила цю потребу і застала переглянути ліберальні погляди на можливість активного втручання у господарське життя, побудоване на принципах вільного підприємництва.

Наукові погляди **Кейнса**, який закликав до підвищення ролі держави в управлінні економікою, збіглися з історичною необхідністю розвитку інституційного управління. На початку 30-х років макроекономіка стала не тільки основним розділом економічної науки, але й важливою сферою державного управління.

Праця Кейнса «Загальна теорія зайнятості, процента і грошей» (1936 р.) є фундаментом сучасної економічної думки та практики.

Важливий крок у розвитку економічної думки про управління було зроблено вже в останні три десятиріччя, коли інтернаціоналізація господарського життя і взаємозалежність набули всеосяжності і роль зовнішньоекономічних зв'язків як чинника росту та розвитку значно зросла.

Участь країни у міжнародному розподілі праці та забезпечення її міжнародної економічної безпеки є стратегічними напрямками управління зовнішньоекономічною сферою країни.

Теоретичні постулати кейнсіанства та монетаризму підтверджуються практикою.

2.2. Монетаризм.

У 50-60-ті роки ХХ ст. кейнсіанський напрям отримав достойного суперника – монетаризм, який почав застосовуватися у практиці державного регулювання лише на початку 80-х років. Інтелектуальним лідером монетаристів був професор **Чиказького університету Мілтон Фрідман**.

Положенням про незастосовність жорсткого кейнсіанського підходу до регулювання світової економіки монетаристи пояснювали потребу у ліберальних методах управління.

Основні ж відмінності між двома течіями полягають:

а) у підході до визначення факторів, що впливають на зміну сукупного попиту (кейнсіанці вважають, що сукупний попит формується під впливом багатьох чинників, а монетаристи головним називають пропозицію грошей);

б) у трактуванні ролі держави (кейнсіанці виступають за більший ступінь втручання, монетаристи – за менший, дерегулювання).

У 80-ті роки монетаристські концепції актуалізувалися під впливом десятирічної структурної кризи у світовій економіці в уже сформованій взаємозалежності між країнами. Структурні реформи та макроекономічна адаптація у **Західній Європі** передбачали **регулювання** в макро- і зовнішньоекономічній сфері на національному рівні і перехід до «ліберальніших» і «демократичних» форм регулювання фінансовими і монетарними інструментами, координуючи при цьому внутрішню макроекономічну політику та попит.

Цей підхід дав змогу подолати стагфляційний процес, побудува-

ти нову систему регулювання світових господарських зв'язків монетарними засобами, яка враховувала реалії національних суверенітетів і не допускала надмірної наднаціональної директивності.

В економічній літературі ведуться широкі дискусії про механізм регулювання світової економіки, співвідношення національних і багатосторонніх механізмів регулювання. Дискусійним залишається питання про ефективність нинішньої монетарної (неокласичної) системи, – чи вона поступиться місцем наднаціональним інституціям при обмеженні національного економічного суверенітету?

2.3. Теорія Хекшера-Оліна.

Вчені-неокласики мало додали суттєвого до теорії міжнародної торгівлі Мілля. Але ця теорія була перероблена Хекшером й Оліном, двома шведськими економістами. Ця теорія **Хекшера-Оліна** зумовлює модель торгівлі в термінах порівняльної забезпеченості країн факторами виробництва. Країна матиме відносну перевагу у тих продуктах, виробництво яких потребує інтенсивного використання чинника, досить рідкісного у цій країні. Теорія, ввівши «закон порівняльних витрат» **Рікардо**, доповнений і підсилений концепцією обопільного попиту **Мілля**, йде далі, зв'язуючи модель міжнародної торгівлі зі структурою економіки країн, що торгують.

Отже, теорія **Хекшера-Оліна** пропонує інструмент для аналізу впливу змін у торгівлі на власні економічні структури країн, і, зокрема, на внутрішній розподіл доходів. Проте не тільки торгівля вирівнює ціни на всі фактори виробництва у всіх торгуючих країнах. Теорія **Рікардо-Мілля** прижилася з більшим успіхом, ніж багато інших елементів класичної політичної економії, проте навіть ця теорія сьогодні суттєво перероблена.

2.4. Теорія міжнародного руху капіталу.

Теорія міжнародного руху капіталу найактивніше розвивалася в останні десятиріччя. Ліквідація обмежень на рух капіталу в межах територій, які охоплюються західноєвропейським «**Загальним ринком**», міграція приватних капіталів стала основною серед форм проникнення сильніших у фінансовому плані держав в економіку менш розвинутих країн. У цих умовах процес концентрації капіталів виходить за тісні рамки національних господарств. Монополістичні об'єднання руйнують традиційні національні виробничі структури і,

створюючи нові космополітичні виробничі комплекси, вносять суттєві зміни і в структуру зовнішньоторгових зв'язків.

Зростання масштабів вивезення та ввезення капіталів стає причиною того, що попередні канонічні положення «**класичної**» теорії зовнішньої торгівлі переглядаються. Сучасні західні економісти ревізують основні тези «**класичного**» аналізу міжнародних економічних відносин, які ґрунтувалися на теорії міжнародної торгівлі. Системі рикардіанських ідей про міжнародний обмін тепер протиставляються різноманітні версії теорії міжнародного руху чинників виробництва.

Критикуючи рикардіанську ідею про визначальну роль світової торгівлі як головного прискорювача міжнародного розподілу праці і каталізатора росту світової продуктивності, прихильники цих теорій (**Р. Кевіс, А. Юасей, Р. Енен та ін.**) вважають домінуючим у світовому економічному прогресі міжнародне переміщення факторів виробництва, маючи на увазі насамперед міжнародний рух капіталу.

Країна, що відчуває брак капіталу, буде ввозити капіталомісткі товари і вивозити ті, у виробництві яких вона має перевагу. І навпаки, міжнародний рух капіталу змінить зовнішню торгівлю, оскільки зробить наділеність факторами однаковою у різних країнах і ліквідує розбіжності у нормах прибутку.

Наприкінці ХХ століття іноземний капітал усе частіше трактувався західними економістами як необхідний для прискорення процесів національного нагромадження ресурсів, що доповнює внутрішні можливості фінансування інвестицій. Західні економісти (**С. Кузнец, Г. Хаберлер, Г. Джонсон, Дж. Хікс, Г. Меййер та ін.**) у своїх працях посилено поширюють думку про те, що планування економічного зростання у країнах, що розвиваються, у сучасних умовах неможливе без врахування можливості допуску іноземного капіталу в їх економіку.

Внаслідок цього між іноземним капіталом і процесами національного нагромадження встановлюється пряма залежність, яка дозволяє інтерпретувати допуск іноземних монополій і держав у національне господарство країн, що розвиваються, як єдиний надійний засіб прискорення економічного прогресу.

2.5. Тракткування ролі іноземного капіталу з позиції країни-експортера.

Генерішні західні теорії міжнародної торгівлі, поділяючи країни світового ринку на розвинуті і ті, що розвиваються, характеризують їх за ознакою наявності вільних капіталів відповідно як країни, що володіють надлишковою кількістю капіталів і експортують їх, та країни, які потребують вільних коштів і в зв'язку з цим ввозять капітали з-за кордону.

Вважається, що надлишковість вільних капіталів поєднується з надлишком товарів, а це спричиняє перевищення експорту товарів над імпортом. І навпаки, брак капіталів і пов'язаний із ним низький рівень розвитку національної промисловості зумовлює необхідність перевищення ввозу товарів над їх вивозом.

Міграція капіталу разом із торговим балансом країни утворюють співвідношення між національними платежами та валютними надходженнями, які визначаються ступенем розвитку економіки і є фіксованими для кожного рівня розвитку. Після подолання у процесі зростання якогось проміжкового рубежу платіжний дефіцит перетворюється у позитивне сальдо платіжного балансу, і країна, вбравшись із розряду відсталих, досягає заповітної мети – сама стає експортером капіталу у слаборозвинуті країни.

Основна ідея цієї теорії полягає в тому, що, незалежно від соціальних і політичних умов національного економічного розвитку, для кожного ступеня господарського росту існують оптимальні з погляду найкращих можливостей її подальшого розвитку співвідношення між обсягом капіталів, що ввозяться чи вивозяться, і національним доходом.

Один із варіантів таких моделей виконаний західним економістом **Кенетом К. Курихарою**. Для індустріально розвинутих і господарсько відсталих країн автор використовує два дещо відмінних між собою підходи. **У першому випадку** при характеристиці кількісних залежностей між ввозом капіталу і темпом росту слаборозвинутої економіки його зусилля спрямовані на визначення відносного обсягу потрібних іноземних засобів і капіталів для швидкого зростання національного доходу. **Друга модель**, призначена для економічно розвинутих країн, покликана проілюструвати їх потребу у вивозі капіталу і показати його вплив на подальше рівномірне зростання.

В основу моделі для країн, що розвиваються, покладена рівність:

$$I + X = S + M + B,$$

де I означає народногосподарські (внутрішні) інвестиції, X – експорт товарів і послуг, S – національні заощадження, M – імпорт товарів і послуг, B – іноземні фінансові засоби.

Умови рівноваги між інвестиціями та джерелами їх фінансування у широкому розумінні цього слова трактуються у другому випадку як

$$I + X + L = S + M,$$

де на додаток до прийнятих у першому разі позначень L означає «чисті» експортовані фінансові засоби, тобто довгострокові стабільні інвестиції.

2.6. Економічний аспект марксистської теорії імперіалізму.

У марксистському вченні проблемам економічного розвитку держав, а також розриву між бідними та багатими країнами присвячена «теорія імперіалізму».

Під «імперіалізмом» розуміється зовнішня політика, яка прагне до політичного та економічного контролю над відсталими територіями, щоб забезпечити для метрополії сферу використання вільних заощаджень і надлишку промислових товарів в обмін на стратегічні сировинні ресурси. *Економіка страждає від хронічно* недостатнього попиту, від *основних диспропорцій*, які можна виправити тільки відкриттям зовнішніх ринків. Тому **імперіалізм**, а саме пряма чи опосередкована експлуатація відсталих територій, є невід'ємною властивістю будь-якої розвинутої капіталістичної економіки.

Але за відсутності розвинутої інфраструктури – автомобільних доріг, залізниць, гаваней, доків і енергетичних установок – потенційно високий прибуток із капіталу у бідних країнах отримати неможливо.

Марксистська теорія імперіалізму – це редуccionістська теорія, вона відстоює право редукувати всі значущі змінні до змінних економічних. Теорія багата на передбачення: закордонні капіталовкладення рухаються у напрямку бідних країн у відношенні, *обернено пропорційному рівню ефективного попиту* в себе вдома; закордонні капіталовкладення у бідних країнах сконцентровані зазвичай у бідних галузях; залежні країни є головними ринками збуту для това-

рів із великих капіталістичних країн; найбагатші країни – ті, котрим пощастило стати найкрупнішими імперіями, а найбідніші – ті, які були колоніями; і, на завершення, кінець імперіалізму означає також кінець капіталізму і навпаки.

Найбільшого розвитку марксистська теорія імперіалізму набула у працях **В.І. Леніна**. Вслід за **Карлом Марксом** **Ленін** у своїй відомій праці «**Імперіалізм як найвища стадія капіталізму**» стверджував, що у відсталих країнах прибутки, як правило, невисокі, оскільки капіталу недостатньо, ціна на землю відносно низька, а сировина дешева.

Марксистсько-ленінська теорія імперіалізму багата і приваблива передбаченнями, але реальний світ не менш багатий прикладами її спростування. В суспільних науках існує мало теорій, які б стільки разів спростовувалися практикою, як це відбувалось і буде, очевидно, відбуватися з теорією імперіалізму.

ЛІТЕРАТУРА

- ▣ *Блауг М.* Экономическая мысль в ретроспективе. – М., 1994.
- ▣ *Кейнс Дж. М.* Общая теория занятости, процента и денег. – М., 1978.
- ▣ *Кредісов К. та ін.* Управління зовнішньоекономічною діяльністю. – К.: ВІРА-Р, 1998.
- ▣ *Ленін В.* Империализм как высшая стадия капитализма / Полн. собр. соч. – Т. 27.
- ▣ *Рикардо Д.* Начала политической экономии и налогового обложения. – М., 1955. – Т. 1-4.
- ▣ *Смитт А.* Исследования о природе и причинах богатства народов. – М., 1962.
- ▣ *Стровский Л.Е.* Внешнеэкономическая деятельность предприятия. – М.: ЮНИТИ, 1999.
- ▣ *Сухарський В.С.* Економічний словник-довідник. – Тернопіль: Навчальна книга – БогДан, 2001.
- ▣ *Сухарський В.С.* Менеджмент (загальний з основами спеціального). – Тернопіль: Астон, 2004.
- ▣ *Rukstad M.* Corporate Decision Making in the World Economy: Company Case Studies. – Dryden Press, 1992.
- ▣ *Smithin I.* Macroeconomic Policy and the Future of Capitalism. – Brookfield, 1996.

РОЗДІЛ 3

СУТЬ, ПРИНЦИПИ ТА МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ

Тема 1. Суть управління зовнішньоекономічною діяльністю.

1.1. Суть управління зовнішньоекономічною діяльністю в Україні.

1.2. Принципи, якими треба керуватися, здійснюючи управлінську діяльність в Україні.

1.3. Склад керуючої та керованої систем в Україні та їх основні функції.

Тема 2. Методи управління зовнішньоекономічною діяльністю.

Тема 3. Система управління зовнішньоекономічною діяльністю.

Тема 4. Організація управління зовнішньоекономічною діяльністю на підприємствах.

Тема 1. Суть управління зовнішньоекономічною діяльністю

1.1. Суть управління зовнішньоекономічною діяльністю в Україні.

Під зовнішньоекономічною діяльністю розуміють сукупність напрямів, форм і методів торговельно-економічного, науково-технічного співробітництва, а також кредитних і валютно-фінансових відносин даної країни із зарубіжними державами з метою ефективного використання переваг міжнародного поділу праці. Торговельно-економічні відносини охоплюють торгівлю і послуги.

Управління зовнішньоекономічною діяльністю – це системний вплив на об'єкт (виробничі структури, фірми, організації, колективи людей) для забезпечення їх життєздатності, узгодженості в роботі і досягнення кінцевого результату. Важливим елементом управління зовнішньоекономічною діяльністю є формування цілей, котре виступає як передбачення результатів управлінської діяльності.

У напрямку управління зовнішньоекономічною діяльністю розрізняють поняття керуючої і керованої ланок. **Керуючу ланку** представляють спеціальні органи управління, працівники апарату управління, що безпосередньо здійснюють розробку і реалізують рішення з метою кращого використання потенціальних можливостей, закладених у керованій ланці, і досягнення поставленої мети. **Керована ланка** є елементом системи, що сприймає керований вплив від керуючої ланки.

1.2. Принципи, якими треба керуватися, здійснюючи управлінську діяльність в Україні.

Здійснюючи управління зовнішньоекономічною діяльністю, суб'єкти і об'єкти **України** й іноземні об'єкти господарської діяльності керуються такими **принципами**:

- **умовами суверенітету** України у здійсненні зовнішньоекономічної діяльності, який передбачає виключне право громадян України самостійно та незалежно здійснювати зовнішньоекономічну діяльність на території України; обов'язку країни неухильно виконувати всі договори і зобов'язання в сфері міжнародних економічних відносин;
- **умовами свободи** зовнішньоекономічного підприємництва, правом вступати у зовнішньоекономічні зв'язки, здійснювати їх у будь-яких формах, які прямо не заборонені чинними законами України, дотримуватися законів України, бути власниками всіх одержаних результатів;
- **забезпеченням юридичної рівності** і неприпустимості дискримінації, заборонами будь-яких, крім передбачених законами України, дій держави, результатом яких є обмеження прав і дискримінація суб'єктів і об'єктів зовнішньоекономічної діяльності, а також іноземних об'єктів господарської діяльності за формами власності, місцем розташування та іншими ознаками; неприпустимості обмежувальної діяльності, крім випадків, передбачених законами України;
- **забезпеченням верховенства закону** – неухильним дотриманням в управлінні зовнішньоекономічною діяльністю законів України, заборонаю застосування підзаконних актів та актів управління місцевих органів, що створюють для суб'єктів і

об'єктів зовнішньоекономічної діяльності менш сприятливі умови, ніж ті, які встановлені законами України;

- **фактом захисту суб'єктів і об'єктів зовнішньоекономічної діяльності;** забезпечення державою однакового захисту всіх суб'єктів і об'єктів зовнішньоекономічної діяльності та іноземних об'єктів господарської діяльності на її території згідно з законами України: (держава захищає всі об'єкти зовнішньоекономічної діяльності України за межами країни; здійснює захист державних інтересів України як на її території, так і за її межами лише згідно із законами України, умовами підписаних нею міжнародних договорів та нормами міжнародного права);
- **принципом еквівалентності обміну,** неприпустимості демпінгу, за умовами, що низький рівень цін не зумовлюється відповідним рівнем витрат виробництва такого товару в Україні.

1.3. Склад керуючої та керованої систем в Україні та їх основні функції.

В Україні до *керуючої* системи зовнішньоекономічною діяльністю відносяться:

- **Верховна Рада країни,** до компетенції якої належать: прийняття змін та скасування законів; затвердження головних напрямів зовнішньої політики України; розгляд, затвердження та зміна структури органів державного управління зовнішньоекономічною діяльністю; укладання міжнародних договорів України; приведення чинного законодавства України у відповідність з правилами, встановленими цими договорами; встановлення спеціальних режимів зовнішньоекономічної діяльності на території України;
- **Кабінет Міністрів,** який направляє та координує діяльність міністерств, державних комітетів та відомств України по управлінню зовнішньоекономічною діяльністю; погоджує роботу торговельних представництв України в іноземних державах; приймає нормативні акти з питань управління зовнішньоекономічною діяльністю у випадках, передбачених законами України; проводить переговори і укладає міжурядові договори України з питань зовнішньоекономічної діяльності у випадках, передбачених законами України; забезпечує виконання міжнародних договорів з питань зовнішньоекономічної діяльності всіма дер-

жаними органами управління; вносить на розгляд **Верховної Ради України** пропозиції про систему міністерств, державних комітетів і відомств – органів оперативного управління зовнішньоекономічною діяльністю; забезпечує складання платіжного балансу, зведеного валютного плану; здійснює заходи для раціонального використання коштів **Державного валютного фонду** країни;

- **Національний банк**, який забезпечує зберігання і використання золотовалютного резерву України та інших державних коштовностей; представляє інтереси України у відносинах із центральними банками інших держав, міжнародними банками та фінансово-кредитними установами і укладає відповідні міжбанківські угоди; регулює курс національної валюти України; здійснює облік і розрахунки по наданих і одержаних державних кредитах і позиках, проводить операції з центральними валютними ресурсами, які виділяються з **Державного валютного фонду України** у розпорядження банку; виступає гарантом кредитів, що надаються підприємствам і організаціям зовнішньоекономічної діяльності іноземними банками, фінансовими та іншими міжнародними організаціями під заставу **Державного валютного фонду** та іншого державного майна України;
- **Міністерство зовнішніх економічних зв'язків і торгівлі**, яке забезпечує проведення єдиної зовнішньоекономічної політики; координує зовнішньоекономічну діяльність, здійснює заходи нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності; виконує інші функції згідно із законами України;
- **Державний митний комітет**, який здійснює митний контроль в Україні згідно з чинними законами;
- **Антимонопольний комітет**, який здійснює контроль за дотриманням підприємствами і організаціями зовнішньоекономічної діяльності антимонопольного законодавства;
- **місцеві Ради народних депутатів** та їх розпорядчі органи, які діють згідно із законами України.

До *керованої* системи управління зовнішньоекономічною діяльністю відносяться:

- **фізичні особи** – громадяни України, іноземні громадяни та особи без громадянства, які мають цивільну правоздатність і дієздатність згідно з законами України і постійно проживають на

- території України;
- **заресстровані в Україні юридичні особи**, які мають постійне місцезнаходження на території України (підприємства, організації та об'єднання всіх видів, включаючи акціонерні та інші види господарських товариств, асоціації, спілки, концерни, консорціуми, торговельні дома, посередники та консультативні фірми, кооперативи, кредитно-фінансові установи, міжнародні об'єднання, організації та інші), в тому числі юридичні особи, майно або капітал яких є повністю у власності іноземних об'єктів господарської діяльності;
 - **об'єднання фізичних чи юридичних або фізичних і юридичних осіб**, які є юридичними особами, але які не мають постійного місцезнаходження на території України і яким цивільно-правовими законами України не заборонено здійснювати господарську діяльність;
 - **структурні одиниці іноземних об'єктів** господарської діяльності, які не є юридичними особами згідно з законами України (філії, відділення тощо), але мають постійне місцезнаходження на території України;
 - **інші об'єкти** господарської діяльності, передбачені законами України.

До видів управління зовнішньоекономічною діяльністю, яку здійснюють в Україні суб'єкти і об'єкти цієї діяльності, належать:

- **експорт та імпорт товарів, капіталів та робочої сили. Експорт (експорт товарів)** – продаж товарів іноземним об'єктам господарської діяльності та вивезення товарів через митний кордон України, включаючи реекспорт товарів, крім передачі майна об'єктами зовнішньоекономічної діяльності іноземному об'єкту господарської діяльності за кордоном як натуральної частки участі у формуванні статутного капіталу при спільній господарській діяльності. При цьому термін «реекспорт» означає продаж іноземним об'єктам зовнішньоекономічної діяльності на вивезення за межі України товарів, раніше імпортованих на територію України. **Імпорт (імпорт товарів)** – закупка в іноземних об'єктів зовнішньоекономічної діяльності товарів та їх ввезення на територію України, включаючи закупку товарів, призначених для власного споживання установами та організа-

ціями України, розташованими за її межами. **Експорт (імпорт) капіталу** – вивезення за межі (ввезення на територію) України капіталу у будь-якій формі (валютних коштів, продукції, послуг, робіт, прав інтелектуальної власності та інших немайнових прав) з метою одержання прибутків від виробничої та інших форм господарської діяльності;

- **надання об'єктами зовнішньоекономічної діяльності України послуг іноземним об'єктам господарської діяльності**, в тому числі: виробничих, транспортно-експлуатаційних, страхових, консультативних, маркетингових, експортних, посередницьких, брокерських, агентських, консигнаційних, управлінських, облікових, аудиторських, юридичних, туристичних та інших; надання вищезазначених послуг іноземними об'єктами господарської діяльності об'єктам зовнішньоекономічної діяльності України;
- **наукова, науково-технічна, науково-виробнича, виробнича, навчальна та інша кооперація з іноземними об'єктами господарської діяльності**; навчання та підготовка спеціалістів на комерційній основі;
- **міжнародні фінансові операції** та операції з цінними паперами у випадках, передбачених законами України;
- **кредитні та розрахункові операції між об'єктами зовнішньоекономічної діяльності України та іноземними об'єктами господарської діяльності**; створення об'єктами зовнішньоекономічної діяльності банківських та страхових установ за межами України; створення іноземними об'єктами господарської діяльності зазначених установ на території України;
- **спільна підприємницька діяльність між об'єктами зовнішньоекономічної діяльності України та іноземними об'єктами господарської діяльності**, що включає створення спільних підприємств різних видів і форм, проведення спільних господарських операцій та спільне володіння майном як на території України, так і за її межами;
- **підприємницька діяльність на території України, пов'язана з наданням ліцензій, патентів, ноу-хау, торговельних марок та інших нематеріальних об'єктів власності з боку іноземних об'єктів господарської діяльності**; аналогічна діяльність об'єктів зовнішньоекономічної діяльності за межами України;

- **організація та здійснення діяльності в галузі проведення виставок, аукціонів, торгів, конференцій, симпозіумів, семінарів та інших подібних заходів, що здійснюються на комерційній основі за участю об'єктів зовнішньоекономічної діяльності; організація та здійснення оптової, консигнаційної та роздрібно торгівлі на території України за іноземну валюту у передбачених законами України випадках;**
- **товарообмінні (бартерні) операції та інша діяльність, побудована на формах зустрічної торгівлі між об'єктами зовнішньоекономічної діяльності та іноземними об'єктами господарської діяльності;**
- **орендні, в тому числі лізингові, операції між об'єктами зовнішньоекономічної діяльності України та іноземними об'єктами господарської діяльності;**
- **операції по придбання, продажу та обміну валюти на валютних аукціонах, валютних біржах та на міжбанківському валютному ринку. Іноземна валюта – валюта готівкою, грошові знаки (банкноти, білети державної скарбниці, монети), що знаходяться в обігу і є законним платіжним засобом на території відповідної іноземної держави, а також вилучені або ті, що вилучаються з обігу;**
- **робота на контрактній основі фізичних осіб України з іноземними об'єктами господарської діяльності як на території України, так і за її межами; робота іноземних фізичних осіб на контрактній основі з об'єктами зовнішньоекономічної діяльності як на території України, так і за її межами;**
- **інші види зовнішньоекономічної діяльності, не заборонені прямо і у виключній формі законами України.**

Тема 2. Методи управління зовнішньоекономічною діяльністю

В економіках з ринковим типом відносин підприємства і організації зовнішньоекономічної діяльності є *об'єктом* і *суб'єктом* управління зовнішньоекономічної діяльності, носієм управлінських функцій.

Метод управління – це спосіб здійснення управлінської діяльності, при якому досягаються цілі управління зовнішньоекономіч-

ною діяльністю. Методи управління тісно пов'язані з принципами управління. Методи управління виступають у ролі способів реалізації принципів. Методи мають більш альтернативний характер.

Для зовнішньоекономічної діяльності характерні два методи управління – **економічний і адміністративний**.

Головними інструментами економічних методів управління є митний тариф на товари, що ввозяться або вивозяться з території України; митні збори; ціни на експортовані та імпортовані товари; акцизний збір; норми прискореної амортизації основних виробничих фондів; норми амортизації на імпортне обладнання; ставки надання і одержання кредитів, ставки страхування експортних кредитів, позик; іноземні інвестиції на території України та інші.

Основними інструментами адміністративних методів управління є ліцензування і квотування товарів, заборона окремих видів експорту та імпорту товарів, застосування спеціальних імпортних процедур та спеціальних правових режимів, заходи проти недобросовісної конкуренції, розгляд спорів, що виникають у процесі зовнішньоекономічної діяльності.

Ліцензія – дозвіл на експорт (імпорт) товару з визначенням його загального обсягу.

Квота – граничний обсяг певної категорії товарів, який дозволено експортувати (імпортувати) протягом встановленого строку, та який визначається у натуральних чи вартісних одиницях.

Тема 3. Система управління зовнішньоекономічною діяльністю

Система управління зовнішньоекономічною діяльністю охоплює широке коло об'єктів і може бути розбита на розділи (сегменти) з використанням ряду критеріїв і аналітичних ознак.

Важливою ознакою є *екзогенність* та *ендогенність* складових. За цією ознакою вся система поділяється на національне управління та багатостороннє регулювання зовнішньоекономічної діяльності. **Управління зовнішньоекономічною діяльністю** можна подати у вигляді макроекономічної та світогосподарської її частин.

Ці частини створюють середовище, в якому самостійним розділом виступає управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємств.

Багатосегментність управління зовнішньоекономічною діяльністю не виключає, однак, наявності критерію, що визначає підсумкову її ефективність. Таким є стан макроекономіки і, зокрема, зовнішньоекономічної сфери.

Оцінка ефективності зовнішньоекономічної політики і регулювання ґрунтується на внесковій цієї сфери у зростання сукупного попиту і кількісно виражається абсолютними річними значеннями чистого експорту (сальдо платіжного балансу) та показниками його ваги у валовому національному продукті.

Формула сукупного попиту Кейнса демонструє роль і місце зовнішньоекономічної сфери у формуванні сукупного попиту:

$$ВНП = C + I + G + (E - M),$$

де:

- C – споживчий попит,
- I – інвестиційний попит,
- G – державні витрати,
- E – експорт,
- M – імпорт.

Управління зовнішньоекономічною діяльністю на національному і світогосподарському рівнях охоплює **такі галузі і процеси економічного життя:**

- імпорт і експорт;
- валютні ринки, об'єкти, механізми та інструменти валютного регулювання;
- іноземні інвестиції та інвестиційні інститути;
- вільні економічні зони;
- міжнародні фінансові організації (у т.ч. напрямки та умови діяльності);
- міжнародні товарні ринки (товарні біржі, товарні аукціони, торги, ярмарки, виставки).

А управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства **включає:**

- розробку ринкової стратегії фірм різних видів і форм власності;
- проведення маркетингових досліджень на зовнішньому ринку;
- укладання та виконання міжнародного контракту у комерційній діяльності;

- ціноутворення на зовнішньому ринку;
- способи, засоби та форми платежів у міжнародних розрахунках;
- врахування зовнішньоекономічних операцій (експорт та імпорт товарів);
- забезпечення транспортування вантажів у зовнішній торгівлі;
- страховий захист вітчизняних та зарубіжних учасників різних форм міжнародного співробітництва.

Такий менеджмент **передбачає**:

- розробку бізнес-плану підприємства, виходячи з його цілей, аналізу виробничого потенціалу та фінансово-планової діяльності, а також аналізу оточення (стану галузі, ринку, конкуренції);
- прийняття інвестиційних рішень на основі існуючих методів оцінки інвестицій і фінансового аналізу інвестиційних проєктів;
- розробку стратегії, тактики і техніки залучення інвестора до реалізації проєкту.

Тема 4. Організація управління зовнішньоекономічною діяльністю на підприємствах

На підприємствах, які здійснюють експорт і імпорт товарів, зовнішньоторговельні функції управління будуються в основному у двох формах: **як частка внутрівиробничої структури – зовнішньоекономічний відділ і як відносно самостійна організація – зовнішньоторговельна структура.**

У теперішніх умовах підприємства мають не лише зберегти свій потенціал, якість і асортимент товарів на досягнутому рівні, але й удосконалити експорт і імпорт товарів. У даний час, коли збут і закупки продукції ускладнюються, підприємства прагнуть справлятися з цим власними зусиллями. Економічну політику в сфері експорту й імпорту товарів здійснює зовнішньоекономічний відділ, провідна роль у якому належить службі маркетингу.

Головними функціями зовнішньоекономічного відділу є: маркетингова діяльність; вивчення ринків збуту та закупки товарів; експорт та імпорт товарів; облік досягнень конкурентів на внутрішньому і зовнішньому ринках; прогнозування світових тенденцій в економіці, міжнародних відносинах та зовнішньоекономічній діяльності; виставкова діяльність; підготовка та здійснення реклами своїх

товарів; вивчення цінової політики та кон'юнктури ринків; збір і обробка інформації про ціни, якість та обсяги продажу конкурентоспроможної продукції; укладання контрактів; оформлення документів; організація зустрічей з іноземними діловими людьми; розробка перспективних планів експорту й імпорту товарів; розробка кошторису витрат на здійснення зовнішньоекономічної діяльності; визначення ризиків; фінансове забезпечення зовнішньоекономічної діяльності.

На великих підприємствах організаційна структура зовнішньоекономічного відділу складається з таких підвідділів: *експорту, імпорту, діловодства і перекладів, реклами і виставок, фінансово-валютних операцій*.

Підвідділи експорту й імпорту товарів опрацьовують перспективи проведення необхідних заходів з наукового, економічного і торговельного співробітництва із зарубіжними країнами; організують переговори із зарубіжними делегаціями; збирають і накопичують інформацію з питань світової торгівлі; розробляють перспективні плани з експорту та імпорту товарів; визначають завдання для спеціалістів, що відряджаються за кордон; готують проекти контрактів на експорт та імпорт товарів; визначають ступінь конкурентоспроможності товарів на світовому ринку; опрацьовують заходи з метою уникнення антидемпінгового важеля.

Підвідділ діловодства і перекладів організує протокольні заходи, здійснює консультації з іноземними спеціалістами, оформляє документи для запрошення іноземних спеціалістів; забезпечує перекладачами іноземних спеціалістів, делегації, а також перекладає каталоги, проспекти, іншу комерційну документацію.

Підвідділ реклами та виставок розробляє заходи щодо стимулювання попиту на товари, аналізує ефективність реклами, вивчає умови укладання контрактів, опрацьовує анкети для вивчення потреб споживачів і покращення обслуговування.

Підвідділ фінансово-валютних операцій здійснює вибір найбільш оптимального підходу до ціноутворення при експорті й імпорті товару; аналіз цін на ринку товарів та курсів на валютному ринку; розрахунок потреби в кредитах та позичках; опрацювання форм оплати при експорті-імпорті товарів; визначення сальдо зовнішньоекономічної діяльності; розрахунок сум обігових коштів для здійснення зовнішньоекономічної діяльності.

Для підвідділу фінансово-валютних операцій валютний курс –

це засіб управління експортом і імпортом товарів.

Відповідною структурою є **зовнішньоекономічна фірма**. Вона є посередницькою організацією при підприємствах, має юридичну самостійність і надає широке коло послуг з експорту й імпорту товарів, у тому числі і щодо пошуку зарубіжного покупця на товар. Фірма видає гарантії стосовно оплати покупцеві та виконує митні формальності і діє від імені та за дорученням підприємства чи організації.

ЛІТЕРАТУРА

- 📖 *Завадський Й.С.* Менеджмент. Том 1. – К.: Українсько-фінський інститут менеджменту і бізнесу, 1998.
- 📖 *Кредісов А.І. та ін.* Управління зовнішньоекономічною діяльністю. –К.: ВІРА-Р, 1998.
- 📖 *Стровський Л.Е.* Внешнеэкономическая деятельность предприятия. – М.: ЮНИТИ, 1999.
- 📖 *Сухарський В.С.* Економічний словник-довідник. – Тернопіль: Навчальна книга – БогДан, 2001.
- 📖 *Сухарський В.С.* Менеджмент (загальний з основами спеціального). – Тернопіль: Астон, 2004.
- 📖 *Сухарський В.С.* Зовнішньоекономічна діяльність: організація, технологія, практика, управління. – Тернопіль: Астон, 2006.

РОЗДІЛ 4

ПРОБЛЕМИ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ ТА СТАН ТОРГІВЛІ ТОВАРАМИ І ПОСЛУГАМИ

Тема 1. Сучасні проблеми зовнішньоекономічної діяльності України.

Тема 2. Україна у світовому торговому просторі.

2.1. Місце зовнішньої торгівлі в економіці України.

2.2. Структурні особливості експортно-імпортних відносин України.

2.3. Торгівля з країнами СНД.

Тема 1. Сучасні проблеми зовнішньоекономічної діяльності України

Ефективна інтеграція **України** у світовий економічний простір є обов'язковим завданням побудови її економіки. Але для того, щоб цей процес дійсно приніс очікувані результати, потрібно реалізувати кілька важливих положень. Вони повинні ґрунтуватися на: знанні і прогнозуванні тенденцій у змінах зовнішньоекономічного середовища, у якому повинно функціонувати національне господарство **України**; чіткому понятті необхідності (збалансованої з національними інтересами) трансформації національного господарства, що могла б забезпечити ефективну взаємодію зі світовим господарством на основі високого рівня конкурентоспроможності економіки.

Україна тільки входить у систему світового господарства, і від того, як цей процес буде відбуватися, залежить не тільки і не стільки динаміка зовнішньої торгівлі, а насамперед – можливість подальшого соціального й економічного розвитку держави як органічної підсистеми світової економіки. У процесі інтеграції у світове економічне господарство **Україна** зустрічається з величезними труднощами. Це обумовлюється рядом причин.

По-перше, Україна не визначилася повною мірою, з основними напрямками і механізмом структурної перебудови економіки, з урахуванням особливостей розвитку світової системи господарювання та реальних напрямків інтегрування в неї **України**.

По-друге, дорого коштують питання безпеки в сфері зовнішньо-

економічних відносин, які необхідно вирішувати з позицій активного конкурентного протистояння на світовому ринку.

По-третє, існуючі протиріччя регіонального характеру вимагають довгострокових, договірних принципів, активного включення в інтеграційні процеси, з урахуванням глобальних національних пріоритетів.

По-четверте, спроби активного спілкування і діалогу з міжнародними фінансовими інститутами – як гарантими входження **України** у світовий ринок і відновлення економіки – поки що викликають неадекватну реакцію широких кіл української громадськості, оскільки дотепер не чітко визначені орієнтири нашої країни ні в розвитку її «внутрішньої» економіки, ні в пошуках її майбутнього місця у світовому господарстві.

Перерахування причин, що обумовлюють актуальність розробки концепції довгострокової зовнішньоекономічної політики на **15-20** років, підтверджує, що дотепер не існує ні доктрини, ні налагодженої зовнішньоекономічної політики нашої країни. Її зовнішньоекономічна політика – це, в основному, епізодична торгівля, **пріоритети** якої часто міняються. Але зовнішньоекономічна політика – це не тільки торгівля, не тільки інвестиційне і науково-технічне співробітництво, не тільки створення договірного простору і забезпечення національної економічної безпеки. Це весь комплекс проблем, вирішення яких націлене на органічне інтегрування національного господарства в систему світового господарства та максимізації своєї частки світового доходу.

Існуючі концептуальні підходи до зовнішньоекономічної політики **України** складають стрижень зовнішньоекономічної політики. Орієнтація на глобальні зміни і тенденції, їхнє прогнозування в довгостроковому режимі, адекватна політика нашої держави можуть привести до позитивних змін у її положенні на світовому ринку.

Україна формує динамічну стратегію реформування економіки, активізує свою діяльність на світовій арені. У зв'язку з цим особливо актуальним стає розробка не тільки стратегічних напрямків в інтеграції нашої країни у зовнішньоекономічні орієнтири і доктрини, але і стратегічних прийомів інтегрування, які б дозволили нарівні взаємодіяти з міжнародно-економічними організаціями, іноземними партнерами і конкурентами.

Сьогоднішні реалії взаємин **України** зі світовою господарською

сферою інколи характеризуються невідповідністю її економіки до високоефективних форм зовнішньоекономічного співробітництва.

У сучасній сфері зовнішньоекономічні зв'язки національних економік охоплюють широкий спектр взаємодій: торговий обмін повинен перетворитися у науково-технологічне й інвестиційне співробітництво.

Виробничо-інвестиційне співробітництво в результаті інтернаціоналізації виробництва і капіталу не підриває товарне виробництво, а модифікує його, робить більш ефективним.

Таке виробництво ґрунтується на технологічному співробітництві, що вийшло за межі національних кордонів; на нових поділах праці, на найсучасніших формах обміну товарами. Але для **України** є властивим «постачальницько-збутовий» і «посередницько-торговий» менталітет виходу на світовий ринок. Щоб побороти відсталість нашого виробництва, його системну несумісність зі світовим, необхідно перейти до нової моделі взаємин національного господарства зі світовим.

При цьому варто орієнтуватися на виробничо-інвестиційну модель і співробітництво в усіх напрямках виробничо-технічного процесу, з винесенням частини з них за національні рамки. Орієнтація винятково на зовнішньоекономічну модель співробітництва приведе до ще більшого поглиблення структурної кризи, оскільки вона значною мірою є похідною від існуючої структури виробництва. У даному випадку варто піклуватися не про вихід на світову арену окремих українських товарів, а про функціонування на ній визначених конкурентоспроможних галузевих і міжгалузевих блоків, регіонально-виробничих анклавів і т.д.

Головна мета державної зовнішньоекономічної політики повинна бути у створенні умов для формування довгострокових конкурентних переваг у вітчизняних товаровиробників. Така постановка проблеми чітко сформульована ще **М. Портером**, і підходи щодо її розв'язання використовуються різними країнами.

При цьому політика базується на **таких рекомендаціях**:

- національне економічне процвітання ґрунтується на високому рівні продуктивності праці;
- у галузях конкурують підприємства, а не країни;
- національна конкурентна перевага має відносний характер;

- динамічне відновлення приводить до визначених конкурентних переваг, а не до короткострокового виграшу на рівні зниження витрат;
- конкурентні переваги в галузях промисловості створюються протягом десятиліть або більшого терміну;
- країни домагаються переваг завдяки своїм розходженням, а не подібності;

Експортна орієнтація економіки і лібералізація зовнішньоекономічних зв'язків, як **основне завдання зовнішньоекономічної політики України** вимагає визначення існуючих і потенційних конкурентних переваг українських товаровиробників, а також причин, що їх формують, і механізму реалізації цих переваг. Це питання варто розглянути **в двох площинах**:

- 1) з позиції порівняльних переваг на основні фактори виробництва;
- 2) з позицій отриманих (що створюються суспільством) конкурентних переваг.

Ключем до розуміння наших позицій на зовнішніх ринках має бути інтегрований критерій конкурентоспроможності, рівень ефективності використання ресурсів. **Україна** має значні природні переваги у вигляді робочої сили, вигідного географічного положення, багатих природних ресурсів.

Але наші конкурентні переваги мають кон'юнктурний характер по обмеженій групі товарів і на ринках, не визначають дійсний рівень світової конкуренції.

Потенціал соціально-економічної системи і його вимір використовується для країн у регіональному зрізі за багатомірними динамічними критеріями, що інтегрують природно-ресурсні, економічні, соціальні, політичні й інші умови.

Потенціал системи – це її здатність досягти поставленої мети при наявних ресурсах і умовах їхнього використання, тобто це рівень ефективності використання обмежених ресурсів.

Експортний потенціал можна визначити як суму благ, що національна економіка може зробити і реалізувати за свої межі, без збитків для себе. Але у всіх випадках – при визначених зовнішніх і внутрішніх обмеженнях, намагаючись максимізувати власний прибуток. **Експортний потенціал країни** – це також здатність націона-

льної економіки виявляти свої конкурентні переваги на світовій арені. Це питання вимагає ретельного аналізу та напрацювання відповідних пропозицій.

Конкурентоспроможність національної економіки – це вирішальний критерій лібералізації зовнішньоекономічних зв'язків і рівня відкритості економіки, що є першим каменем у фундаменті зовнішньої політики.

Сьогодні економіка **України** з огляду на її важке становище має низьку конкурентоспроможність і є дуже відкритою. Головним каналом відкритості є зовнішня торгівля. Її частка у **ВВП** коливається від 8-10% у великих країнах до 70-80% у деяких маленьких країнах (**Голландія, Бельгія** й інші). За оцінками фахівців, рівень відкритості економіки **України**, розрахований як частка експортної квоти у **ВВП**, складає **більше однієї третини**.

Така ситуація для вітчизняної економіки є наслідком відкритості і низької конкурентоспроможності, безсистемної торгівлі на тлі глибокої кризи. Яке-небудь коливання кон'юнктури світових товарних ринків може призвести українських виробників до банкрутства через відсутність запасу міцності.

Які конкурентні переваги властиві українській економіці? Як правило, більшість авторів ставлять на: **дешеву робочу силу, розвинену промисловість, можливості АПК і ВПК, наявність високих технологій і розвинену науку**. Але перебільшений оптимізм є набагато гіршим, ніж виваженість і обережність в оцінці своїх реальних можливостей.

1. Дешева робоча сила. Часто цей постулат приймається на віру, тому що вартість робочої сили ідентифікується з низькою заробітною платою, без обліку продуктивності праці. В **Україні** реальна заробітна плата зайнятого в матеріальному виробництві складає приблизно **13%** від відповідного показника по **США**, а продуктивність праці – приблизно **20%**. Таким чином, якщо порівняти ці показники, то в **Україні** ціна праці, витрачена на виробництво одиниці національного доходу (**НД**), є усього на **35%** менша ніж у **США**. Але ця різниця поглинається низькою якістю праці і товарів.

Сумнівним є твердження про досить високий професійний рівень нашої робочої сили. Адже третина працівників у промисловості, три четвертих у сільському господарстві і близько половини в будівництві зайняті ручною некваліфікованою працею. Не можуть

бути висококваліфікований лікар, учитель, вчений і інші фахівці, якщо вони не використовуватимуть досягнення НТП.

Якщо до цього додати низьку трудову дисципліну і менталітет, то робоча сила **не є конкурентоспроможною** на світовому ринку. Вимоги підвищення конкурентності відносяться до **якісних** характеристик трудових ресурсів, **дисципліни, кваліфікації, відношення до праці, організації і керування виробництвом і т.п.** Значне розширення в індустріально розвинених країнах електронних і інформаційних технологій, з обліком їх працезберігаючого ефекту ставлять під сумнів конкурентні переваги, досягнуті за рахунок дешевої робочої сили.

2. Відносно розвинута промисловість, що може забезпечити гідне місце на ринках країн, що розвиваються, і країн СНД.

Але ринки країн, що розвиваються, вимагають значних кредитів. В іноземних інвестиціях зацікавлена більшість країн, що розвиваються. Отже, в найближчі **15-20 років Україна** навряд чи зможе реалізувати таку політику в масштабах, достатніх для завоювання позиції лідера. До того ж варто враховувати так званий «російський слід» на цих ринках.

Тому, на будь-які світові ринки ми повинні виходити з конкурентоспроможною продукцією, а не шукати невибагливих клієнтів.

При визначенні експортно орієнтованих виробництв необхідно керуватися запитами світового ринку, активно ці запити задовольняючи. На світовому ринку немає незаповнених сегментів. Отже, потрібно вишукувати їх і активно брати участь у їхньому заповненні.

3. Можливість швидкої експортної орієнтації сільського господарства і переробних галузей. З позиції оцінки первинних факторів конкурентних переваг **Україна** займає вигідне положення: гарні землі, помірний клімат, велика кількість робочої сили, зручне географічне положення, великі ринки збуту і т.д. Однак, **АПК України** знищений майже повністю, і вести мову про його конкурентні можливості не коректно. Якщо це і стане можливим, то принаймні не найближчим часом. В останні роки **Україна** не тільки не продає, наприклад, зерно, а його купує. Така ж ситуація з цукром, м'ясом та іншими товарами. І нарешті, кому продавати продукцію? На **Заході** вона не потрібно. Залишаються тільки **Росія** – і колишні республіки **СРСР**. **Росія** це великий ринок збуту, де розпалюється гостра конкуренція між основними виробниками сільськогосподар-

ської продукції. Наші сільськогосподарські продукти в **Росії**, в основному, вимінюються на нафту і газ. Такий обмін не еквівалентний, адже легше установити світові ціни на енергоносії, і практично ніхто не купує сільськогосподарську продукцію в **Україні** за світовими цінами. За світовими цінами наша продукція сільського господарства неконкурентоспроможна навіть на російському ринку. Отже, експортний потенціал **України** в цій галузі може стати значним тільки через **15-20 років**.

4. Значний технологічний потенціал ВПК, а також у сфері науково-дослідних робіт і науки. Одна з його сторін – ефективність виробництва. Основна маса конкурентних технологій сконцентрована у ВПК, де вони розроблялися і застосовувалися, як правило, для випуску малих серій і одиничних екземплярів. У цій сфері ефективність мала не економічний зміст. Чи вигідно виготовляти ракети, танки, кораблі, літаки і продавати на світовому ринку виготовленні в одиничних екземплярах? І основне: **ВПК**, з одного боку, і конверсія, з іншого, вимагають постійних великих вкладень для того, щоб їхня продукція була конкурентоспроможною.

З **ВПК** пов'язуються надії по виходу на світовий ринок з високими технологіями. Але варто зазначити, що цей оптимізм занадто перебільшений. Адже це сфера високих технологій, і її функціонування фактично згорнуто. Стагнація є спадщиною паралічу підприємств, що мають ці високі технології. У них звужився внутрішній ринок, і практично законсервовані підприємства-гіганти.

Розвиток науки – це реальний для **України** шлях у світове співтовариство через підвищення рівня конкурентоспроможності її економіки. Саме наука є основною силою, що робить, за **термінологією М. Портера**, розвинені джерела конкурентних переваг, що мають вирішальне значення в конкурентній боротьбі. Це підтверджує досвід **Японії, Італії, Тайваню** й інших країн. Сучасний курс на підвищення експорту будь-якою ціною у перспективі не ефективний.

Для одержання й утримання конкурентних переваг у наукових галузях, що можуть скласти основу для експортно-орієнтованої стратегії, необхідно мати стабільні переваги у визначених сферах науки, а також у галузях, зв'язаних з виробництвом кінцевого продукту.

У контексті розробки довгострокової зовнішньоекономічної політики необхідно оптимально **збалансувати коротко-, середньо- і довгострокові інтереси держави**, з врахуванням динаміки економі-

чних реформ і структурних перетворень у народногосподарському комплексі. Для **України** цей механізм умовно повинен складатися, на наш погляд з **трьох взаємозалежних рівнів**, на кожному з яких реалізуються конкурентні переваги різних рівнів.

I рівень: стабілізація і нарощування виробництва у визначених напрямках, відповідно до стратегічних цілей, традиційними товарними зв'язками, акцентом на готову продукцію. Необхідно зберегти експортний потенціал металургійного комплексу і деяких хімічних виробництв, поступово відтворивши їх на новій технологічній базі. У певному розумінні цей рівень є «товарно-кон'юнктурним», і його основним завданням є закріплення на традиційних ринках та експансія на нові через агресивний маркетинг і розвиток існуючих конкурентних переваг.

II рівень: реалізація визначених тимчасових переваг, що забезпечуються відносно невисокою вартістю робочої сили, наявністю розвинутих виробничих фондів, матеріальних ресурсів, технологічних знань. Така модель інтеграції в світогосподарську систему є **традиційною для країн, що розвиваються**. Її ключовий елемент – це залучення іноземного капіталу і підключення до глобальних технологічних зв'язків. Цей рівень може бути реалізований за такими напрямками:

- створення виробництв за участю іноземного капіталу для випуску конкретних марок товарів, що завершують свій життєвий цикл на ринках розвинутих країн;
- створення складних виробництв із привізних компонентів;
- створення машинобудівних виробництв, які б орієнтувалися на обслуговування іноземних інвестицій в Україні;
- розміщення в Україні замовлень на використання науково-технічного потенціалу.

III рівень: реалізація конкурентних переваг, втілених у високих технологіях. **Україна** має такі розробки, але для їх використання потрібно створити відповідні умови як на внутрішньому, так і на зовнішньому рівні.

Ці три рівні стратегії інтеграції у світовий економічний простір повинні діяти одночасно і взаємно доповнюватися. **Але стратегічним пріоритетом є використання конкурентних переваг, втілених в унікальні технологічні і наукові розробки.**

Безумовно, реалізація механізму інтеграції у світову економіку неможлива без динамічних ефективних перетворень у державі.

Однією з основних причин низької конкурентоспроможності вітчизняної продукції є практично відсутність конкуренції на внутрішньому ринку. Підприємства не можуть виробляти конкурентоспроможну продукцію для зовнішніх ринків, коли вона низької якості на внутрішньому. Конкуренція на внутрішньому є її продовженням на зовнішньому ринку.

Тема 2. Україна у світовому торговому просторі

2.1. Місце зовнішньої торгівлі в економіці України

Маючи близько 47 мільйонів населення, значні природні ресурси, висококваліфіковані трудові ресурси при низькій вартості робочої сили, **Україна** являє собою величезний ринок товарів, послуг і капіталів. Проте, ступінь реалізації потенціалу у зовнішньоекономічній сфері досить малий. Так, частка України в світовому експорті в 2000 році склала близько 0,72%, а в імпорті – 1,03%.

Але якщо роль **України** в світовій торгівлі незначна, то для самої **України** значення зовнішньої торгівлі дуже важливе. Вона залишається важливим джерелом надходження різноманітних товарів, а також відіграє велику роль у постачанні населення **України** споживчими товарами.

З урахування важливості і потреби статистичних даних для студентів, магістрів, викладачів та практиків, вважаю за доцільне подати докладну інформацію з обсягів торгівлі товарами у динаміці та у розрізі країн світу без коментарів.

Статистична інформація про зовнішню торгівлю товарами підготовлена на основі даних **Держмитслужби України** з дорахуванням обсягів електроенергії, нафти, природного газу, риби, виловленої у нейтральних водах, і товарів, придбаних у портах. Дані про експорт товарів наведено по країнах призначення, про імпорт товарів – по країнах походження. **Країна призначення** – це країна, яка визначена на момент відвантаження як кінцева країна призначення товару. **Країною походження** вважається країна, в якій товар було повністю вироблено або достатньо перероблено.

Оцінку вартості товарів проведено у національній валюті **України**. Перерахунок у долари **США** здійснюється на дату оформлення вантажної митної декларації за офіційним курсом **Національного банку України** у цей день, за звітами підприємств – на основі середньомісячного та середньоквартального курсів валют.

Статистична інформація про зовнішню торгівлю послугами підготовлена на основі звітів підприємств та організацій України за формами державної статистичної звітності.

Облік послуг проводиться у вартісному виразі (у валюті контракту). Перерахунок вартості послуг у долари США та національну валюту України здійснювався за середньоквартальним курсом, розрахованим на основі щоденних офіційних курсів валют, встановлених Національним банком України (таблиця 3).

Таблиця 3

Зовнішня торгівля товарами*

	Експорт				Імпорт			
	2000	2001	2002	2003	2000	2001	2002	2003
Всього	14572,5	16264,7	17957,1	23066,8	13956,0	15775,1	16976,8	23020,1
Країни СНД	4497,5	4675,4	4377,4	6044,4	8039,9	8832,2	8968,2	11508,5
Азербайджан	40,8	45,6	104,7	142,6	23,8	8,2	5,3	8,4
Білорусь	272,1	244,3	261,2	340,4	601,9	407,1	262,8	343,6
Вірменія	12,1	22,1	33,4	49,6	3,4	10,6	7,4	6,2
Грузія	37,8	36,4	57,3	102,4	10,3	11,2	15,8	40,1
Казахстан	76,8	117,4	199,6	306,8	412,8	666,0	382,9	492,8
Киргизстан	6,2	5,2	6,1	12,0	2,4	2,6	4,3	4,3
Молдова	176,3	274,4	302,1	486,0	35,3	64,3	56,2	56,9
Російська Федерація	3515,6	3679,5	3189,1	4311,4	5824,9	5813,5	6317,1	8645,6
Таджикистан	97,4	34,7	42,9	32,3	0,9	1,6	2,9	4,0
Туркменістан	148,4	106,5	112,9	177,3	946,2	1654,1	1885,7	1746,2
Узбекистан	114,0	109,3	68,1	83,6	178,0	193,0	27,8	160,4
Інші країни світу	10075,0	11589,3	13579,7	17022,4	5916,1	6942,9	8008,6	11511,6
Європа	4680,2	5720,9	6515,8	9147,4	4311,5	4981,7	5751,1	8165,6
у тому числі:								
Австрія	163,6	174,1	236,8	257,9	185,1	202,1	223,7	324,2
Албанія	4,4	12,3	16,2	35,0	0,1	0,5	1,2	1,0
Андорра	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Бельгія	106,5	84,6	121,3	137,9	134,7	157,0	187,5	228,0
Болгарія	382,5	298,5	274,2	318,1	60,4	65,2	58,4	59,6
Боснія і Герцеговина	2,5	10,5	22,4	12,4	0,9	0,0	0,4	1,0
Гібралтар	1,4	4,1	17,0	1,8	4,8	0,5	0,3	0,2
Греція	48,1	138,4	103,2	152,1	38,5	38,9	38,6	47,0
Данія	24,7	29,7	36,6	57,5	68,2	93,2	102,0	151,1
Естонія	55,1	55,8	86,7	363,9	46,0	67,3	51,8	67,9
Ірландія	27,2	3,3	2,3	4,3	25,7	29,3	25,4	26,6
Ісландія	0,7	0,6	0,0	0,4	3,8	3,0	3,0	4,4

* Статистичний щорічник України за 2003 рік.

Продовження таблиці 3

Іспанія	162,9	245,0	373,0	211,5	100,2	87,8	102,1	153,9
Італія	638,9	832,4	829,6	1268,5	346,0	411,8	462,1	645,2
Латвія	166,5	251,2	235,0	266,7	43,5	35,9	35,2	56,1
Литва	83,3	140,5	197,7	237,6	135,4	109,9	121,3	136,3
Ліхтенштейн	0,7	5,3	0,4	2,9	1,2	0,2	4,5	14,0
Люксембург	1,4	0,6	4,2	6,8	8,9	12,5	11,9	17,6
Македонія, колишня Югославська Республіка	42,4	41,8	19,8	42,7	1,7	1,3	0,5	1,5
Мальта	4,1	4,0	5,0	26,8	0,1	0,2	0,1	1,1
Монако	2,1	0,8	0,0	0,5	1,3	0,1	0,0	0,1
Нідерланди	138,0	206,6	285,0	480,2	146,6	177,0	214,0	280,8
Німеччина	741,4	710,9	755,4	1423,3	1134,4	1380,2	1658,2	2273,2
Норвегія	18,1	20,0	17,4	9,4	44,0	56,1	61,0	65,7
Польща	417,9	497,4	506,0	763,0	312,5	450,8	537,2	802,4
Португалія	20,1	22,5	82,5	44,5	7,7	8,3	9,9	16,1
Румунія	164,6	266,0	337,7	497,4	48,2	28,1	29,0	46,0
Сан-Маріно	5,3	7,3	9,8	16,4	0,6	0,1	0,7	0,5
Словаччина	230,9	243,1	292,1	289,1	124,4	139,9	136,1	200,7
Словенія	9,0	10,9	12,8	24,0	29,8	46,4	69,4	92,6
Сполучене Королівство	137,7	368,5	537,1	310,0	202,8	229,1	263,0	564,7
Угорщина	327,3	468,5	525,2	850,4	165,4	172,1	188,9	270,1
Фінляндія	24,0	38,1	30,4	27,0	95,9	127,4	167,6	294,8
Франція	111,7	102,6	113,1	157,4	236,1	295,9	348,6	530,2
Хорватія	15,3	29,8	7,8	20,5	8,4	6,9	11,4	18,7
Чеська Республіка	188,9	194,4	172,9	216,4	162,9	203,0	223,3	314,3
Швейцарія	148,8	120,9	154,2	439,8	216,4	149,5	152,0	175,9
Швеція	8,3	19,2	19,5	20,4	150,4	171,5	223,0	246,8
Югославія	53,9	60,5	75,4	153,0	18,5	22,7	27,7	34,9
Азія	3437,9	3970,2	5067,7	5400,7	832,0	970,8	1171,6	1971,2
у тому числі:								
Афганістан	4,2	4,2	5,7	7,7	0,2	0,0	0,1	0,2
Бангладеш	4,0	8,7	11,2	11,6	0,3	0,3	0,2	0,3
Бахрейн	0,9	0,0	1,0	1,2	–	0,0	0,1	0,0
В'єтнам	67,1	77,5	217,7	228,4	21,1	20,1	22,6	25,3
Гонконг	2,8	10,8	34,9	86,9	4,4	4,7	4,2	5,2
Смен	4,9	6,1	13,0	26,9	0,0	–	–	–
Ізраїль	105,9	132,6	155,4	187,8	63,2	57,1	50,7	58,2
Індія	168,3	129,9	157,9	202,8	76,0	95,6	110,8	154,0
Індонезія	76,7	118,8	148,2	206,7	28,4	38,0	68,2	58,5
Ірак	68,1	293,1	122,7	13,4	–	0,0	–	–
Іран, Ісламська Республіка	90,6	161,5	165,1	295,6	4,9	3,4	7,1	8,7
Йорданія	44,9	45,2	54,6	77,7	2,9	1,9	1,4	6,4
Камбоджа	0,0	0,4	0,4	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1

Продовження таблиці 3

Катар	–	0,2	0,0	10,5	0,1	0,0	0,0	0,0
Китай	628,9	542,1	699,9	1002,7	131,9	195,6	259,7	519,2
Кіпр	176,5	99,4	201,0	272,6	29,4	7,5	17,0	17,2
Корейська Народно- Демократична Республіка	7,3	2,7	3,3	0,7	6,2	11,3	5,9	5,5
Корея, Респуб- ліка	146,3	131,2	184,7	182,2	109,9	101,9	125,7	228,7
Кувейт	0,4	1,3	10,0	16,2	0,0	0,0	–	0,2
Лаоська Народно- Демократична Республіка	–	0,6	0,2	–	0,0	0,0	0,0	0,0
Ліван	61,1	99,4	59,9	87,3	1,1	1,4	0,9	1,4
Макао	–	–	–	–	0,0	0,0	0,1	0,1
Малайзія	16,3	19,9	65,1	48,9	23,2	44,6	29,7	42,3
Монголія	1,3	2,2	5,7	9,5	4,2	4,9	5,5	8,0
М'янма	13,8	7,5	31,2	40,5	0,0	0,0	2,8	0,3
Непал	2,3	1,7	2,0	0,9	0,0	0,0	0,0	0,0
Об'єднані Арабські Емірати	68,4	118,3	147,5	137,1	2,8	2,4	2,6	4,8
Оман	5,5	2,8	1,4	2,1	0,8	0,5	0,1	0,4
Пакистан	30,2	32,6	25,3	93,5	3,0	3,4	3,3	4,5
Саудівська Аравія	35,9	123,8	182,8	236,7	0,4	2,9	0,9	1,5
Сінгапур	71,0	93,1	125,9	132,2	4,7	8,6	7,8	16,5
Сирійська Арабська Республіка	160,4	177,6	232,9	281,8	1,8	2,4	2,5	10,9
Таїланд	92,2	168,7	251,3	152,9	11,3	13,4	13,1	33,4
Тайвань, провінція Китаю	242,4	131,7	245,1	150,9	19,7	24,9	27,6	47,9
Туреччина	868,5	1009,4	1235,4	902,1	159,9	138,2	195,5	312,3
Філіппіни	78,1	135,5	183,9	194,6	5,0	2,5	3,7	2,9
Шрі-Ланка	24,3	12,6	2,7	10,0	16,1	18,4	17,4	18,8
Японія	68,4	67,2	82,7	87,9	99,1	164,7	184,5	377,7
Африка	731,5	877,0	1055,2	1250,3	136,4	198,5	177,3	248,8
у тому числі:								
Алжир	235,8	173,3	217,3	351,2	0,0	4,2	3,5	3,9
Ангола	5,8	8,0	3,8	3,2	0,0	–	0,0	0,0
Бенін	0,3	0,5	8,5	0,9	0,0	–	0,0	0,0
Гамбія	0,2	0,2	1,0	0,4	0,0	0,0	–	–
Гана	10,1	17,9	10,2	12,1	24,3	40,4	31,4	68,2
Гвінея	6,3	10,3	4,2	7,0	50,4	78,5	61,0	45,9
Гвінея-Бісау	0,2	0,1	0,4	0,0	–	0,0	–	–

Продовження таблиці 3

Екваторіальна Гвінея	1,1	0,6	0,7	0,0	—	—	0,0	0,0
Ефіопія	36,8	6,3	17,5	37,6	0,1	0,0	0,1	0,1
Єгипет	221,0	204,2	318,4	291,6	2,4	9,9	7,5	8,6
Замбія	—	0,0	0,9	0,1	0,4	0,2	0,6	0,0
Зімбабве	0,1	0,1	0,0	0,3	11,4	10,0	5,1	4,7
Камерун	5,7	9,2	6,5	8,6	0,9	0,2	0,3	0,2
Кенія	2,8	2,0	7,1	5,6	0,1	0,0	0,6	0,4
Конго	2,4	1,5	2,1	2,0	0,0	0,0	0,2	0,0
Кот-д'Івуар	1,3	8,7	13,1	11,1	23,7	19,7	35,8	57,0
Ліберія	2,9	3,5	3,2	1,6	0,0	1,3	0,6	0,0
Лівійська Арабська Джамахірія	1,7	104,2	32,3	18,0	0,0	0,3	0,0	0,1
Маврикій	3,2	2,5	0,0	1,2	1,4	0,7	0,1	0,1
Мавританія	14,3	13,0	25,1	10,3	0,5	2,1	2,4	1,4
Мадагаскар	0,5	0,3	1,6	—	0,8	0,6	0,7	0,6
Малаві	—	—	—	—	6,5	7,6	5,5	7,3
Малі	0,7	2,8	3,2	14,8	—	0,1	—	—
Марокко	60,8	91,5	106,2	77,6	0,3	1,0	0,9	3,0
Мозамбік	0,0	0,2	0,8	0,3	0,5	0,9	0,6	1,3
Намібія	0,2	0,3	0,6	9,3	0,0	—	0,0	0,5
Нігерія	76,7	133,8	89,8	194,0	0,3	1,6	0,6	0,7
Об'єднана Республіка Танзанія	0,2	2,8	3,1	1,7	2,3	2,5	2,9	2,0
Південна Африканська Республіка	6,2	0,8	14,0	14,6	3,1	5,4	9,4	27,8
Сейшельські Острови	0,3	1,4	0,0	0,1	0,1	0,0	0,1	0,1
Сенегал	0,8	4,6	10,3	12,8	0,0	—	0,0	0,0
Судан	4,4	9,0	13,9	30,0	0,4	0,3	0,2	0,2
Сьєрра-Леоне	0,0	1,1	1,7	24,2	—	0,0	0,0	—
Того	1,6	5,3	10,1	8,1	0,1	0,1	—	0,0
Туніс	25,8	49,1	102,4	78,1	6,3	10,2	3,9	0,3
Уганда	0,2	1,2	1,0	1,5	0,1	0,1	0,3	0,7
Центральноафриканська Республіка	0,1	—	0,2	—	0,0	—	0,1	0,0
Чад	0,9	4,1	6,3	7,0	0,0	0,6	—	—
Америка	1217,5	1011,9	936,9	1219,2	581,4	740,9	856,7	1072,2
у тому числі:								
Ангілья	0,2	0,7	0,2	5,7	0,9	0,8	0,4	3,1
Аргентина	7,8	8,2	2,9	6,6	6,1	6,4	8,1	14,1
Багамські Острови	2,7	7,3	1,8	14,9	0,8	1,7	1,5	0,5
Беліз	4,1	0,4	1,9	0,3	0,0	—	0,5	1,2
Бермудські Острови	0,1	—	—	0,8	0,6	—	0,0	—

Продовження таблиці 3

Бразилія	75,2	35,9	47,8	177,9	93,9	111,8	134,2	360,5
Венесуела	8,4	14,4	9,0	14,9	0,1	0,0	0,8	0,0
Віргінські Острови								
Британські	99,9	135,5	71,4	29,0	17,2	82,0	176,3	29,2
Гайана	—	—	0,0	—	24,2	14,5	2,1	2,2
Гватемала	15,1	13,4	14,0	16,5	6,1	0,9	4,1	8,4
Гондурас	5,2	10,3	12,1	16,2	0,0	0,9	0,8	0,5
Домініка	—	—	—	0,2	0,3	—	—	0,0
Домініканська Республіка	13,9	20,7	33,1	11,7	0,0	0,0	0,0	0,0
Еквадор	11,0	25,8	19,5	18,2	13,1	14,6	16,6	22,1
Канада	59,2	28,5	41,1	36,3	24,8	23,3	22,5	74,4
Колумбія	12,0	10,2	9,0	21,5	1,6	1,0	2,5	14,6
Коста-Рика	9,4	4,8	11,7	9,5	0,8	1,6	0,3	1,4
Куба	10,3	5,1	8,4	9,3	5,4	9,1	4,4	14,5
Мексика	50,5	66,6	49,0	43,9	2,4	2,0	3,9	4,6
Нікарагуа	3,9	2,8	5,5	8,8	0,0	0,0	0,0	3,0
Кайманові Острови	0,0	—	—	0,0	1,0	0,5	—	0,3
Панама	73,5	9,6	13,1	8,6	8,3	2,7	0,5	1,0
Перу	6,2	5,8	24,7	14,9	0,2	1,5	1,2	5,6
Пуерто-Рико	2,1	0,0	—	—	0,0	0,2	0,3	0,7
Сальвадор	4,2	11,7	18,7	9,7	0,0	5,7	0,0	2,1
Сент-Вінсент і Гренадини	0,1	4,9	1,0	0,2	—	—	0,0	2,0
Сполучені Штати Америки	725,3	569,2	519,3	718,5	360,4	457,7	472,9	498,1
Тринідад і Тобаго	3,2	2,1	4,4	2,7	—	0,0	—	0,0
Уругвай	0,3	4,2	0,0	0,1	0,2	0,3	0,1	6,2
Чилі	13,1	13,2	15,9	20,0	0,2	1,3	1,8	1,6
Ямайка	0,1	0,0	0,6	0,9	12,7	0,0	0,0	0,0
Австралія і Океанія	7,0	7,4	4,1	4,8	54,7	51,0	51,5	53,4
у тому числі:								
Австралія	5,2	3,1	2,0	2,4	53,8	45,7	49,5	51,9
Маріанові Острови	0,1	0,4	0,0	0,1	0,0	0,2	0,2	0,2
Нова Зеландія	0,7	3,9	2,0	2,3	0,9	1,2	0,9	1,1

2.2. Структурні особливості експортно-імпортних відносин України.

Україна має зовнішньоекономічні зв'язки майже зі 170 країнами світу. Вона знаходиться у зручному геополітичному просторі десяти прикордонних держав, а саме: Росії, Польщі, Білорусі, Словаччини, Болгарії, Молдови, Румунії, Туреччини, Грузії, Угор-

щини. Це величезний потенційний ринок збуту наших товарів. Проте використовується він недостатньо. Так, наприклад, у 2003 році тільки **38,4%** українського експорту припадає на ці країни, а імпортовано **Україною** з цих країн товарів на суму **10776,7** млн. доларів США або **46,77%** загальної суми імпорту товарів.

Україна недооцінює потенційних можливостей розширення торгово-економічних зв'язків у цьому регіоні. Відновлення та розширення раніше існуючих зв'язків у рамках колишніх соціалістичних республік та народно демократичних країн є для **України** об'єктивно необхідним. Використовуючи цей ринок, держава може просувати товари на ринки інших країн світу.

У зв'язку з наявністю тарифних бар'єрів, експортних обмежень, антидемпінгового регулювання, яке до того ж часто міняється, просування товарів **України** на ринок ЄС проходить зі значними труднощами. Про це свідчить, наприклад, те що темпи зростання експорту відстають від темпів росту імпорту в країні Європи.

Для зміни становища в торгівлі з країнами ЄС і Європи необхідно брати акцент не на експорт сировини і товарів первинного степеня переробки, а на орієнтацію стимулювання реалізації товарів вироблених за новітніми технологіями, – машинобудування, металургійної і металообробної, хімічної промисловості. Треба якнайшвидше адаптувати наше вітчизняне виробництво до економічних реалій сучасного ринку країн ЄС та інших країн світу. Без цього **Україна** не зможе ефективно інтегруватися у світову спільноту.

Представляють інтерес для читача обсяги та структура експорту та імпорту товарів за регіонами **України** у 2003 році (таблиця 4).

Таблиця 4

Обсяги та питома вага експорту-імпорту товарів за регіонами у 2003 р.

	Експорт			Імпорт		
	кількість підприємств	вартість, млн. дол. США	відсотків до загального обсягу	кількість підприємств	вартість, млн. дол. США	відсотків до загального обсягу
Україна*	13406	23066,8	100,0	19843	23020,1	100,0
Автономна Республіка Крим	257	317,1	1,4	409	154,0	0,7

* Включаючи нерозподілену по областях частину.

Продовження таблиці 4

області:						
Вінницька	358	333,5	1,4	338	196,3	0,9
Волинська	267	204,8	0,9	310	181,3	0,8
Дніпропетровська	1107	3588,9	15,6	1786	1777,3	7,7
Донецька	867	4960,3	21,5	1261	1418,4	6,2
Житомирська	388	219,1	0,9	287	187,2	0,8
Закарпатська	554	414,6	1,8	602	453,3	2,0
Запорізька	518	1719,6	7,5	558	884,3	3,8
Івано-Франківська	393	680,7	3,0	298	365,5	1,6
Київська	496	345,2	1,5	840	703,0	3,1
Кіровоградська	181	100,0	0,4	157	50,3	0,2
Луганська	384	1351,5	5,9	389	271,6	1,2
Львівська	856	495,6	2,1	1213	700,6	3,0
Миколаївська	276	544,0	2,4	241	267,0	1,2
Одеська	694	1048,0	4,5	1366	996,5	4,3
Полтавська	324	1022,9	4,4	372	286,4	1,2
Рівненська	238	158,0	0,7	244	187,6	0,8
Сумська	340	352,1	1,5	285	151,2	0,7
Тернопільська	144	79,8	0,3	213	68,9	0,3
Харківська	931	563,3	2,4	1287	820,4	3,6
Херсонська	203	145,3	0,6	205	85,3	0,4
Хмельницька	258	157,8	0,7	280	136,9	0,6
Черкаська	296	291,1	1,3	266	199,1	0,9
Чернівецька	193	72,2	0,3	186	73,3	0,3
Чернігівська	257	243,2	1,1	230	199,3	0,9
м. Київ	2465	2846,3	12,3	6037	5017,6	21,8
м. Севастополь	124	52,7	0,2	141	39,9	0,2

З даних таблиці видно, що у 2003 році, як і у попередні роки, найактивнішими як за обсягами експорту та імпорту так і за кількістю підприємств, які займаються зовнішньоекономічною діяльністю, перед ведуть м. Київ, Дніпропетровська і Донецька області, а відстають м. Севастополь, Тернопільська, Кіровоградська, Рівненська, Чернівецька, Хмельницька, Житомирська, Волинська та Херсонська області – питома вага експорту та імпорту у них менше 1 відсотка загальнодержавного обсягу.

Таблиця 5 показує товарну структуру та динаміку українського експорту за 2000-2002 рр.

Таблиця 5

Товарна структура українського експорту у 2000-2002 рр.*

	Експорт товарів						
	Всього, млн. дол. США	з них частка, що припадає на ... (%)					
		мінеральні продукти	продукцію хімічної та пов'язаної з нею галузей промисловості	текстильну продукцію та вироби з текстилю	недорогоцінні метали та вироби з них	механічне обладнання, машини та механізми; електрообладнання та їх частини; пристрої для записування або відтворення зображення і звуку	транспортні засоби та шляхове обладнання
2000	14572,6	9,6	10,6	3,7	44,4	9,3	3,0
2001	16264,7	10,8	9,1	3,8	41,3	10,5	3,4
2002	17957,1	12,5	7,8	3,7	39,7	9,8	3,8

* Розраховано за даними Мінекономіки України.

Цифри, подані у таблиці 5 показують, що левову частину експорту складають недорогочінні метали та вироби з них.

Цю тенденцію підтверджують дані таблиці 6.

Таблиця 6

**Товарна структура зовнішньої торгівлі
у 2003 р. (млн. дол. США)**

	Експорт		Імпорт	
	всього	частка у загальному обсязі, відсотків	всього	частка у загальному обсязі, відсотків
Всього	23066,8	100,0	23020,1	100,0
за розділами УКТЗЕД*				
живі тварини, продукти тваринного походження	523,3	2,3	189,2	0,8
продукти рослинного походження	745,8	3,2	776,6	3,4
жири та олії тваринного або рослинного походження	558,8	2,4	109,3	0,5
готові харчові продукти	904,2	3,9	1098,6	4,8
мінеральні продукти	3499,7	15,2	8479,2	36,8
продукція хімічної та пов'язаних з нею галузей промисловості	1943,3	8,4	1771,3	7,7
подімерні матеріали, пластмаси та каучук	361,0	1,6	1034,6	4,5
шкіряна і хутряна сировина та вироби з них	180,4	0,8	67,1	0,3
деревина і вироби з деревини	400,4	1,7	124,6	0,5
маса з деревини або інших волокнистих целюлозних матеріалів	317,7	1,4	824,6	3,6
текстиль та вироби з текстилю	765,3	3,3	851,8	3,7
вугля, головні убори, парасольки	91,8	0,4	82,1	0,4
вироби з каменю, гіпсу, цементу, кераміки, скла	231,3	1,0	280,9	1,2
недорогочінні метали та вироби з них	8491,6	36,8	1196,7	5,2
механічне обладнання; машини та механізми, електрообладнання та їх частини; пристрої для записування або відтворення зображення звуку	2321,8	10,1	3478,3	15,1
транспортні засоби та шляхове обладнання	984,0	4,3	1874,3	8,1
прилади і апарати оптичні, для фотографування або кінематографії; апарати медико-хірургічні; годинники; музичні інструменти	328,1	1,4	369,9	1,6
різні промислові товари	126,1	0,6	179,1	0,8
твори мистецтва	0,0	0,0	0,3	0,0
товари, придбані в портах	6,5	0,0	103,8	0,5
різне	285,7	1,2	127,8	0,5

* Українська класифікація товарів зовнішньоекономічної діяльності.

За останні роки виявилася негативна тенденція на зменшення обсягів торгівлі виробами з чорних металів (таблиця 7).

Таблиця 7

**Зміна умов торгівлі виробами з чорних металів*,
% до попереднього року**

		1997	1998	1999	2000	2001	2002	2002/ 1996
Феро-сплави	фізичний обсяг	121,4	81,6	91,8	140,5	102,5	110,6	144,9
	вартість	116,7	78,5	81,7	136,7	100,4	128,3	131,8
	середня ціна	96,1	96,2	89,9	97,3	97,8	116,0	90,9
Прокат чорних металів	фізичний обсяг	124,8	91,7	112,8	118,5	109,0	101,5	169,1
	вартість	118,0	87,2	83,9	133,2	102,8	102,0	120,6
	середня ціна	94,6	95,1	74,4	112,4	94,3	100,5	71,3
Труби з ливарного чавуну і чорних металів	фізичний обсяг	113,7	66,6	87,2	159,7	91,1	89,4	85,9
	вартість	96,7	60,0	67,4	172,6	96,2	80,1	52,0
	середня ціна	85,0	90,1	77,3	108,1	105,5	89,7	60,5

* Розраховано за джерелом: Послання Президента України до Верховної Ради України «Про внутрішнє і зовнішнє становище України у 2002 році». – К.: Інформаційно-видавничий центр Держкомстату України, 2003. – С. 359.

Зазнає певних змін у часі і структура основних складових експорту за роками (таблиця 8).

Таблиця 8

**Структура основних складових експорту України
в 1996-2002 рр. *, %**

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Структура, %							
Усього експорт з України	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Експорт товарів з них	75,2	75,0	76,8	76,2	80,7	82,1	81,6
недорогоцінних металів та виробів з них	24,9	31,3	32,4	32,1	35,8	33,9	32,3
продукції хімічної та пов'язаних з нею галузей промисловості	8,7	7,9	7,8	7,1	8,5	7,5	6,4
Експорт послуг з них транспортних	24,8	25,0	23,2	23,8	19,3	17,9	18,4
Усього експорт недорогоцінних металів, продукції хімічної промисловості та транспортних послуг	54,8	60,2	59,7	59,4	60,5	56,3	54,1
Структура, % до 1996 р.							
Усього експорт з України	100,0	99,1	86,0	79,4	94,3	103,6	115,0
Експорт товарів з них:	100,0	98,8	87,8	80,4	101,2	112,9	124,7
недорогоцінних металів та виробів з них	100,0	124,0	112,0	102,3	135,8	141,1	149,6
продукції хімічної та пов'язаних з нею галузей промисловості	100,0	89,8	76,4	64,7	92,1	88,3	83,4

Продовження таблиці 8

Експорт послуг	100,0	99,8	80,5	76,1	73,5	74,7	85,4
з них транспортних	100,0	98,0	79,1	75,6	71,8	72,8	83,3
Усього експорт недорогоцінних металів, продукції хімічної промисловості та транспортних послуг	100,0	108,5	93,6	86,0	104,1	106,2	113,4

* Розраховано за даними Держкомстату України.

Певний інтерес для читача можуть мати концентрація товарного експорту України у динаміці (таблиця 9).

Таблиця 9

**Рівень концентрації товарного експорту України
у 1996-2002 рр.***

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Обсяг експорту за товарними позиціями, млн. дол. США							
Експорт товарів, всього	14400,8	14231,9	12637,4	11581,6	14572,5	16264,7	17957,1
у тому числі товарні позиції: одна основна	2287,4	2699,2	2353,8	1975,1	2631,3	2704,2	2759,0
три основні	3682,2	3913,4	3226,0	2683,0	3576,3	3948,0	4569,6
п'ять основних	4741,6	4765,0	3540,5	3275,8	4371,4	4659,1	5429,7
десять основних	6439,6	6182,6	4562,8	4385,1	5665,8	6030,3	6997,7

Продовження таблиці 9

Структура, %							
Експорт товарів, всього	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
у тому числі товарні позиції: одна основна	15,88	18,97	18,63	17,05	18,06	16,63	15,36
три основні	25,57	27,50	25,53	23,17	24,54	24,27	25,45
п'ять основних	32,93	33,48	28,02	28,28	30,00	28,65	30,24
десять основних	44,72	43,44	36,11	37,86	38,88	37,08	38,97

* Розраховано за джерелом: Послання Президента України до Верховної Ради України «Про внутрішнє і зовнішнє становище України у 2002 році». – К.: Інформаційно-видавничий центр Держкомстату України, 2003. – С. 359.

З даних таблиці 9 можна зробити висновок, що **Україна** диверсифікує торгівлю, адже рівень концентрації експорту з п'яти основних показників за 7 років зменшився на 2,69%, а з десяти – відповідно на 5,75%.

Україна інтенсифікує свою діяльність у зовнішній торгівлі послугами (таблиця 10).

Таблиця 10

Зовнішня торгівля України послугами з країнами світу*

(млн. дол. США)

	Експорт				Імпорт			
	2000	2001	2002	2003	2000	2001	2002	2003
Всього	3486,8	3544,4	4055,3	4248,0	1150,9	1147,3	1191,6	1458,0
Країни СНД	2141,0	2151,9	2430,1	2323,0	215,5	232,9	295,6	336,8
Азербайджан	5,0	5,1	6,9	10,5	1,5	1,8	2,0	2,7
Білорусь	32,5	29,8	27,6	29,5	10,8	12,4	14,0	15,8
Вірменія	2,2	2,3	2,3	4,0	1,3	1,7	1,4	2,1
Грузія	4,7	5,0	8,7	20,8	2,3	2,3	2,9	3,5
Казахстан	4,4	9,1	18,1	17,2	4,6	4,7	5,1	4,9
Киргизстан	0,7	0,6	0,6	0,5	0,3	0,5	0,5	0,4
Молдова	21,6	24,9	31,8	28,4	9,7	9,5	12,9	11,8
Російська Федерація	2049,1	2061,5	2310,3	2193,8	182,5	196,6	252,8	290,4
Таджикистан	0,3	0,5	1,3	1,5	0,1	0,1	0,1	1,2
Туркменістан	15,5	6,1	16,6	11,7	0,9	1,6	2,6	2,3
Узбекистан	5,4	7,0	5,9	5,6	1,5	1,7	1,3	1,7
Інші країни світу	1345,4	1392,5	1625,2	1924,5	935,4	914,6	896,0	1121,2
у тому числі:								
Австрія	44,9	50,3	57,0	79,5	20,6	18,7	27,5	31,9
Бельгія	70,5	77,2	72,4	98,7	14,3	15,3	14,4	20,7
Болгарія	35,8	31,7	36,5	24,6	5,7	4,9	5,5	5,6
Віргінські Острови, Британські	17,2	18,7	36,6	23,0	2,9	2,7	9,6	2,8
Греція	44,1	41,8	44,3	51,6	9,3	7,8	6,2	5,0
Єгипет	3,7	5,8	12,8	12,2	2,9	1,8	3,4	6,5
Ізраїль	21,2	18,3	21,7	24,9	8,4	9,3	12,8	13,8
Індія	33,5	26,0	26,0	15,0	1,8	2,0	1,1	1,4
Ірландія	27,0	25,1	12,4	21,0	6,2	2,3	2,6	3,2
Іспанія	9,7	11,1	11,0	16,1	6,1	4,7	3,9	5,5
Італія	36,0	33,4	38,2	45,0	6,2	9,8	6,7	12,8
Канада	7,8	7,3	7,2	13,3	17,1	16,3	15,2	18,3
Китай	12,2	15,4	14,4	18,7	3,7	1,9	2,1	3,0
Кіпр	68,4	72,3	68,5	114,7	12,4	12,1	13,8	24,6
Латвія	16,0	11,7	14,4	20,2	8,0	20,2	6,4	20,4
Литва	4,9	11,5	16,2	9,3	3,3	2,3	3,5	19,0
Ліберія	5,8	6,0	6,7	10,5	0,2	0,3	0,2	0,5
Мальта	32,0	38,0	40,1	43,7	2,3	0,8	0,7	1,0
Об'єднані Арабські Емірати	4,3	6,9	7,2	8,9	1,9	1,8	1,9	2,9
Нідерланди	18,5	26,7	39,2	39,6	24,0	27,2	22,4	23,7
Німеччина	105,0	106,2	107,8	110,9	69,3	63,1	58,0	100,0
Норвегія	11,0	8,5	9,4	11,1	1,7	1,2	2,2	6,2
Панама	10,6	10,8	12,4	13,9	0,6	0,3	1,2	0,1
Польща	34,1	28,3	29,7	31,2	17,7	34,1	32,1	46,2

Продовження таблиці 10

Словаччина	8,1	10,6	52,0	87,7	6,2	6,3	13,9	10,7
Сполучене Королівство	123,2	138,0	217,0	220,2	104,2	88,5	100,3	88,0
Сполучені Штати Америки	122,7	124,0	134,1	178,9	264,0	278,5	210,0	238,7
Туреччина	39,0	37,1	42,2	44,6	14,0	12,7	16,3	18,7
Угорщина	28,1	27,8	39,4	73,6	14,9	8,7	8,2	13,0
Франція	25,7	25,9	35,1	33,3	10,3	21,2	11,0	14,9
Чеська Республіка	7,6	4,9	7,8	8,7	7,0	6,2	17,7	7,3
Швейцарія	47,8	31,0	54,5	103,3	32,2	20,8	25,5	37,7
Швеція	9,0	4,3	7,1	8,2	13,5	11,5	22,2	37,2
Югославія	8,0	6,1	7,1	7,7	1,6	1,6	1,3	1,1

* Статистичний щорічник України за 2003 рік.

Загалом, ріст експорту послуг за 5 років склав 21,86%, у тому числі з країнами СНД – відповідно 8,48%, а з іншими країнами світу – 43,04%. Тобто **Україна** поширює експорт послуг у країни світу вищими темпами, ніж з країнами СНД, проте загальна частка торгівлі послугами з країнами СНД у 2003 році склала 54,7%.

Торгівля послугами за регіонами дуже строката. Про це яскраво засвідчують дані таблиці 11.

Таблиця 11

Обсяги експорту-імпорту послуг за регіонами у 2003 році*

	Експорт			Імпорт		
	кількість підприємств	вартість, млн. дол. США	відсотків до загального обсягу	кількість підприємств	вартість, млн. дол. США	відсотків до загального обсягу
Україна	3266	4248,0	100,0	2507	1458,0	100,0
Автономна Республіка Крим	283	131,0	3,0	40	5,2	0,4
області:						
Вінницька	30	2,5	0,1	32	0,5	0,1
Волинська	50	4,4	0,1	66	5,7	0,4
Дніпропетровська	149	102,1	2,4	220	58,7	4,0
Донецька	117	66,2	1,5	103	25,5	1,7
Житомирська	55	3,7	0,1	11	0,1	0,1
Закарпатська	85	15,9	0,4	80	6,4	0,4
Запорізька	76	70,8	1,7	45	40,5	2,8
Івано-Франківська	54	18,3	0,4	81	7,3	0,5
Київська	78	40,9	1,0	51	15,7	1,1

Продовження таблиці 11

Кіровоградська	17	9,5	0,2	23	3,2	0,2
Луганська	74	17,0	0,4	177	17,0	1,2
Львівська	229	37,6	0,9	234	21,3	1,5
Миколаївська	110	53,3	1,2	70	19,3	1,3
Одеська	469	505,0	11,9	247	36,1	2,5
Полтавська	96	10,3	0,2	160	24,6	1,6
Рівненська	51	24,1	0,6	34	4,4	0,3
Сумська	63	18,0	0,4	89	63,3	4,3
Тернопільська	27	2,5	0,1	17	1,1	0,1
Харківська	183	34,3	0,8	118	14,8	1,0
Херсонська	57	22,8	0,5	13	0,4	0,1
Хмельницька	32	4,9	0,1	53	2,5	0,2
Черкаська	23	2,9	0,1	11	6,7	0,4
Чернівецька	27	1,2	0,1	7	0,6	0,1
Чернігівська	39	3,5	0,1	23	10,8	0,7
м. Київ	718	526,0	12,4	452	287,0	19,6
м. Севастополь	58	42,1	1,0	17	1,6	0,1
Підприємства, які звітують Держкомстату України	16	2477,2	58,3	53	777,7	53,3

* Статистичний щорічник України за 2003 рік.

Таблиця 12

Структура експорту-імпорту послуг у 2003 р. *

	Експорт		Імпорт	
	всього	частка у загальному обсязі послуг, відсотків	всього	частка у загальному обсязі послуг, відсотків
Всього	4248,0	100,0	1458,0	100,0
Транспортні послуги	3514,0	82,7	325,3	22,3
морського транспорту	486,4	13,8	24,0	7,4
пасажирського	1,4	0,3	0,6	2,4
вантажного	71,5	14,7	3,6	15,0
інші	413,5	85,0	19,8	82,6
повітряного транспорту	369,1	10,5	95,8	29,5
пасажирського	154,8	41,9	32,9	34,4
вантажного	91,3	24,7	1,2	1,2
інші	123,0	33,4	61,7	64,4
залізничного транспорту	555,6	15,8	167,9	51,6
пасажирського	101,4	18,2	71,5	42,6
вантажного	287,5	51,8	12,6	7,5
інші	166,7	30,0	83,8	49,9
трубопровідного транспорту	1825,0	52,0	0,7	0,2
іншого транспорту	277,9	7,9	36,9	11,3

Продовження таблиці 12

пасажирського	12,1	4,3	1,2	3,3
вантажного	150,8	54,3	17,6	47,5
інші	115,0	41,4	18,1	49,2
Подорожі	117,0	2,8	58,9	4,0
Послуги зв'язку	83,2	2,0	79,1	5,4
Будівельні послуги	23,1	0,5	31,9	2,2
Страхові послуги	14,4	0,3	52,9	3,6
Фінансові послуги	19,8	0,5	61,6	4,2
Комп'ютерні послуги	12,2	0,3	33,1	2,3
Роялті та ліцензійні послуги	4,2	0,1	29,9	2,1
Інші ділові послуги	23,2	0,5	9,1	2,0
Різні ділові, професійні та технічні послуги	251,7	5,9	92,2	13,2
Послуги приватним особам і послуги в галузі культури та відпочинку	4,4	0,1	29,2	2,0
Державні послуги, не віднесені до інших категорій	1,9	0,1	504,0	34,6
Послуги з ремонту	178,9	4,2	30,8	2,1

* Статистичний щорічник України за 2003 рік.

Найбільшу питому вагу експорту послуг у 2003 році мають м. Київ, Республіка Крим та Одеська область (відповідно 12,4, 11,9, 3,0%), а імпорту м. Київ, Сумська, Дніпропетровська, Запорізька та Одеська області, (відповідно 19,6, 4,3 4,0, 2,8, 2,5 процентів від обсягу по Україні).

Найбільша частка експорту послуг у 2003 р. припадає на транспортні послуги – 82,7%; послуги ремонту – 2,8%, різні ділові – 5,9%, професійні та технічні послуги, подорожі – 2,5%, послуги зв'язку – 2,0%, а на решту видів послуг припадає менше одного відсотка від загального обсягу по Україні. Стосовно імпорту послуг, то 34,6% їх припадає на державні послуги, не віднесені до інших категорій, на транспортні – 22,3%, різні ділові, професійні та технічні послуги – 13,2 процентів, а з решти послуг відсоток менший шести.

2.3. Торгівля з країнами СНД.

Розпад СРСР породив у колишніх союзних республіках дві протилежні тенденції. З одного боку, країни, що були союзними республіками, бажають закріпити свій національний суверенітет ізоляціо-

ністськими засобами у політиці та економіці. За цим головним чином стояли розбіжності реальних економічних інтересів, обумовлених розходженнями у розвитку продуктивних сил у попередній період, і бажання максимально використовувати національні ресурси для задоволення потреб внутрішнього ринку в умовах економічної ситуації, що погіршується. З іншого боку, все наполегливішими ставали вимоги по збереженню виробничо-технологічних зв'язків, що раніше існували, з колишніми союзними республіками і, в першу чергу, з **Росією**. Це обґрунтовується наявністю єдиної мережі транспортних комунікацій і інформаційних систем, високим ступенем інтеграції науково-технічного потенціалу, єдністю технічних умов виробництва, використання загальних стандартів тощо.

Зміни обсягів торгівлі та коефіцієнт покриття експорту-імпорту торгівлі **України** з країнами **СНД** показано у таблицях **13, 14, 15, 16**.

Для того, щоб лібералізація торгівлі в країнах **СНД** була ефективною, необхідно змінити адміністративну і підприємницьку практику здійснення зовнішньоторговельної діяльності. Замість бартеру й інших форм централізованої торгівлі повинна прийти самостійна торгівля між підприємствами країн **СНД**.

Певну роль у цьому повинна забезпечити створена **зона вільної торгівлі**. Створення **ЗВТ** між країнами **СНД** не повинно стати ізольованим процесом. Розвиток регіональної економічної інтеграції повинен супроводжуватися інтегруванням у світову торгову систему і її економічні інститути. З іншого боку, інтегрування країн **СНД** у світову торгову систему повинно стати опорою для їхньої регіональної інтеграції. Усі країни **СНД** зараз перебувають на перехідному етапі. Щоб усім їм приєднатися до **ГАТТ/СОТ**, потрібен певний час, щоб привести свої правові й адміністративні системи у відповідність з вимогами **ГАТТ/СОТ**. У цьому країнам **СНД** може сприяти технічна допомога відповідних міжнародних установ.

Щоб **ЗВТ** **СНД** стала діючою, на нашу думку, необхідна гармонізація та спрощення процедур торгівлі, уніфікація митних процедур, митного контролю і документації, поступова ліквідація деяких з них у рамках **ЗВТ**. При цьому необхідно дотримуватись міжнародної практики та типових правил, що містяться у міжнародних конвенціях та угодах.

Для здійснення ефективних методів міжнародної торгівлі у країнах **СНД** у рамках **ЗВТ** необхідно створити інтегровану електронну систему обробки даних і документації, що охоплювала б усі торгові потоки.

Таблиця 13

**Значення і динаміка зовнішньої торгівлі України
з країнами СНД в 1996-2002 рр. *, %**

Показники		1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Частка країн СНД у загальному обсязі	експорту	56,8	47,0	39,8	36,2	36,8	34,5	30,9
	імпорту	61,3	55,4	51,3	53,9	54,6	53,6	50,1
Темпи росту до попереднього року	експорту	×	82,0	73,5	84,0	120,6	102,8	99,7
	імпорту	×	89,2	80,4	84,5	118,3	109,8	102,2

* Розраховано за джерелом: Послання Президента України до Верховної Ради України «Про внутрішнє і зовнішнє становище України у 2002 році». – К.: Інформаційно-видавничий центр Держкомстату України, 2003. – С. 355.

За останні роки у зовнішній торгівлі України з країнами СНД та ЄС відбуваються суттєві структурні зміни на користь ЄС. Це ілюструють дані таблиць 14, 15, 16.

Таблиця 14

**Зміни обсягів зовнішньої торгівлі України з країнами СНД і ЄС
(2002/1996)*, %**

	Динаміка експорту			Динаміка імпорту		
	товарів і послуг	товарів	послуг	товарів і послуг	товарів	послуг
Країни СНД	-37,4	-40,9	-30,1	-19,6	-19,8	-14,3
Країни ЄС	105,8	121,1	50,1	47,2	45,4	77,5

* Розраховано за джерелом: Послання Президента України до Верховної Ради України «Про внутрішнє і зовнішнє становище України у 2002 році». – К.: Інформаційно-видавничий центр Держкомстату України, 2003. – С. 355.

Таблиця 15

**Приріст експорту та імпорту України до країн СНД та ЄС
у 1999-2002 рр. (до попереднього року, млн. дол. США)***

	1999	2000	2001	2002
Приріст експорту товарів і послуг, всього	-1261,7	2863,8	1749,8	2203,3
у тому числі				
в країні СНД	-1051,0	1135,9	188,4	-19,8
в країні ЄС	-46,8	226,7	649,5	661,5
Приріст імпорту товарів і послуг, всього	-3147,2	2147,6	1815,7	1585,4
у тому числі				
в країні СНД	-1283,6	1275,8	809,6	198,8
в країні ЄС	-779,5	524,8	526,7	625,1
Структура приросту, %				
Приріст експорту товарів і послуг, всього		100,0	100,0	100,0
у тому числі				
в країні СНД		39,7	10,8	-0,9
в країні ЄС		7,9	37,1	30,0
Приріст імпорту товарів і послуг, всього		100,0	100,0	100,0
у тому числі				
в країні СНД		59,4	44,6	12,5
в країні ЄС		24,4	29,0	39,4

* Розраховано за джерелом: Послання Президента України до Верховної Ради України «Про внутрішнє і зовнішнє становище України у 2002 році». – К.: Інформаційно-видавничий центр Держкомстату України, 2003. – С. 355.

Таблиця 16

**Коефіцієнт покриття імпорту-експорту у торгівлі
України з країнами СНД і ЄС***

	СНД			ЄС		
	товарів і послуг	товарів	послуг	товарів і послуг	товарів	послуг
1996	0,945	0,663	10,083	0,695	0,577	2,741
2002	0,735	0,488	8,221	0,971	0,877	2,318

* Розраховано за джерелом: Послання Президента України до Верховної Ради України «Про внутрішнє і зовнішнє становище України у 2002 році». – К.: Інформаційно-видавничий центр Держкомстату України, 2003. – С. 355.

ЛІТЕРАТУРА

- 📖 Держкомстатистики України. Статистичні щорічники за 1997-2003 рр.
- 📖 Балабанов *И.Т.* Основы финансового менеджмента. Как руководить капиталом? – М.: Финансы и статистика, 1999.
- 📖 Булатов *А.С.* Экономика. – М., 1999.
- 📖 Кредісов *А.І.* та ін. Управління зовнішньоекономічною діяльністю. – К.: ВІРА-Р, 1998.
- 📖 Сутормина *В.М.*, Федосов *В.М.*, Рязанова *Н.С.* Фінанси закордонних корпорацій. – К.: Либідь, 1999.
- 📖 Сухарський *В.С.* Економічний словник-довідник. – Тернопіль: Навчальна книга – БогДан, 2001.
- 📖 Сухарський *В.С.* Словник-довідник зовнішньоекономічної діяльності. Тернопіль: Астон, 2005.
- 📖 Сухарський *В.С.* Управління зовнішньоекономічною діяльністю: теорія, методологія, практика. – Тернопіль: Астон, 2001.
- 📖 Сухарський *В.С.*, Сухарський *В.В.*, Охота *В.І.* Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: теорія, методологія, практика: Навчальний посібник. – Тернопіль: Астон, 2005.
- 📖 Сухарський *В.С.* Зовнішньоекономічна діяльність: організація, технологія, практика, управління. – Тернопіль: Астон, 2006.
- 📖 Фишер *С.*, Дорнбуш *Р.*, Шмалензи *Р.* Экономика: Пер. с англ. с 2-го изд. – М.: Дело ЛТД, 1998.

РОЗДІЛ 5 ОКРЕМІ ІНСТИТУЦІЇ ТА ІНСТРУМЕНТИ РЕГУЛЮВАННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Тема 1. Інституції та засоби управління зовнішньою торгівлю на національному рівні.

1.1. Список державних органів управління зовнішньоекономічною діяльністю та їх основні функції.

1.2. Засоби зовнішньоторгової політики на національному рівні.

Тема 2. Механізми державного регулювання фінансових потоків.

2.1. Вільна торгівля чи протекціонізм.

2.2. Платіжний баланс і його основні розділи.

Тема 3. Міжнародні інститути регулювання світодіяльності.

3.1. Загальні та регіональні інституції створені при ООН.

3.2. Галузеві економічні організації.

3.3. Регулювання зовнішньої торгівлі.

3.4. Координація макрополітики.

3.5. Регіональні економічні союзи.

Тема 1. Інституції та засоби управління зовнішньою торгівлю на національному рівні

1.1. Список державних органів управління зовнішньоекономічною діяльністю та їх основні функції.

Структура інституцій, що управляють зовнішньоекономічною сферою, і в розвинутих країнах, і в країнах, що розвиваються, приблизно однакова. До неї входять Кабінет Міністрів, Міністерство зовнішньої торгівлі та зовнішньоекономічних зв'язків, митні органи, Центральний банк, Експортно-імпортний банк, Центральне статистичне управління (міністерство), Міністерство іноземних справ, податкові відомства.

Кабінет Міністрів координує діяльність органів, що беруть участь у процесі управління зовнішньоекономічною діяльністю.

Міністерство зовнішньої торгівлі та зовнішньоекономічних

зв'язків здійснює функції керівництва, регулювання та контролю у галузі зовнішньої торгівлі. Міністерство виконує такі найважливіші функції:

1) **розробляє** та **здійснює** загальні заходи, спрямовані на розвиток торгових відносин країни з іноземними державами;

2) **розробляє** проекти торгових договорів, угод і конвенцій з питань зовнішньої торгівлі, **здійснює** переговори з **іноземними** державами і **підписує** за уповноваженням свого уряду договори та угоди, **контролює** виконання міжурядових торгових договорів і угод;

3) **складає** проекти експортно-імпортних та інших зовнішньоторговельних планів, **регулює** і **контролює** виконання планів із зовнішньої торгівлі, **накреслює** заходи щодо поліпшення якості експортних та імпортних товарів;

4) **регулює** та **контролює** діяльність експортно-імпортних об'єднань, торгових представництв за кордоном і торгових радників при посольствах і місіях своєї країни;

5) **займається** питаннями митної політики;

6) **розробляє** та **здійснює** заходи з валютно-фінансових питань, **регулює** надходження платежів за зовнішньоекономічними операціями;

7) **вивчає** питання транспортування зовнішньоторгових вантажів і **контролює** виконання планів перевезень товарів;

8) **спостерігає** за виконанням наказів, постанов і правил, що стосуються зовнішньої торгівлі;

9) **видає** експортні та імпортні ліцензії, **реєструє** контракти;

10) **займається** підбором і підготовкою кадрів.

Основною структурною одиницею Міністерства зовнішньої торгівлі є **управління**. За характером діяльності всі управління можна поділити на три групи:

1. **Торгово-політичні (регіональні) управління** займаються питаннями розвитку торгових відносин з окремими групами країн; вони виробляють основи торгової політики України, а також заходи щодо укріплення економічних зв'язків із зарубіжними країнами.

2. **Головні товарні (галузеві) управління** здійснюють контроль за виконанням експортних та імпортних планів; вивчають комерційні умови експорту та імпорту; розглядають заявки зарубіжних держав на поставку та закупівлю товарів, проводять переговори з іноземними делегаціями щодо експорту й імпорту; спостерігають за то-

варною структурою зовнішньої торгівлі; видають дозволи на ввіз і вивіз товарів; беруть участь у підготовці типових контрактів і загальних умов поставок.

3. Функціональні управління та відділи, наприклад, договірно-правове, валютне, митне, управління цін та інші. Вони організують та регулюють ЗЕД за певними конкретними функціями.

Міністерство іноземних справ сприяє визначенню зовнішньополітичних орієнтирів і зовнішньополітичному забезпеченню зовнішньоекономічних інтересів національних експортерів та імпортерів.

Торгові представництва країни в іноземних державах захищають за кордоном права даної країни в галузі зовнішньої торгівлі та збирають і оцінюють інформацію для ефективного здійснення такої участі.

Функції та завдання торгових представництв такі:

- 1) представляти інтереси даної країни в галузі зовнішньої торгівлі і сприяти розвитку торгових та інших господарських відносин;
- 2) регулювати зовнішню торгівлю;
- 3) здійснювати зовнішню торгівлю;
- 4) вивчати загальні економічні умови, зовнішньоекономічні зв'язки та кон'юнктуру ринків.

Центральні банки будь-якої країни відіграють важливу роль в управлінні зовнішньоекономічною діяльністю, валютно-фінансовими інструментами і насамперед регулюванням курсу національної валюти, організують розрахунки ЗЕД.

Експортно-імпортні банки здійснюють кредитні розрахункові функції від імені уряду, кредитування зовнішньої торгівлі.

Митні органи – це державні установи, що контролює експортно-імпортні потоки на митному кордоні країни; вони ведуть митну статистику, розробляють митні правила і процедури, стягують митні збори, мито та податки.

Статистичні органи збирають, опрацьовують та узагальнюють інформацію із зовнішньоекономічної діяльності, готують та друкують звіти та подають їх відповідним органам влади.

Податкові служби забезпечують збирання податків від такої діяльності на наповнення бюджетів.

Місцеві органи влади приймають підзаконні акти із ЗЕД та контролюють дотримання вимог виконання закону «Про зовнішньоекономічну діяльність».

1.2. Засоби зовнішньоторгової політики на національному рівні.

У період становлення капіталістичного способу виробництва інтересам буржуазії відповідала система протекціонізму, тому ця система протягом десятиліть була характерна для багатьох країн, насамперед для найактивніших щодо торгівлі держав того часу – **Голландії, Англії та Франції.**

У домонополістичному капіталі інтереси великого промислового капіталу вимагали свободи конкуренції на внутрішньому та зовнішньому ринках. Ініціатором цієї системи стала **буржуазія Англії.**

Більшості країн із промислово розвинутою економікою також властивий протекціонізм.

Протекціонізм спрямований на охорону найбільш розвинутих галузей промисловості і має регіональний характер, захищаючи інтереси великих регіональних угруповань **Європи та Північної Америки, Південно-Східної Азії та Латинської Америки.**

Засобами торгово-політичних угод будь-якої країни встановлюють режими зовнішньої торгівлі цієї країни або угод з урядами інших країн.

Митні тарифи країни являють собою переліки товарів, що обкладаються митом. Ці товари об'єднані в групи за ознакою походження (рослинні, тваринні, промислові тощо) і за ступенем обробки. Навпроти кожного товару вказується розмір мита, яким він обкладається. Для групування товарних позицій використовуються класифікації, розроблені **ООН.**

Мито – це податок, який стягується у зв'язку із ввозом іноземного товару в країну. Він збирається при випуску товарів митниціями на внутрішній ринок.

Мито у тарифі встановлюється двома методами. Один з них – це вказання розміру (ставки) мита у вигляді процента до ціни товару. Інший метод – це вказання розміру мита безпосередньо у грошовому виразі у вигляді певної суми, що стягується з маси об'єму чи штуки товару.

У **1953 р.** окремі промислово розвинуті країни підписали конвенцію про **уніфікацію** методів визначення митної вартості товарів. За цією конвенцією, адвалорне мито стягується з так званої нормальної ціни товару. Це – ціна, яка існує в момент подачі митної декларації і

включає всі витрати на доставку товару до кордону.

Мито може бути **автономним чи конвенційним**. Автономне мито створюється постановою державної влади даної країни незалежно від будь-яких угод з іншими країнами. Конвенційне мито виробляється в процесі укладення угоди чи договору з іншою країною і фіксується у цьому договорі. Воно не може змінюватись протягом строку його дії.

Митні тарифи включають **прості (одноколонні) та складні (багатоколонні) тарифи**.

Прості митні тарифи встановлюють одну ставку мита для кожного товару незалежно від походження цього товару.

Складний митний тариф передбачає дві і більше ставки мита для кожного товару. Найвища ставка **називається максимальною, чи генеральною**. Вона використовується для товарів тих країн, з якими немає угод. **Найнижча, мінімальна ставка** зазвичай застосовується до товарів тих країн, з якими підписані торгові договори й угоди.

На світовому ринку існує декілька видів митних угруповань. **Митний союз** – це угода двох чи кількох країн про відміну митних кордонів між ними. Територія держав, котрі входять у митний союз, є єдиною митною зоною, яка має загальний митний тариф. **Зона вільної торгівлі** також передбачає відміну митних кордонів між державами, країни-учасниці зони не створюють єдиного загального митного тарифу по відношенню до країн, що не беруть участі у цій угоді.

Будь-яка країна має свою національну **структуру тарифів**. До уніфікації тарифів спричинили численні багатосторонні угоди (**ГАТТ/СОТ (Генеральна асамблея з торгівлі і тарифів), ЄС (Європейський союз), НАФТА (Північноамериканська угода про вільну торгівлю)** тощо), які вимагають співставлення тарифів різних країн. У 1950 р. у Брюсселі була підписана так звана **брюссельська схема** митного тарифу. За цією схемою в основу покладено поділ товарів за виробничим принципом. Товари, які належать до певної галузі виробництва, починаючи із сировини і закінчуючи готовим продуктом, об'єднані в один розділ.

Величина митних ставок, як правило, зростає з підвищенням ступеня обробки, науко- та техноємності: сировина обкладається низьким митом або взагалі не обкладається ним, за техноємні ж готові товари та послуги стягується високе мито.

Кількісні обмеження. Поряд із митом у зовнішній торгівлі використовуються також і кількісні обмеження.

Контингентування – це обмеження державною владою ввозу товарів певною кількістю чи сумою на встановлений період часу. В іншому разі уряд країни встановлює загальний (глобальний) контингент, який можуть використовувати всі країни.

Існують так звані **тарифні контингенти**, котрі дозволяють ввезти певну кількість товарів за зниженим митом або безмитне. Тарифні контингенти широко застосовують **країни Європейського союзу та США**.

За ліцензійної системи вільний ввіз тих чи інших товарів забороняється.

Ліцензія – це дозвіл, який дає право імпортеру ввезти певну кількість товару у відповідну країну. Ліцензії видаються урядовими органами найбільшим імпортерам товарів. Використовуються форми генеральних та індивідуальних ліцензій.

Індивідуальна ліцензія – це переважно разовий дозвіл на ввіз певного товару, дійсний протягом обмеженого терміну.

Генеральна ліцензія – це список товарів, які дозволяється ввезти вільно впродовж зазначеного у ній часу. Генеральна ліцензія публікується в офіційних виданнях країн.

Разом із **прямими обмеженнями** країни використовують цілу систему заходів **непрямого протекціонізму**. Сюди входять різноманітні митні формальності, санітарно-ветеринарні норми, система внутрішніх податків і зборів, різноманітні адміністративні правила, що стосуються використання іноземних товарів, та ціла низка інших заходів.

Торгово-політичні засоби розширення експорту товарів. Сьогодні існує два основних напрямки торгово-політичних методів розширення експорту, які застосовуються розвинутими країнами.

Один із них – **кредитування експорту** у різних формах із метою розширення збуту товарів.

Інший напрямок полягає у розвитку торгово-політичних засобів розширення експорту – **продаж товарів на експорт за цінами нижчими, ніж світові ціни, у підсумку – за демпінговими цінами**.

Субсидування експорту – це форма державної політики, яка дає змогу продавати на зовнішньому ринку товари вітчизняного виробництва за більш низькими цінами.

Експортні премії є одним із торгово-політичних засобів розширення експорту. **Експортні премії** можуть бути у **прямій чи непрямій формі**.

Прямі експортні премії здійснюються шляхом надання експортерам разових субсидій при експорті товарів.

Податкові пільги – це непрямі експортні премії, коли експортерам надаються різноманітні фінансові пільги. Одна з давно практикованих форм непрямих експортних премій – це система звільнення від мита чи його повернення компаніям, котрі застосовують імпорту сировину для виготовлення експортних товарів (так званий умовно безмитний ввіз і повернення мита).

Торгові договори й угоди належать до найважливіших засобів торгової політики країн світу. Вони визначають правові умови, на яких ґрунтуються економічні взаємовідносини урядів, а також фізичних і юридичних осіб держав, котрі підписали договір.

Сучасні торгові договори за своїм змістом, характером і значенням можуть бути поділені на дві великі групи: **торгові договори**, які визначають найважливіші принципи і створюють правову базу для всього комплексу економічних взаємин між країнами, і **торгові угоди**, які регулюють окремі сторони економічних взаємовідносин.

Договори укладаються на тривалі терміни (5-10 років) і передбачають можливість продовження строку їхньої дії на наступний період і, як правило, підлягають ратифікації.

Торгові угоди – це угоди на короткий термін.

Режим найбільшого сприяння – це стан який визначається угодами 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 надасть у майбутньому будь-якій третій державі. Він поширюється у торгових договорах на питання ввозу, вивозу та транзиту товарів, умови використання морських портів, мореплавання та ін.

Важливими типами угод у сфері зовнішньоекономічних зв'язків є **угоди про ліквідацію подвійного оподаткування**.

Тема 2. Механізми державного регулювання фінансових потоків

2.1. Вільна торгівля чи протекціонізм.

Політика вільної торгівлі чи протекціонізму мають право на існування.

Апологети протекціонізму стверджують, що без державного захисту від іноземної конкуренції розвиток національної промисловості неможливий.

Безмитна торгівля з її гострою конкурентною боротьбою в умовах світового господарства, відповідно до цього погляду, зовсім унеможливує створення власної національної промисловості. Можливості та засоби ведення конкурентної боротьби, якими володіють промислово розвинуті країни, позбавляють економічно слабкі держави шансу на успіх в їхніх зусиллях вийти із «зачарованого кола бідності».

Кожна держава, декларуючи вільну торгівлю, вміло поєднує ці теоретичні концепції з практикою широкого використання захисних тарифів та інших видів обмежень. **Існування протекціонізму** пояснюється необхідністю проведення заходів у відповідь на захисну політику інших держав.

В останній час нової ролі набувають валютно-фінансові (монетаристські) інструменти регулювання зовнішньоекономічної системи як на національному, так і на міжнародному рівнях.

2.2. Платіжний баланс і його основні розділи.

Платіжний баланс виражає всю складну суму економічних відносин країни зі світом. Характер цих відносин залежить як від розвитку економіки цієї країни, так і від змін, що відбуваються в економіці інших країн і на світовому ринку.

Встановлення між країнами політичних, наукових і культурних зв'язків також зумовлює необхідність здійснення різноманітних розрахунків між країнами у відповідних балансах – платіжному, розрахунковому та ін.

Платіжний баланс – це співвідношення між сумою всіх грошових надходжень, отриманих даною країною від інших країн за певний період, і сумою всіх грошових платежів, здійснених нею за цей же період.

Платіжний баланс оборотів розраховується за квартал, рік чи інший період часу.

Платіжний баланс на певну дату – це поточний платіжний баланс конкретного дня.

Платіжний баланс оборотів не вичерпує всіх розрахункових взаємовідносин, які виникають між країнами, оскільки він реєструє тільки оплачені за певний період (чи на певну дату) вимоги та зобов'язання. Для охоплення всіх розрахункових взаємовідносин між країнами потрібний порядок із платіжним балансом ще й розрахунковий баланс.

Операції, які ведуть до збільшення вимог цієї країни до інших країн, називаються «**кредитовими**» (від лат. **credit** – він вірить); операції ж, які збільшують її заборгованість перед іншими країнами, називають «**дебетовими**» (від лат. **debit** – він повинен).

Кредитова операція у платіжному балансі однієї країни автоматично стає дебетовою у платіжному балансі іншої країни, і навпаки.

Структура платіжного балансу в міжнародній статистиці однакова як для його доходної, так і для його витратної частини. Вона включає:

1) баланс надходжень і платежів із зовнішньої торгівлі; 2) баланс надходжень і платежів за «послуги»; 3) баланс некомерційних надходжень і платежів; 4) баланс надходжень і платежів із закордонних капіталовкладень; 5) баланс руху капіталів у дану країну і з неї за кордон.

Розрахунковий баланс складається за конкретний період (динамічний) чи на певну дату (статистичний). **Статистичний розрахунковий баланс** має назву **балансу міжнародної заборгованості країни**.

Розрахунковий баланс оборотів (динамічний) показує співвідношення між зовнішніми вимогами (кредит) та зобов'язаннями (дебет) даної країни, які виникли протягом певного часу. Співвідношення цих сум відображає зміни позиції країни як кредитора чи боржника за вказаний період, наприклад, за рік.

Платіжний баланс – це **касовий баланс**.

Торговий баланс – це співвідношення між вартістю експорту та імпорту протягом року (чи іншого проміжку часу) незалежно від термінів їх оплати. Він входить у розрахунковий баланс.

Надходження за платежі і «послуги» об'єднують надходження

та платежі за використання однією країною транспорту, за користування засобами міжнародного зв'язку, за послуги міжнародного страхування, комісійні операції.

Плата за «послуги» займає, як правило, значне місце у статтях надходжень промислово розвинутих країн, а в країнах, що розвиваються, – у статтях платежів.

У **некомерційні надходження та платежі** входять витрати та доходи від іноземного туризму, утримання дипломатичних представництв та місій, адміністративного та воєнного апарату в інших країнах, некомерційні грошові перекази, репарації, платежі процентів від іноземних позик і банківських вкладів, частина прибутку від іноземних підприємств, що належать монополіям даної країни, тощо.

Баланс руху капіталів включає рух довго- та короткострокових капіталів, цінних паперів; суми наданих, отриманих і погашених іноземних позик; розрахунки з купівлі-продажу заводів, рудників, земельних ділянок та іншого майна за кордоном.

У цей баланс також входять **короткострокове кредитування**; відкриття рахунків в іноземних банках; переведення капіталів на ці рахунки і т. д. **Експорт (відплив) капіталу** належить до **витратної** частини платіжного балансу, **імпорт (приплив)** – до **доходної**.

Платіжний баланс країни завжди повинен бути зрівноважений, однак та чи інша країна може мати в ньому «**дефіцит**» чи, навпаки, «**надлишок**».

Дефіцит платіжного балансу виникає тоді, коли надходження тієї чи іншої країни недостатні для покриття її зобов'язань, і країна здійснює додаткові операції, щоб зрівноважити (сальдувати) платіжний баланс.

Важливою складовою платіжного балансу є **баланс надходжень і платежів із зовнішньої торгівлі**.

Тема 3. Міжнародні інститути регулювання світодіяльності

3.1. Загальні та регіональні інституції створені при ООН.

Про міжнародні фінансово-кредитні інституції подано у шостому розділі. У даній темі подається загальна функціональна характеристика міжнародних галузевих та регіональних інституцій, які координу-

ють та сприяють міжнародній діяльності.

Економічні органи системи ООН: ЕКОСОР (Економічна і соціальна рада) – орган ООН, який займається координацією економічної та соціальної діяльності ООН та її спеціалізованих установ.

Завдання ЕКОСОР:

- **служити** центральним форумом для обговорення міжнародних і соціальних проблем глобального і міжгалузевого характеру;
- **контролювати** й оцінювати здійснення загальної стратегії та виконання першочергових завдань, визначених Генеральною асамблеєю в економічній, соціальній і суміжних сферах;
- **здійснювати** загальну координацію діяльності організацій системи ООН в економічній, соціальній і суміжних сферах;
- **готувати** всебічні огляди політики та сфери оперативної діяльності у всій системі ООН.

Регіональні економічні комісії:

ЄЕК (Європейська економічна комісія) – комісія Економічної і соціальної ради ООН, створена згідно з її резолюцією від 28 березня 1947 р. Комісія покликана сприяти розвитку та співробітництву європейських країн, підвищенню життєвого рівня їх населення.

ЕКА (Економічна комісія ООН для Африки) – комісія Економічної і соціальної ради ООН, заснована згідно з її резолюцією від 28 квітня 1958 р. ЕКА повинна сприяти економічному та соціальному розвитку країн-членів, розширенню їх співробітництва між собою та з іншими країнами світу.

ЕКЛА (Економічна комісія ООН для Латинської Америки). Здійснює вивчення проблем економічного розвитку країн регіону і на основі цього розробляє рекомендації та консулює уряди країн її членів з метою покращення зовнішньоекономічної діяльності.

ЕКЗА (Економічна комісія ООН для Західної Азії). Має на меті узгодження дій країн-членів в економічному розвитку Західної Азії і зміцнення економічних відносин, лібералізацію стосунків між ними.

ЕСКАТО (Економічна і соціальна комісія ООН для Азії і тихоокеанських країн) – комісія, заснована на основі резолюції ООН від 28 березня 1947 р., покликана сприяти соціально-економічному розвитку азіатських і тихоокеанських країн, їх співробітництву між

собою і з іншими країнами світу. В її функції входить надання допомоги країнам-членам у розв'язанні їхніх соціальних і економічних проблем шляхом проведення досліджень, вироблення рекомендацій.

3.2. Галузеві економічні організації.

До галузевих економічних організацій відносяться спеціалізовані установи ООН:

ІКАО (Організація міжнародної цивільної авіації) – спеціалізована установа ООН, покликана займатися співробітництвом держав у сфері цивільної авіації.

Розроблені **ІКАО** технічні правила, стандарти та рекомендації сприяють підвищенню ефективності міжнародних повітряних перевезень, підвищують безпеку польотів.

ІМО (Міжнародна морська організація) – спеціалізована установа ООН, що займається морським судноплавством і безпекою на морі.

Основні цілі **ІМО**: – забезпечення механізму співробітництва держав у сфері судноплавства, сприяння усуненню дискримінації та зайвих обмежень з боку судноплавних компаній, розгляд будь-яких питань, що стосуються судноплавства і можуть бути їй передані якимось органом чи іншою спеціалізованою установою ООН.

ІМО здійснює свою діяльність з метою забезпечення безпеки на морі: запобігання забрудненню морського середовища, спрощення формальностей і процедур морських перевезень, надання технічної допомоги у галузі морського судноплавства.

ЮНЕСКО (Організація Об'єднаних Націй з питань освіти, науки та культури) – спеціалізована установа ООН, завдання якої полягає у «сприянні зміцненню миру та безпеки, підтримуючи співробітництво народів у галузі освіти, науки та культури, в інтересах забезпечення всезагальної поваги до справедливості, законності, прав людини й основних свобод, проголошених у **Статуті ООН**, для всіх народів, без різниці раси, статі, мови та релігії» (ст. 1 Статуту **ЮНЕСКО**).

ВООЗ (Всесвітня організація охорони здоров'я) – спеціалізована установа ООН, метою якої є «досягнення всіма народами якомога вищого рівня здоров'я» (**Статут ВООЗ**).

ВПС (Всесвітній поштовий союз) – спеціалізована установа ООН, створена для розвитку зв'язків між народами шляхом ефекти-

вного функціонування поштових служб.

ВОІВ (Всесвітня організація інтелектуальної власності). Її завданням є сприяння охороні інтелектуальної власності у всьому світі шляхом співпраці держав й у взаємодії з будь-якою іншою міжнародною організацією.

3.3. Регулювання зовнішньої торгівлі.

Крім зазначених у попередніх розділах, до спеціальних організацій, які регулюють зовнішню торгівлю, відносяться також і такі:

ГАТТ/СОТ (Генеральна Асамблея з тарифів та торгівлі). Основні її принципи – багатосторонність зовнішньої торгівлі; застосування загального режиму найбільшого сприяння; зниження митних тарифів та інших обмежень; взаємність поступок.

ВТО (Всесвітня торгова організація). Її головна мета – сприяння розвитку торгівлі як засобу економічного зростання та розвитку; вдосконалення технологій.

ЮНКТАД (Конференція ООН з торгівлі та розвитку) – спеціалізована організація ООН, яка займається всією сукупністю питань сприяння розвитку міжнародної торгівлі на рівноправній і взаємовигідній основі.

Товарні угоди, асоціації імпортерів та експортерів відіграють важливу роль у координації політики та цін між експортерами й імпортерами на окремих світових ринках.

3.4. Координація макрополітики.

Відповідні координатні дії на макрорівні здійснюють також і інші структури.

«ГРУПА ВОСЬМИ» (G – 8) – нарада восьми провідних країн з економічних питань. Країни-члени – США, Великобританія, Франція, Німеччина, Канада, Італія, Японія, Росія.

Країни групи (G – 8) координують свою діяльність в окремих економічних і часто політичних проектах.

ОЕСР (Організація економічного співробітництва та розвитку). Головні її цілі – сприяння тісному економічному та соціальному розвитку країн, як тих, що беруть участь, так і тих, що не беруть участі в Організації.

3.5. Регіональні економічні союзи.








Крім уже перелічених, існують і інші регіональні структури.

ЄЕС (Європейська економічна співдружність) – одне з найбільших економічних угруповань, першорядними завданнями якого були: створення «Загального ринку» шляхом ліквідації національних бар'єрів до вільного руху товарів, робочої сили, послуг і капіталів; узгодження дії учасників угруповання у зовнішньоекономічній сфері.

ЄАВТ (Європейська асоціація вільної торгівлі). Основна ціль Асоціації – ліквідація перешкод, що ускладнюють розвиток торгівлі (відміна митних перешкод і кількісних обмежень).

АСЕАН (Асоціація держав Південно-Східної Азії). Головні її завдання: сприяння економічному, соціальному та культурному прогресу; зміцнення миру і регіональної стабільності; взаємодопомога у проведенні науково-дослідницьких робіт, розвитку освіти, техніки, підготовки кадрів, у питаннях адміністрування; досягнення ефективного співробітництва у промисловості та сільському господарстві.

ЛІТЕРАТУРА

-  *Бутинець Ф.Ф.* та ін. Обмін і аналіз зовнішньоекономічної діяльності. – Житомир: ПП «Рута», 2001. – 542 с.
-  Економічний словник-довідник / За ред. С.В.Мочерного. – К.: FEMINA, 1995.
-  *Кредісов А.І.* та ін. Управління зовнішньоекономічною діяльністю. – К.: ВІРА-Р, 1998.
-  *Стровский Л.Е.* и др. Внешнеэкономическая деятельность предприятия. – М.: ЮНИТИ, 1999.
-  *Сухарський В.С.* Економічний словник-довідник. – Тернопіль: Навчальна книга – БогДан, 2001.
-  *Сухарський В.С.* Менеджмент (загальний з основами спеціального). – Тернопіль: Астон, 2004.
-  *Сухарський В.С.* Зовнішньоекономічна діяльність: організація, технологія, практика, управління. – Тернопіль: Астон, 2006.

РОЗДІЛ 6

МІЖНАРОДНІ ВАЛЮТНО-КРЕДИТНІ ОРГАНІЗАЦІЇ

Тема 1. Світовий банк.

Тема 2. Міжнародний банк реконструкції і розвитку.

Тема 3. Міжнародна асоціація розвитку.

Тема 4. Міжнародна фінансова корпорація.

Тема 5. Міжнародний центр урегулювання інвестиційних суперечок.

Тема 6. Банк міжнародних розрахунків.

Тема 7. Міжнародний валютний фонд.

Тема 8. Регіональні валютно-кредитні організації.

Тема 9. Європейський банк реконструкції і розвитку.

Тема 1. Світовий банк

Сучасні міжнародні відносини нестабільні, ситуації, які виникають на валютних ринках, характеризуються для його учасників великим ризиком і невизначеністю. Все це примушує багато країн брати участь у координації економічної політики. Цю координацію, у певній мірі, здійснюють **Міжнародний валютний фонд і Світовий банк**.

Міжнародні і регіональні валютно-кредитні організації – це інститути, створені на основі міждержавних угод. Ці установи з'явилися у ХХ столітті та в залежності від цілей вирішують різні завдання і діють у глобальному або регіональному масштабах.

Через канали цих організацій проходить значна частка світових інвестицій, купівля та продаж валют, фінансування експорту та імпорту.

Роль міжнародних валютно-кредитних інститутів підвищується в умовах інтернаціоналізації господарських зв'язків. В їх діяльності переплітаються партнерство і суперечності, характерні для всесвітнього господарства.

Після Другої світової війни надання позик головним чином здійснювалось через міжнародні валютно-кредитні організації, і в першу чергу **Світовий банк і Міжнародний валютний фонд**. До

середині 90-х років минулого століття близько 50% міжнародних кредитів складала міжбанківські кредити, 30% – міжурядові і 20% – кредити інших організацій.

Головними кредиторами є уряди **Японії, Німеччини, Франції і США**. Крім них, надають кредити і країни, що розвиваються, – **Китай, ПАР, Кувейт, Південна Корея, Росія** та інші.

Найбільшими одержувачами кредитів є **Австралія, Данія, Швеція, Ямайка, Пакистан, Аргентина**.

Основний об'єм міжнародного руху позичкового капіталу припадає на розвинені країни, а на країни, що розвиваються, – тільки близько 15-18% загального об'єму міжнародних кредитів.

У діловій практиці основні міжнародні кредитні інвестиції об'єднані під загальною назвою «Світовий банк». До підрозділів Світового банку включаються **Міжнародний банк реконструкції та розвитку, Міжнародна фінансова корпорація, Міжнародна асоціація розвитку, Міжнародне агентство гарантій інвестицій, Міжнародний центр урегулювання інвестиційних суперечок**.

Склад і організаційна структура Світового банку зазнали істотних змін з часу їх створення. Кількість країн-членів **Міжнародного банку реконструкції і розвитку – МБРР**, виросла з **38 в 1946 р. до 180 в 1996 р.** Створення нових дочірніх організацій дозволило перетворити **МБРР** в групу **Світового банку**, що включає чотири міжнародних фінансових інститути. У 1956 р. була створена **Міжнародна фінансова корпорація – МФК**, яка здійснює фінансування проєктів приватного сектора, на відміну від **МБРР**, що надає позики тільки під гарантії урядів країн-членів. У 1960 р. була заснована **Міжнародна асоціація розвитку – МАР**, що надає безпроцентні пільгові кредити найбільш бідним країнам. Завданням **Міжнародного агентства гарантій інвестицій – МАГІ**, заснованого в 1988 р., є надання гарантій зарубіжним інвесторам від некомерційних політичних ризиків.

Зростання потоків прямих іноземних інвестицій обумовило створення в 1966 р. **Міжнародного центру урегулювання інвестиційних суперечок – МЦУІС**, пов'язаного з діяльністю групи **Світового банку**. МЦУІС покликаний забезпечувати урегулювання і арбітраж суперечок між іноземними інвесторами і урядами країн-позичальниць.

Тема 2. Міжнародний банк реконструкції і розвитку

Міжнародний банк реконструкції і розвитку (МБРР) – спеціалізована установа **ООН**, міждержавний інвестиційний інститут, створений одночасно з МВФ відповідно до рішень міжнародної валютно-фінансової конференції в **Бреттон-Вудсі** в **1944 р.** Угода про МБРР, що є одночасно його статутом, офіційно набрала чинності в **1945 р.**, але банк почав функціонувати з **1946 р.** Місцезнаходження МБРР – **Вашингтон**.

Офіційною метою діяльності МБРР є сприяння країнам – його членам у розвитку їх економіки за допомогою надання довгострокових позик і кредитів, гарантування приватних інвестицій. Спочатку МБРР був покликаний за допомогою акумульованих бюджетних коштів капіталістичних держав і капіталів інвесторів, що залучаються, стимулювати приватні інвестиції в країни **Західної Європи**, економіка яких значно постраждала під час Другої світової війни.

Із середини **1950-х** років, коли господарство країн **Західної Європи** стабілізувалося, діяльність МБРР у все більшій мірі стала орієнтуватися на країни **Азії, Африки і Латинської Америки**. Метою його поширення була протидія національно-визвольній боротьбі і стимулювання розвитку їх економіки.

Вищими органами МБРР є **Рада керівників і директорат** як виконавчий орган. На чолі банку є президент. Це, як правило, представник вищих ділових кіл **США**. Сесії Ради, що складається з міністрів фінансів або керівників центральних банків, проводяться раз у рік, спільно з МВФ. Членами банку можуть бути тільки члени МВФ. Голоси визначаються квотою країни в капіталі МБРР (**85,2 млрд. дол.**). Хоч членами МБРР є **155 країн**, лідируюче положення належить **сімці: США, Японії, Великобританії, ФРН, Франції, Канаді і Італії**.

Велику частину функцій по оперативному управлінню **Рада керівників** делегує постійно діючому органу – **Раді виконавчих директорів**. Рада виконавчих директорів відповідає за прийняття всіх важливих рішень, що визначають політику МБРР. В його винятковому веденні знаходиться право схвалення позик. Рада складається з **24 виконавчих директорів**. У відповідності зі **Статутом** угоди, п'ять найбільших акціонерів – **США, Великобританія, Франція, Німеччина і Японія** – призначають своїх виконавчих директорів. Інші

виконавчі директори вибираються групами країн, що формуються за географічним принципом.

Три країни – **Росія, Китай і Саудівська Аравія** – мають право обирати власних виконавчих директорів. **Російська Федерація** є однією з восьми країн, що мають власних представників у Раді виконавчих директорів і має можливість надавати істотний вплив на політику МБРР.

Джерелами ресурсів Банку, крім акціонерного капіталу, є розміщення **облігаційних позик**, головним чином на американському ринку, і кошти, отримані від продажу облігацій.

МБРР надає кредити зазвичай на термін до **20 років** для розширення виробничих потужностей країн членів Банку. Вони видаються під гарантію урядів країн-членів Банку. МБРР надає також гарантії по довгострокових кредитах інших банків. Як і МВФ, він вимагає обов'язкового надання інформації про фінансове становище країни-позичальників, що кредитуються.

Банк покриває своїми кредитами лише **30% вартості об'єкта**, причому найбільша частина кредитів спрямовується в галузі інфраструктури, енергетику, транспорт, зв'язок. Із середини **1980-х років МБРР** збільшив частку кредитів, що направляються в сільське господарство (до **20%**), в охорону здоров'я і освіту. У промисловість спрямовується менше **15%** кредитів Банку.

В останні роки **МБРР** займається проблемою урегулювання зовнішнього боргу країн, що розвиваються. До **1/3** кредитів він видає у формі так званого спільного фінансування. Банк надає структурні кредити для регулювання структури економіки, оздоровлення платіжного балансу.

За період свого існування Банк і його організації надали понад **5 тис. позик** на загальну суму **245 млрд. дол.** Майже **3/4 всіх позик** доводиться на МБРР, тобто приблизно **15 млрд. дол.** у рік. З них стягується відсоток на рівні ставок фінансового ринку.

Тема 3. Міжнародна асоціація розвитку

Міжнародна асоціація розвитку (МАР) створена в **1960 р.** для надання допомоги найбільш біднішим з країн, що розвиваються, які не спроможні брати позики у Міжнародному банку реконструкції та розвитку. Вона надає пільгові безпроцентні кредити на термін **30-40**

років у залежності від кредитоспроможності країни і з відстрочкою платежів на 10 років, стягуючи лише комісію в розмірі 34 % на покриття адміністративних витрат. Право на отримання таких кредитів мають країни з річними доходами на душу населення, який перевищує 835 дол. Мета цих кредитів – заохочення експорту товарів з розвинених країн у найбідніші країни. Специфіка діяльності МАР полягає в координації діяльності з МБРР у спільному кредитуванні проектів. Цим поєднуються потоки пільгових державних кредитів і дорогих приватних позичкових капіталів.

МАР фінансується за рахунок внесків країн-донорів, повернення старих кредитів і відрахувань від прибутку МБРР. Формування ресурсів МАР відбувається у вигляді так званих «поповнень» країн-донорів. Всього здійснено 10 поповнень. У 1996 році у **Токіо** відбулася зустріч 36 країн-донорів, на якій була досягнута домовленість про проведення одинадцятого поповнення. Одинадцять поповнення передбачало виділення в загальний фонд 22 млрд. дол. З них внески донорів становлять 11 млрд. дол. Інші кошти поступають від погашення заборгованості за попередніми поповненням, повернення раніше виданих кредитів і відрахувань МБРР.

Незважаючи на юридичну самостійність, МАР у багатьох випадках здійснює спільну із **Світовим банком** діяльність і має загальний з ним персонал, приміщення і інше технічне забезпечення. Вона щорічно надає кредити більше ніж по 125 проектах на загальну суму близько 6 млрд. дол.

Членами МАР є **159 країн**. Членство відкрите для всіх держав, прийнятих у МБРР. Тільки бідні країни, що розвиваються, мають право на отримання кредитів МАР. За формальними критеріями це країни із середнім прибутком на душу населення, меншим від 1465 дол. Практично кредити МАР надаються лише країнам із середнім прибутком на душу населення 905 дол. і менше. Країни з прибутком менше 1465 дол. можуть отримати допомогу частково з позик МБРР, а частково з кредитів МАР. Позики МБРР надаються позичальникам з прибутком нижче за 5295 дол. Якщо прибуток перевищив 5295 дол. на душу населення, країна втрачає право на позики МБРР і за термінологією Світового банку, «отримує атестат зрілості».

Тема 4. Міжнародна фінансова корпорація

Міжнародна фінансова корпорація (МФК) створена з ініціативи США у 1956 році. Вона стимулює напрям приватних інвестицій у промисловість країн, що розвиваються. МФК надає кредити високорентабельним приватним підприємствам. Кредити видаються на термін до **15 років** (у середньому від **3 до 7 років**). Таким чином, МФК сприяє додатковому фінансуванню проєктів, що створюються приватним сектором.

Вищим органом МФК є Рада керівників, яка складається з членів Ради керуючих МБРР. Президентом МФК є президент МБРР. Поточні операції здійснює Рада виконавчих директорів. На відміну від МАР, МФК не тільки повністю відділена від МБРР у фінансовому і юридичному відношенні, але і має власний штат співробітників.

Специфіка кредитів МФК полягає у відсутності вимоги урядових гарантій, оскільки приватний капітал прагне уникнути державного контролю. Крім того, МФК з 1961 р. має право безпосередньо інвестувати кошти в акціонерний капітал підприємств з подальшим перепродажем акцій приватним інвесторам. У цьому виявляється властива групі МБРР тенденція співпраці, а не конкуренції з приватними інвесторами.

МФК випускає власні облігації, що мають найвищий рейтинг на світовому ринку. П'яту частину потреби в залучених ресурсах покриває за рахунок позики у Світовому банку.

Корпорація може інвестувати кошти в акціонерні капітали підприємств, яким надає кредитну підтримку. Вона фінансує створення нових і реконструкцію діючих підприємств – від заводів до банків. Велика увага при цьому приділяється розвитку малого бізнесу і охороні навколишнього середовища. Надаються також консультативні послуги і технічна допомога місцевим органам влади і підприємствам по широкому спектру напрямів.

Одними з головних принципів діяльності МФК є: фінансування не більше як **25%** загальної суми витрат по проєктах; придбання не більше як **35%** акцій підприємств і не участь в їх управлінні. Розміри процентних ставок за кредитами залежать від економічного потенціалу країни і характеру проєкту, що фінансується. Погашення позик здійснюється протягом **3-15 років**, інколи майже з наданням відстрочки платежів до **12 років**. У цей час Корпорація щорічно

схвалює позики майже за 200 проектами на загальну суму, що перевищує 3 млрд. дол. Її учасниками є 170 країн.

Тема 5. Міжнародний центр урегулювання інвестиційних суперечок

Міжнародний центр урегулювання інвестиційних суперечок (МЦУІС) є незалежною міжнародною організацією, створеною в 1966 р. на основі міжнародної Конвенції по урегулюванню інвестиційних суперечок, що відкрилася в 1965 р. і що набрала юридичної чинності, починаючи з наступного року. У 1996 р. членами МЦУІС були 126 країн і ще 13 країн знаходилися в процесі вступу. Завданням МЦУІС є урегулювання і арбітраж суперечок між урядами і державними організаціями країн-членів МЦУІС і зарубіжними інвесторами – приватними і корпоративними. За допомогою зміцнення довір'я і взаєморозуміння між урядами і іноземними інвесторами МЦУІС сприяє збільшенню потоків інвестицій.

Всі розглянуті вище організації, що становлять групу Світового банку, пропонують широкий диверсифікований набір фінансових продуктів і послуг, що адекватно відображає потреби країн, що розвиваються. Допомога групи Світового банку і накопичений нею досвід можуть принести значну користь країнам з перехідною економікою.

Тема 6. Банк міжнародних розрахунків

Банк міжнародних розрахунків (БМР) – перший міждержавний банк – був організований у 1930 р. в Базелі як міжнародний банк центральних банків. Його організаторами були емісійні банки Англії, Франції, Італії, Німеччини, Бельгії, Японії і група американських банків на чолі з банкірським будинком Моргана.

Не будучи міжнародною фінансовою організацією, чий статут передбачав би правила членства і функції, що виконуються, він відіграє провідну роль у міжнародному регулюванні банківської діяльності.

Одним із завдань БМР було полегшити розрахунки по репараційних платежах і військових боргів Німеччини, а також сприяти співпраці центральних банків і розрахункам між ними. Свою головну функцію координатора центральних банків провідних розвине-

них країн **БМР** зберігає досі. Він об'єднує центральні банки **33 країн**, головним чином європейських. З **1979 р.** **БМР** здійснює розрахунки між країнами-учасницями **Європейської валютної системи**. Він також виконує функції депозитарію **Європейського об'єднання вугілля і сталі**, здійснює операції за дорученнями **ОЕСР** і країн, які беруть участь у ній.

БМР виконує депозитно-позикові, валютні, фондові операції, купівлю-продаж і зберігання золота, виступає агентом центральних банків. Будучи західноєвропейським міжнародним банком, **БМР** здійснює міждержавне регулювання валютно-кредитних відносин.

БМР організовує також колективну валютну інтервенцію центральних банків для підтримки курсу провідних валют, виступає опікуном по міжурядових кредитах, веде контролінг за станом євrorинку.

БМР – провідний інформаційно-дослідницький центр.

Засновники **БМР**, центральні банки країн, виступають одночасно і його клієнтами. Тому **БМР** часто називають міжнародним банком центральних банків.

Таким чином, **БМР** сприяє міждержавному регулюванню валютно-кредитних відносин.

Тема 7. Міжнародний валютний фонд

Міжнародний валютний фонд (МВФ) – міжнародна організація, призначена для регулювання валютно-кредитних відносин між державами – його членами і надання їм фінансової допомоги при валютних ускладненнях. Фонд має статус спеціалізованої установи **ООН**. Практично він служить інституційною основою світової валютної системи.

МВФ був створений на міжнародній валютно-фінансовій конференції в **Бреттон-Вудсі (США)** в **1944 р.**, але почав функціонувати з **березня 1947 р.** Його штаб-квартира розташована в **Нью-Йорку**. **Рада керівників** – вищий керівний орган **МВФ**. У ньому кожна країна-член представлена керівником і його заступником. Зазвичай, це міністри фінансів або керівники центральних банків. У віданні **Ради** входить розв'язання ключових питань діяльності Фонду, таких, як внесення змін у Статуті, прийом і виключення країн-членів, визначення і перегляд величини їх частки у капіталі, вибори

виконавчих директорів. Керівники збираються на сесії зазвичай один раз у рік, але можуть провести свої засідання, а також голосувати поштою в будь-який час. **Директорат**, виконавчий орган включає **6** представників від країн з найбільшою часткою капіталу у Фонді і **16** – від інших країн, що обираються за географічною ознакою. Правління МВФ знаходиться у **Вашингтоні**, а його відділення – в **Парижі**. Правління складається з п'яти головних департаментів: для **Африки, Європи, Азії, Середнього Сходу і Західної півкулі**.

Офіційні цілі **МВФ**: сприяти міжнародній співпраці у валютно-фінансовій сфері у рамках постійно діючої установи»; сприяти розширенню і збалансованому зростанню міжнародної торгівлі, що мало б своїм наслідком розвиток виробничих ресурсів, досягнення високого рівня зайнятості і реальних прибутків усіх держав-членів; забезпечувати стабільність валют, підтримувати впорядковані відносини у валютній сфері серед держав-членів і не допускати знецінення валют з метою отримання конкурентних переваг; надавати допомогу в створенні багатосторонньої системи розрахунків по поточних операціях між державами-членами, а також в усуненні валютних обмежень; надавати на тимчасовій основі державам-членам засобів у іноземній валюті, які давали б їм можливість виправляти порушення рівноваги в їх платіжних балансах.

Статут МВФ змінювався двічі: в **1968-1969 рр.** була внесена перша серія поправок, викликана введенням СДР, і в **1976-1978 рр.** – друга серія поправок, яка відображала заміну **Бреттон-вудської валютної системи** новою, **Ямайською валютною системою**. Згідно зі **Статутом МВФ**, держави-члени повинні були на базі фіксованих курсів валют вводити їх оборотність по поточних міжнародних операціях і провести політику по повному усуненню валютних обмежень. На практиці ці положення не могли бути виконані багатьма країнами (валютні обмеження відмінені лише в 60 країнах).

Капітал МВФ складається з внесків держав-членів відповідно до встановлених квот, величина яких залежить від економічного потенціалу і активності країни у міжнародній торгівлі. Спочатку внески сплачувалися частково золотом (чверть квоти) і частково національною валютою. Потім, з квітня 1978 р., четверта частина квоти стала зараховуватися в СДР або у встановлених МВФ валютах країн-учасниць. У **1947 р.** у Фонд входило 49 країн, і загальна сума квот становила 7,7 млрд. дол. До **30 червня 1991 р.** учасника-

ми МВФ були вже **155 країн-членів**, і капітал (оплачений) становив **90 млрд. СДР (СДР = 1,2 дол. США)**. З цієї суми **2/3** належать промислово розвиненим країнам (у тому числі **США – 1/5**), **1/3** – країнам, що розвиваються, що становлять **4/5** членів Фонду.

Виходячи з розмірів квот, розподіляються голоси між країнами в керівних органах МВФ. Кожна держава має в своєму розпорядженні **250** голосів плюс один голос на кожні 100 тис. СДР її квоти. Найбільшим числом голосів володіють **США** (більше 19%) і країни **Європейського Союзу** (близько 30%). За останні роки зросла частка квот і відповідно голосів країн-експортерів нафти. Для прийняття найбільш важливих рішень МВФ необхідно **85%** голосів учасників, в інших випадках досить **70%**.

Дорадчим органом є **Тимчасовий комітет Ради керівників**, до складу якого входять міністри фінансів 22 країн.

У статут МВФ внесені зміни в зв'язку з **Ямайською валютною системою**. Вони були ратифіковані більшістю членів Фонду 1 квітня 1978 р. **Частка США** в капіталі Фонду знизилася за 1947-1987 рр. з **36,2** до **20,1%**, в загальній кількості голосів – з **26,7** до **19,3%**. Проте вони зберегли право вето при розв'язанні найважливіших питань. Дещо підвищилася питома вага голосів і квот країн, що розвиваються, головним чином країн-експортерів нафти.

Кредити МВФ поділяються на декілька видів:

1) кредити, що надаються в межах резервної позиції країни в МВФ. Для покриття дефіциту платіжного балансу країна може отримати кредит у Фонді – позику в іноземній валюті в обмін на національну терміном до трьох-п'яти років. Погашення позики проводиться зворотним шляхом – за допомогою купівлі через певний термін національної валюти на вільно конвертовану. У межах 25% квоти країна отримує кредити без обмежень, а також на суму кредитів у іноземній валюті, наданих раніше Фонду. Цей кредит не повинен перевищувати 200% квоти;

2) кредити, що надаються понад резервну частку, видаються після попереднього вивчення Фондом валютно-економічного становища країни і виконання вимог МВФ про проведення стабілізаційних заходів.

Стабілізаційні програми МВФ передбачають обмеження внутрішніх кредитів, бюджетних витрат, заробітної плати і ведуть до зниження темпів економічного зростання, що зазвичай іде врозріз із

національними інтересами країни-позичальника.

Однак отримання позики у МВФ дає можливість країнам розраховувати на великі кредити в приватних банках.

МВФ відіграє велику роль у міждержавному регулюванні валютно-кредитних відносин. Відповідно до **Бреттон-вудської угоди**, перед Фондом було поставлене завдання упорядкувати валютні курси, тобто урегулювати і підтримувати стійкість паритету валют країн-членів (у золоті або доларах). Без санкції фонду країни не мали права змінювати паритет валют більш ніж на **10%**, а також допускати при проведенні операцій відхилення від паритету понад $\pm 1\%$ (з грудня 1971 р. – понад $\pm 2,25\%$).

Відповідно до **Статуту МВФ**, держави-члени Фонду повинні були на базі фіксованих валютних курсів вводити оборотність валют по поточних операціях і провести політику, направлену на повне усунення валютних обмежень. Але на практиці ці положення не могли бути виконані багатьма країнами. Наприклад, валютні обмеження були відмінені лише 60-ма країнами членами МВФ.

Загострення валютної кризи на початку 1970-х років призвело до підриву основних принципів **Бреттон-вудської валютної системи** і, зокрема, до збереження фіксованих валютних курсів. У результаті, в **1973 р.** були відмінені фіксований паритет і валютні курси, введений режим «плаваючих» валютних курсів, які юридично були закріплені Ямайською валютною системою, введеною з квітня **1978 р.**

Країни-члени МВФ зобов'язані представляти йому інформацію про офіційні золоті запаси і валютні резерви, стан економіки, платіжного балансу, грошового обігу, закордонних інвестицій і т.д. Ці дані використовуються приватними банками для визначення платоспроможності країн-позичальників.

Варто відмітити, що на перших порах МВФ як кредитор відіграв скромну роль. Однак, починаючи з **1970-х років**, сталося значне розширення його кредитної діяльності.

Усього за період **1947-1998 рр.** МВФ надав країнам-членам фонди кредитів на загальну суму **175,5 млрд. СДР** (приблизно **247 млрд. доларів**), а разом з пільговими позиками найменше розвиненим країнам за рахунок спеціальних фондів – **187,1 млрд. СДР**, що становить **263 млрд. доларів**.

Важливо відмітити, що членство країни в МВФ є обов'язковою умовою при її вступі у структури Світового банку, а також для отри-

мання пільгових кредитів у **Міжнародній асоціації розвитку.**

Цілі МВФ:

- заохочення міжнародної співпраці у сфері валютної політики;
- сприяння збалансованому стану валютної політики;
- сприяння збалансованому зростанню світової торгівлі для стимулювання і підтримки високого рівня зайнятості і реальних прибутків, для розвитку виробничого потенціалу всіх держав-членів;
- підтримка стабільності валют і упорядкування валютних відносин між державами-членами;
- участь у створенні багатосторонньої системи платежів, а також усунення обмежень на трансферт валюти;
- надання коштів для ліквідації незбалансованості платіжних балансів держав-членів.

Функції МВФ:

— дотримання узгодженого кодексу поведінки (тісна співпраця у питаннях міжнародної валютної політики і міждержавного платіжного обороту);

- фінансова допомога для подолання дефіциту платіжного балансу;
- консультування і співпраця.

Принципи МВФ:

- заборона маніпуляції валютним курсом або міжнародною валютною системою для ухилення від урегулювання відносин;
- зобов'язання проведення (у разі необхідності) інтервенції на валютних ринках для припинення валютної кризи;
- зобов'язання кожної країни враховувати у своїй політиці інтервенції інтереси своїх партнерів, особливо тих, у валюті яких вона здійснює свою інтервенцію.

Тема 8. Регіональні валютно-кредитні організації

Для розв'язання специфічних проблем і розширення співпраці країн Азії, Африки, Латинської Америки у 60-х роках минулого століття були створені регіональні банки розвитку.

Міжамериканський банк розвитку (МаБР, Вашингтон, створений у 1959 р.), Африканський банк розвитку (АфБР, Абіджан, створений в 1963 р.) і Азіатський банк розвитку (АзБР, Маніла,

створений в **1965 р.**) мають єдині цілі: довгострокове кредитування проектів розвитку відповідних регіонів, кредитування регіональних об'єднань. Спільною рисою цих банків є істотний вплив на їх діяльність розвинених країн, яким належить значна частина капіталу банків і які складають приблизно 1/3 їх членів. У регіональних банках розвитку встановлений однаковий принцип формування ресурсів, залучення позикових коштів у соціальні фонди. Тут проводиться кредитна політика за зразком групи **Світового банку**.

Проте існують відмінності в діяльності регіональних банків розвитку. Вони визначаються різним рівнем економічного, культурного розвитку країн **Латинської Америки, Азії і Африки**, особливостями їх історичних традицій.

Регіональні валютно-кредитні і фінансові організації західно-європейської інтеграції являють собою складову частину її інституційної структури. Вони переслідують мету інтеграції і створення економічного і валютного союзу (**ЄС**) відповідно до **Маастрихтського договору 1993 р.**, проведення узгодженої політики по відношенню до країн, що розвиваються, асоційованих з **ЄС**.

До основних регіональних організацій **ЄС** відносяться:

Європейський інвестиційний банк (ЄІБ, Люксембург), створений у 1958 р., надає кредити на термін від **семи до двадцяти років**, а країнам, що розвиваються, до **40 років**. Мета **ЄІБ** – розвиток відсталих регіонів країн **ЄС**, реконструкція підприємств, створення спільних господарських об'єктів, розвиток пріоритетних галузей, здійснення міждержавних проектів, модернізація галузевої структури виробництва;

Європейський фонд валютної співпраці (ЄФВС), створений у **1973 р.** в рамках **Європейської валютної системи**. Він надає кредити на покриття дефіциту платіжного балансу країн-членів **ЄВС** при умові виконання ними програм стабілізації економіки. **ЄФВС** виконує в рамках **ЄВС** функції кредитно-розрахункового обслуговування країн-членів;

Європейський фонд розвитку (ЄФР, 1958 р.), проводить колективну політику **ЄС** по відношенню до країн, що розвиваються, координує двосторонні програми офіційної допомоги розвитку цих країн;

Європейський фонд орієнтації і гарантування сільського господарства (1969 р.) сприяє створенню загального аграрного ринку

(«Зелена Європа»);

Європейський фонд регіонального розвитку (ЄФРР, 1975 р.) надає кредити за рахунок коштів спільного бюджету ЄС з метою вирівнювання регіональних диспропорцій у країнах-членах;

Європейський валютний інститут (ЄВІ, Франкфурт-на-Майні, 1994 р.) замінив Європейський фонд валютної співпраці, який функціонував до 1973 р., – це наднаціональний орган у складі керуючих дванадцяти центральних банків, що здійснює координацію грошової і кредитної політики цих банків, сприяє створенню системи європейських центральних банків і переходу до єдиної валюти. До ЄВІ перейшла функція емісії ЕКЮ і надання кредитів на покриття дефіциту балансу країн-членів. З липня 1998 р. ЄВІ замінений Європейським центральним банком, який випускає євро. З 1999 р. діє Європейська система центральних банків, яка включає Європейський центральний банк і центральні банки країн ЄС, що перейшли на євро.

Тема 9. Європейський банк реконструкції і розвитку

Європейський банк реконструкції і розвитку (ЄБРР) організований відповідно до підписаної 29 грудня 1990 р. в Парижі угоди для надання сприяння реформам у країнах Центральної Східної Європи. Засновниками Банку є 40 країн – всі країни Європи, крім Албанії, а також США, Канада, Мексика, Венесуела, Марокко, Єгипет, Ізраїль, Японія, Південна Корея, Австралія, Нова Зеландія і дві міжнародні організації – Європейське економічне співтовариство і Європейський інвестиційний банк. В утворенні Банку брав участь і колишній СРСР, членом Банку є нині Російська Федерація.

ЄБРР розпочав свою діяльність з квітня 1991 р., його капітал у розмірі 70 млрд. франків розподіляється таким чином: 50% належить Комісії європейських співтовариств і 12% – країнам ЄС; 8,0% – іншим європейським країнам; 24% – неєвропейським державам, у тому числі: США – 10% капіталу, Японії – 8,5%, Росії – 6%.

Мета ЄБРР – зіграти роль стимулятора і прискорювача для залучення капіталів у галузі інфраструктури країн Центральної і Східної Європи. Надаючи кредити, Банк допомагає західним промисловцям йти на необхідний ризик у завоюванні ринків на Сході, а це

буде сприяти якомога швидшому переходу східноєвропейських країн до економічної стабільності і введенню конвертованості своїх валют.

ЄБРР кредитує проекти лише в межах **15-150** млн. дол.

Ресурси **ЄБРР** формуються аналогічно з **МБРР**. Однак частка оплаченого акціонерного капіталу **ЄБРР** вища (**30%** у порівнянні з **7%**). Неоплачені акції можуть бути при необхідності залишені, але зазвичай використовуються як гарантія при залученні позикових коштів на світовому кредитному ринку.

ЄБРР спеціалізується на кредитуванні виробництва (включаючи проектне фінансування), наданні технічного сприяння реконструкції і розвитку інфраструктури (включаючи екологічні програми), інвестиціях в акціонерний капітал підприємств, що приватизуються. Переважні сфери діяльності **ЄБРР** – фінансовий, банківський сектори, енергетика, телекомунікаційна інфраструктура, транспорт, сільське господарство. Велика увага приділяється підтримці малого бізнесу. Як і інші міжнародні фінансові інститути, **ЄБРР** надає консультативні послуги при розробці програм розвитку з цільовими інвестиціями. Одне із стратегічних завдань **ЄБРР** – сприяння приватизації, роздержавленню підприємств, їх структурній перебудові і модернізації, а також консультування з цих питань.

ЛІТЕРАТУРА

- 📖 *Александровский Е.Э.* Структура группы Всемирного банка // Деньги и кредит. – 1997. – №11.
- 📖 *Балабанов И.Т., Балабанов А.И.* Внешнеэкономические связи: Учеб. пособие. – М.: Финансы и статистика, 1998.
- 📖 *Банковское дело: Учебник.* – 4-е изд., перераб. и доп. / Под ред. проф. *В.И. Колесникова*, проф. *Л.П. Кроливецкой*. – М.: Финансы и статистика, 1998.
- 📖 *Боринець С.Я.* Міжнародні валютно-фінансові відносини: Підручник. – К.: Т-во «Знання», КОО, 1999.
- 📖 *Введение в банковское дело / Под ред. Ю.Б. Рубина.* – М., 1997.
- 📖 *Гальчинський А.С.* Сучасна валютна система. – К.: Вища шк., 1995.
- 📖 *Губський Б.В.* Інвестиційні процеси в глобальному середовищі. – К.: Наук. думка, 1998.
- 📖 *Деньги, кредит, банки: Учебник / Под ред. О.И. Лаврушина.* –

- 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика, 1999.
- 📖 Економічний словник-довідник / За ред. С.В. Мочерного. – К.: FEMINA, 1995.
- 📖 *Завадський Й.С.* Менеджмент. Том 1. – К.: Українсько-фінський інститут менеджменту і бізнесу, 1998.
- 📖 *Кредісов А.І.* та ін. Управління зовнішньоекономічною діяльністю. – К.: ВІРА-Р, 1998.
- 📖 Міжнародні валютно-кредитні відносини: Підручник / *А.С. Філіпенко, В.І. Мазуренко, В.Д. Сікора* та ін. – К.: Либідь, 1997.
- 📖 *Сухарський В.С.* Економічний словник-довідник. – Тернопіль: Навчальна книга – БогДан, 2001.
- 📖 *Сухарський В.С.* Словник-довідник зовнішньоекономічної діяльності. – Тернопіль: Астон, 2005.
- 📖 *Сухарський В.С.* Управління зовнішньоекономічною діяльністю: теорія, методологія, практика. – Тернопіль: Астон, 2001.
- 📖 *Сухарський В.С., Сухарський В.В., Охота В.І.* Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: теорія, методологія, практика: Навчальний посібник. – Тернопіль: Астон, 2005.
- 📖 *Сухарський В.С.* Зовнішньоекономічна діяльність: організація, технологія, практика, управління. – Тернопіль: Астон, 2006.
- 📖 *Школа І.М.* Міжнародні економічні відносини. – Чернівці, 1996.
- 📖 MOODY'S, International Manual. – 1995. – Vol. 1-2.
- 📖 Statistical Yearbook. – 1995.
- 📖 Trade and Development Report. – 1995.
- 📖 World Industrial Outlook. – 1995.

РОЗДІЛ 7

СТРУКТУРА ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ЕКСПОРТНО-ІМПОРТНИХ ОПЕРАЦІЙ

Тема 1. Деякі методи операцій з експорту та імпорту.

1.1. Методи операцій.

1.2. Принципи організації та управління виробничо-збутовою діяльністю структур, які працюють у зовнішньоекономічній діяльності.

1.3. Організація експортних операцій.

1.4. Організація імпорتنих операцій.

Тема 2. Торгово-посередницькі операції.

2.1. Поняття та види торгово-посередницьких операцій.

2.2. Операції з перепродажу.

2.3. Комісійні операції.

2.4. Агентські операції.

2.5. Брокерські операції.

Тема 3. Структурно-організаційні форми торгово-посередницьких операцій.

3.1. Торгові фірми підприємства.

3.2. Комісійні фірми підприємства.

3.3. Агентські фірми підприємства.

3.4. Брокерські фірми підприємства.

3.5. Фектори підприємства.

Тема 1. Деякі методи операцій з експорту та імпорту

У зовнішньоторговельній практиці використовуються два основних методи здійснення експортно-імпорتنих операцій: **прямий (direct)** експорт та імпорт, що передбачає поставку товарів промисловими підприємствами безпосередньо іноземному споживачу або закупівлю у нього відповідних товарів, і **непрямий (indirect)** експорт та імпорт, який полягає у продажі та купівлі товарів через торгових посередників.

1.1. Методи операцій.

Методів є два.

Прямий метод зовнішньоекономічних операцій використовується:

- при продажі та закупівлі промислової сировини на основі довгострокових контрактів;
- при експорті дорогого та габаритного обладнання;
- при експорті стандартного обладнання через закордонні філії;
- при закупівлі сільськогосподарських товарів у фермерів;
- при державному продажі та закупівлі.

Непрямий експорт та імпорт продовжує зберігати своє значення. За деякими оцінками, з допомогою торгових посередників у світовий товарооборот втягується близько половини всіх товарів.

Метод використовується:

- при збуті стандартного промислового обладнання;
- при збуті споживчих товарів;
- при реалізації другорядної продукції;
- на окремих важкодоступних і маловідомих ринках;
- при просуванні нових товарів;
- при відсутності власної збутової мережі;
- за умови, що торгівля монополізована великими торгово-посередницькими фірмами.

1.2. Принципи організації та управління виробничо-збутовою діяльністю структур, які працюють у зовнішньоекономічній діяльності.

Промислові підприємства складаються з різних підрозділів, які можна поділити на **три групи**:

- виробничі відділи, що займаються питаннями, пов'язаними з випуском продукції;
- функціональні відділи, куди входять відділи збуту, вивчення ринків, реклами, постачання, транспорту, страхування, юридичний та економічний відділи і відділ планування;
- адміністративні відділи: фінансовий відділ, бухгалтерія, відділ кадрів, відділ відносин зі службовцями й урядом.

Структура побудови підприємства та принципи управління визначаються розмірами виробництва, виробничим профілем, технологією виробництва, сферою діяльності, масштабами закордонної діяльності тощо.

Розрізняють **дві основні форми управління** промисловими підприємствами – **централізовану та децентралізовану**. **Централізована** передбачає керівництво господарською діяльністю підприємств з одного центру, жорстку регламентацію та координацію їхньої діяльності, повну відсутність господарської самостійності. Керує такою фірмою президент компанії, два віце-президенти, один з яких відає виробництвом, інший – збутом товарів.

Децентралізована форма управління передбачає створення всередині підприємства виробничих відділень, які мають повну господарську самостійність. За вищою адміністрацією підприємства зберігаються тільки функції контролю, координації їхньої діяльності. Перехід до децентралізованої форми зумовлений тим, що всередині підприємства створюється більше виробничих підприємств.

У структуру управління **децентралізованого** підприємства входять: центральний апарат; виробничі відділення; центральні служби; контрольна і фінансова служби.

Центральний апарат. Найвищою керівною ланкою підприємства є **загальні збори акціонерів**. Однак фактично вони відіграють незначну роль. Практично керують підприємством **Наглядова рада та Правління**.

У сучасних умовах президент підприємства рідко керує нею, керівництво здійснюється колективно за участю різноманітних **комітетів** (фінансового, адміністративного та ін.), які створюються при **Наглядовій раді** і складаються з її членів.

Виробничі відділення. Сучасна велика компанія складається з багатьох відділень. На чолі їх стоять **управляючі**.

Виробничі відділення концернів мають **юридичну самостійність**.

В основі організаційної будови підприємства з **децентралізованою** формою правління лежить або **галузевий принцип** (спільність продукції, яка випускається фірмою), або **територіальний** (місце розташування підприємства).

Центральні служби децентралізованого підприємства представлені науково-дослідницькими та конструкторськими відділами, лабораторіями обчислювальних машин, статистичними відділами, відділами будівництва, транспорту, збуту, постачання, маркетингу, реклами, юридичного відділу та відділу планування.

Контрольна та фінансова служба складається з контролера, частіше всього скарбника, головного ревізора та бухгалтера.

1.3. Організація експортних операцій.

При незначному обсязі зовнішньоторгових операцій і реалізації основної частини продукції на зовнішньому ринку для здійснення зовнішньоторгових операцій підприємства використовує торговий апарат, який розрахований для роботи на внутрішньому ринку.

При збільшенні зовнішньоторгових операцій створюється **спеціальний експортний відділ**.

Замість експортних відділів великі підприємства мають **підрозділи у закордонних відділеннях**, побудовані за регіональним принципом.

З метою реалізації продукції всіх своїх підприємств великі фірми нерідко створюють центральну контору у вигляді юридично самостійного **акціонерного товариства чи дочірнього експортного підприємства**, при цьому комерційна фірма повністю відділяється від виробничої. Наприклад, малі та середні підприємства іноді організують спільні збутові компанії у формі експортних асоціацій. Поширеною формою експортних операцій є складальні заводи. Їх мають організації «Зінгер», «Монтекатіні», «Фіат», «Дюпон» та ін.

У країнах, що розвиваються, монополістичні об'єднання створюють **змішані збутові компанії**.

Великі підприємства створюють власний зовнішньоторговий апарат за кордоном. До його завдань належать: вивчення ринку, умов угод, смаків споживачів.

За кордоном створюються і підприємства, які займаються не тільки оптовою, але й **роздрібною торгівлею**. Організація роздрібною торгівлі за кордоном характерна для підприємств, що випускають автомобілі, телевізори, парфумерію та інші товари.

1.4. Організація імпорتنих операцій.

Імпорт здійснюють тільки **великі підприємства, муніципалітети, універмаги, ресторани концерни**.

Для проведення операцій вони створюють імпортні відділи, що включають, як правило, два сектори – **закупівельний і адміністративний**.

У великих центрах, де переважно закуповується товар, заснуються **постійні представництва**.

В окремих країнах, що розвиваються, створені **урядові організації**, які займаються експортом окремих товарів, котрі виробляють-

ся на державних підприємствах або скуповуються в окремих приватних осіб (наприклад, **Бразильський інститут кави**, нафтові розробки **Аргентини**).

Тема 2. Торгово-посередницькі операції

2.1. Поняття та види торгово-посередницьких операцій.

Під торгово-посередницькими операціями розуміють операції, пов'язані з купівлею та продажем товарів, які виконуються за дорученням виробника-експортера.

Торгове посередництво – це досить широке поняття, яке включає значне коло послуг: перепродаж товару; пошук закордонного контрагента; підготовку та завершення угод; кредитування сторін; здійснення транспортно-експедиторських операцій; страхові операції; проведення рекламних заходів; здійснення технічного обслуговування.

До **торгово-посередницьких** належать підприємства, які в юридичному та господарському відношенні не залежать від виробника чи споживача товару.

В основному, торгово-посередницькі підприємства займаються лише комерційною діяльністю, хоча найбільші з них можуть і обробляти куплений товар.

Недоліком використання посередників є те, що **експортер** позбавлений **безпосередніх контактів** із ринками збуту і повністю залежить від добросовісності посередника.

Торгово-посередницькі операції можна поділити на чотири види: з перепродажу; комісійні; агентські; брокерські.

2.2. Операції з перепродажу.

Такі операції здійснюються торговим посередником від свого імені та за свій рахунок. Тут торговий посередник виступає стороною договору як з експортером, так і з покупцем.

Розрізняють два види операцій з перепродажу.

До **першого виду** належать операції, коли торговий посередник виступає по відношенню до експортера як покупець.

Другий вид операцій – коли експортер і торговий посередник підписали договір про продаж товарів на певній території у конкретний термін.

2.3. Комісійні операції.

Комісійні операції – здійснення однією стороною, **комісіонером**, за дорученням іншої сторони, яку називають **комітентом**, угод від свого імені, але за рахунок комітента. Взаємовідносини регулюються договором. Комітент залишається до кінця власником товару, комісіонер же не купує товар. Але для третьої сторони (покупця) стороною договору виступає комісіонер, а комітента він може навіть і не знати. Комісіонер отримує винагороду або як відсоток, або як різницю між ціною комітента і продажною.

Певним різновидом комісійних угод є **консигнаційні угоди**. Це продаж товарів зі складу комісіонера, але товар належить **консигнанту**, тобто експортеру.

2.4. Агентські операції.

Агентські операції – доручення однієї сторони щодо здійснення юридичних угод на визначеній території. Незалежність **агента** проявляється у тому, що він не перебуває у трудових відносинах із **принципалом** і діє самостійно на основі агентської угоди, він є юридичною особою, зареєстрованою у торговому реєстрі. Агент лише сприяє угоді, але сам стороною не виступає, тобто контракту про купівлю не укладає.

2.5. Брокерські операції.

Брокерські операції – встановлення через посередника-брокера контактів між покупцем і продавцем, а також між страхувальником і страхованим, судновласником і фрахтівником. **Брокер** не є стороною у договорі, він **виступає лише для інформування обох сторін**, які беруть на себе зобов'язання за угодою.

Брокер отримує винагороду, яка називається **брокередж, провізійон**. Розмір цієї винагороди при товарних операціях коливається від **0,25 до 2-3%**.

Брокер не має права представляти інтересів іншої сторони чи приймати від неї на комісію, за винятком тих випадків, коли на це є згода клієнта.

Тема 3. Структурно-організаційні форми торгово-посередницьких операцій

Розрізняють такі види торгово-посередницьких підприємств: торгові, комісійні, агентські, брокерські, фактори.

3.1. Торгові підприємства.

Торгові підприємства – підприємства, що проводять операції за свій рахунок і від свого імені. Вони, як правило, підтримують тривалі стосунки з постачальниками.

Види торгових підприємств:

- торгові доми;
- експортні підприємства;
- імпорتنі підприємства;
- оптові підприємства;
- роздрібні підприємства;
- дистриб'ютори;
- стокісти.

Кожен з перелічених видів підприємства має свої специфічні функції.

3.2. Комісійні підприємства.

Основні види комісійних підприємств:

- комісійні експортні підприємства;
- комісійні імпорتنі підприємства.

Специфіка їх діяльності відповідає назвам.

3.3. Агентські підприємства.

Агентські підприємства підтримують тісний контакт із принципалом. Вони поділяються на експортних і закордонних агентів.

3.4. Брокерські підприємства.

Брокерські підприємства – великі компанії, спеціалісти цих підприємств мають високу кваліфікацію і підтримують постійні зв'язки з великими банками, що дозволяє їм іноді фінансувати угоди (у заставу під товар).

3.5. Фектори.

Фектори – торгові посередники, котрі виконують широке коло посередницьких обов'язків від імені експортера: експортують продукцію, фінансують експортні операції, платять аванс виробнику, видають кредити покупцю, страхують.

ЛІТЕРАТУРА

- 📖 *Беренин В.* Организация и управление внешнеэкономическими связями. – М., 1992.
- 📖 *Волкова И.* Справочник о фирмах капиталистических стран. – М., 1994.
- 📖 *Герчикова И.* Организация и техника внешнеэкономических операций на капиталистическом рынке. – М., 1992.
- 📖 *Завадський Й.С.* Менеджмент. Том 1. – К.: Українсько-фінський інститут менеджменту і бізнесу, 1998.
- 📖 *Кредісов А.І. та ін.* Управління зовнішньоекономічною діяльністю. – К.: ВІРА-Р, 1998.
- 📖 Материалы конференции ООН по торговле и развитию. ТД/Е/С, 3/96. – 1994.
- 📖 Материалы конференции ООН по торговле и развитию. ХД/118. Приложение 1. – 1994.
- 📖 *Стровский Л.Е.* Внешнеэкономическая деятельность предприятия. – М.: ЮНИТИ, 1999.
- 📖 *Сухарський В.С.* Менеджмент (загальний з основами спеціального). – Тернопіль: Астон, 2004.
- 📖 *Сухарський В.С.* Економічний словник-довідник. – Тернопіль: Навчальна книга – БогДан, 2001.
- 📖 *Сухарський В.С.* Зовнішньоекономічна діяльність: організація, технологія, практика, управління. – Тернопіль: Астон, 2006.

РОЗДІЛ 8

ДЕЯКІ ПРОБЛЕМИ ТА НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ВІЛЬНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ЗОН

Тема 1. Вільні економічні зони та тенденції їх розвитку.

Тема 2. Типи вільних економічних зон.

- 2.1. Експортно-виробничі зони.
- 2.2. Зони зовнішньої торгівлі.
- 2.3. Зони підприємств.
- 2.4. Науково-технологічні парки.
- 2.5. Наукові парки США.
- 2.6. Технополіси Японії.

Тема 3. Вільні економічні зони та режими їх функціонування.

У зарубіжній практиці «вільні економічні зони» є, як правило, невеликими територіальними анклавами з особливо сприятливим режимом для діяльності іноземного капіталу, слабко пов'язаними з національним ринком і орієнтованими переважно на розвиток експорту.

Тема 1. Вільні економічні зони та тенденції їх розвитку

Різноманітність вільних економічних зон виражається у багатстві термінів. Останнім часом використовується понад 20 термінів для позначення того, що відоме, як експортні зони.

У публікаціях зустрічаються такі терміни-синоніми: митна зона, вільна митна зона, вільна митна експортно орієнтована зона, експортно орієнтована зона, зовнішньоторгова зона, вільна економічна зона, вільна експортно орієнтована зона, вільна експортна зона, вільна виробнича зона, вільна торгова зона, вільна зона, промислова експортно орієнтована зона, інвестиційна зона, зона спільних підприємств, макіла-дора, пільгова експортна зона, спеціальна економічна зона, безмитна торгова зона, безмитна зона, зона спільного підприємства.

Важливою новацією є те, що привілеї та переваги зон замість

того, щоб концентруватись на чітко визначеному просторі, були поширені на інші підприємства (місцеві і ті, що належать іноземцям), які діяли в будь-якій частині країни.

Другим відхиленням від початкового задуму є те, що експортно орієнтовані зони набули також функцію сприяння експорту. Класичним прикладом такої еволюції є вільна зона **Манаус у Бразилії**, котра працює переважно на забезпечення внутрішнього ринку.

Тенденції перетворення зон в імпоротно орієнтовані зумовлювали три чинники: технічні труднощі здійснення контролю за контрабандою із зон на решту території країни; спільний тиск із боку місцевих споживачів; урядова політика заохочення до розвитку внутрішньогосподарських зв'язків як протидії проникненню на внутрішній ринок іноземного капіталу.

Насправді ж, як свідчить досвід **Китаю**, окремі методи входу в внутрішній ринок можуть бути значно привабливішими для іноземних інвесторів, ніж отримання класичних переваг під час участі в експортно орієнтованих зонах. Це твердження справедливе насамперед стосовно країн, які мають широкий внутрішній ринок (наприклад, **Китай, Мексика**).

Третім важливим явищем стало закріплення місцевих підприємств у експортно орієнтованих зонах. У деяких країнах (**Індії**) участь місцевих фірм, хоча б у формі спільних підприємств, досить значна.

Четвертою тенденцією, яка ще тільки формується, є перетворення класичних промислових експортно-орієнтованих зон на зони, що спеціалізуються на наданні послуг.

Заснуванням першої сервісно орієнтованої зони, якщо не враховувати сектора банківських послуг, можна вважати рішення **Таїланду**, прийняте на початку **1989 р.**, про створення експортно орієнтованої зони інформаційних послуг.

Дослідження **феномена зонування** економічного простору та управління ним обмежимо аналізом світової практики у сфері створення таких типів особливих економічних зон: експортно-виробничих зон; зон зовнішньої торгівлі; зон підприємств; науково-технологічних парків.

Тема 2. Типи вільних економічних зон

2.1. Експортно-виробничі зони.

Початок сучасних експортно-виробничих зон (ЕВЗ) поклала зона аеропорту **Шеннон (Ірландія)**, яка утворена на початку ХХ століття. Пізніше концепція **ЕВЗ** найбільше використовувалась у країнах, що розвиваються, особливо у тих державах **Азії**, які недавно пройшли стадію індустріалізації.

Розвиток зони **Шеннон** спочатку йшов повільно. **Компанія ШВАДК** була зацікавлена, щоб це велике іноземне капіталовкладення стало успішним. Адже успіх цієї першої великої операції був вирішальним.

Важливою була демонстрація результатів. Іноземні відвідувачі побачили самі, що відбувається, і потім поділилися своїми хорошими враженнями у діловому світі. Розмір загального експорту з промислового парку перевищив **300 млн. дол.**, а чистий експорт, тобто експорт мінус імпорт, наближався до **200 млн. дол.** Близько **90%** експорту і **75%** імпорту припадає на повітряні перевезення.

Аналіз досвіду створення експортно-виробничої зони в **Шенноні** свідчить про те, що успішна реалізація цієї ідеї була зумовлена і визначена новим явищем, пов'язаним з інформаційно-рекламною діяльністю та відносинами з громадськістю та діловим світом.

Створене агентство, що бажає продати на міжнародному ринку нову концепцію, **компанія ШВАДК** повинна була посилити інформаційно-рекламну та пропагандистську діяльність, зміцнити зв'язки з громадськістю. Її зусиллям у цій сфері сприяла робота мережі з понад 20 представництв, особливо його представництва в **Нью-Йорку**, яке також включало представництва національної авіакомпанії, правління з туризму та експортне агентство «**Експорт Промоушн Ейдженсі**».

Важливим аспектом для успішного розвитку зони з обробки експортних товарів є кваліфікація персоналу, що керує зоною. Другий важливий аспект – організаційна структура управління зоною. Головна проблема тут полягає у тому, що хоч керівництво переважно здійснює орган державного сектора, проте воно має орієнтацію підприємства приватного сектора.

Тут діє ієрархія з двох рівнів. На верхньому перебуває правління директорів, що складається з представників урядових мініс-

терств і приватного сектора. Ця група приймає рішення стратегічного та політичного плану, але не бере участі в їх здійсненні. Правління вибирає свого голову, який передає рішення правління генеральному директору. На другому рівні – **генеральний директор і три його заступники: один – з питань планування, інформації та реклами; другий – фінансів і адміністративних питань; третій – матеріально-технічного постачання (включаючи будівництво та технічне обслуговування).**

Член правління, який представляє міністерство фінансів, ніколи не вирішує питання безпосередньо з головним бухгалтером-контролером цієї зони. Зауваження та пропозиції, адресовані генеральному директору, завжди подаються міністерством через представника правління зони.

Планування зони з обробки експортних товарів – одне з першочергових завдань.

Важливо враховувати також зміни економічного та соціального плану, які, ймовірно, виникнуть із розвитком зони. Зі зростанням доходів все більше робітників приїжджатиме на машинах, а отже, виникнуть проблеми з паркуванням у зоні, регулюванням руху на початку та в кінці робочого дня.

Потрібними є й інші служби. Одна з найбільш важливих – майстерня з технічного ремонту та обслуговування.

Передбачається, що територія, вільна від митного оподаткування, повинна бути огорожена високим парканом із невеликою кількістю входів-виходів, які охоронятимуться службою безпеки і митниками.

Отже, інтерес, виявлений багатьма країнами до **ЕВЗ** (найпоширенішого типу особливих зон), зумовлений насамперед помітними досягненнями ряду таких зон за останній час. Ці досягнення відображаються у показниках обсягу експорту, рівня зайнятості, швидкості освоєння технології чи промислової модернізації.

Тому запорука успіху **ЕВЗ** полягає в хорошому плануванні на початкових стадіях, а також високій адаптивності та гнучкості наступного процесу адміністрування.

2.2. Зони зовнішньої торгівлі.

Такі зони зовнішньої торгівлі – **ЗЗТ (Foreign Trade Zones)** – поширені у **США**. Вони розташовані на їх території, але юридично перебувають поза їх митним простором.

Найперші ЗЗТ були створені у 1934 р. для активізації участі США у світовій торгівлі. Це був складний період «великої депресії», і створенням ЗЗТ передбачалось, крім іншого, знизити рівень безробіття у країні. Нині основним стимулом створення таких зон є можливість суттєвого зниження тарифів на імпортовані деталі та компоненти для низки галузей (найяскравіший приклад – автомобільна промисловість).

Існує два основних типи ЗЗТ: **зони загального призначення (general purpose, GP); субзони спеціального призначення (special purpose, SP).**

GP – зони, які перебувають під спостереженням митної служби США та законно функціонують поза їх митним простором. Вони розташовані в районах складування товарів, поблизу доків, промислових парків і аеропортів. Компанії правомочні здійснювати бізнес всередині **GP-зон** на постійній чи тимчасовій основі.

Субзони, як правило, мають імпорتنу орієнтацію і організовуються та керуються крупними компаніями.

2.3. Зони підприємств.

Зони підприємств (Enterprise Zones), розташовані у США, – це спеціальні території, в яких діючі підприємства отримують від місцевої, штатівської чи федеральної влади певні преференційні права. Вони створюються в районах великих міст, які економічно депресують, із високим рівнем безробіття і зазвичай займають площу в кілька квадратних кілометрів.

2.4. Науково-технологічні парки.

Останнім часом серед різноманітних особливих економічних зон певне місце зайняли т. зв. **науково-технологічні парки.** Процес їх активного поширення заслуговує уваги. Цей процес відрізняється високою синхронністю протікання у різних країнах. Такі утворення називають по-різному («технопарк», «національний центр», «технополіс» та ін.). Їх особливостями є те, що вони створюються на базі потужних виробничих та наукових центрів використовуючи взаємні їх переваги в технологіях, інноваціях, використанню потенціалу.

2.5. Наукові парки США.

Наукові парки являють собою райони з підвищеною концентрацією високотехнологічних підприємств, розташованих поблизу великих наукових закладів. До необхідних передумов створення наукових парків (НП) належать: велика кількість інноваційних ідей, доступ до джерел венчурного капіталу, інфраструктура НП і промисловості, привабливі умови життя та відпочинку.

Знайти універсальний критерій ефективності наукових парків у будь-якій адекватній індексній формі проблематично.

2.6. Технополіси Японії.

В Японії програма «Технополіс» стала третьою урядовою концепцією розвитку міст. Дві попередніх концепції територіальних виробничих утворень – концепції промислових (1960-ті роки) та «інформаційних» міст – були безуспішними, насамперед через фінансові ускладнення. Технополіс – це місто та прилегла до нього територія, де в органічній єдності розташовані підприємства високотехнологічних галузей промисловості, наукові заклади, вузи, що готують для технополіса наукові й інженерні кадри, та житлова забудова.

Дана програма створення технополісів, розроблена Міністерством зовнішньої торгівлі і промисловості (МЗТП), мала на меті таку основну ціль, як перерозподіл промисловості з центру на периферію.

Кожна економічна зона повинна розглядатися як система, відкрита для зовнішнього економічного середовища та пов'язана з багатьма різноманітними каналами.

Практика підтверджує, що найефективнішими є зони-острови (Шрі-Ланка, Маврикій, Хайнань і т. п.). Географічна ізолюваність подібних зон надійно захищає їх, особливо на початковій стадії розвитку, і тим самим підвищує шанс виживання цих «острівців податкового раю» у суворому економічному просторі.

Найвища ефективність зон відповідає оптимальній стратегії використання ресурсів, насамперед інвестиційних. Окрім «ресурсної» складової, у структурі ефективності треба враховувати «режимну» складову: економічний комфорт у зоні формується національним поєднанням найрізноманітніших пільг – податкових, валютних, митних і т. д.

Таким чином, процес встановлення зон преференційного режиму неминуче трансформує у часі простір економіки. Тому до зон

ставляться такі вимоги, як не суперечність макроекономіці країни та її торговій політиці, територіальна компактність, нерозмитість кордонів.

Правомірно розглядати феномен економічного простору як варіант технічного розподілу праці. Науково-технічний прогрес неминуче підвищує комунікаційну проникність фізичного, а отже, й економічного простору.

Тема 3. Вільні економічні зони та режими їх функціонування

«Вільні економічні зони» для країн із перехідною економікою покликані:

- **працювати на внутрішній ринок** країни, насичуючи його передовою технологією та високоякісними товарами;
- **служити для країни** центрами освоєння та поширення зарубіжного управлінського досвіду, полігоном для перевірки нових форм господарювання;
- функціонуючи в економіці країни як її невід’ємна складова, **передбачати сприятливий режим** не тільки для іноземних інвесторів, але й для національних підприємств.

Вільні економічні зони можуть розташовуватися не тільки в прикордонних, але й у глибинних районах країни.

Зони стають господарськими утвореннями. Їх конфігурація та межі визначаються економічною доцільністю, а територія залишається частиною суверенної території країни. У зоні діє національне законодавство.

Практика та місцеві потреби визначають відмінності підходів до створення зон із врахуванням місцевих особливостей і пріоритетів. З огляду на економічні завдання та специфічні риси, зони можуть мати як комплексний (багатогалузевий), так і спеціалізований характер. До першого типу належить проект зони **Находки**, де комбінуються функції переробки на високому технічному рівні сировинних ресурсів (лісоматеріалів, металевих руд, риби і морепродуктів і т. д.) і зовнішніх транспортних перевезень. Проект зони **Новгорода** передбачає виробництво побутових електроприладів і поліграфічного обладнання у поєднанні з туристичним сектором.

Спеціалізовані зони створюються як митні зони складування й обробки вантажів зовнішньої торгівлі, технополіси для розробки та

впровадження нових технологій, транзитні зони та ін.

Територія, яка вибирається для відкриття зон, повинна бути достатньо великою, мати базову структуру, людські ресурси, забезпечуватись місцевою енергією та будівельними матеріалами, мати вихід до місцевих і міжнародних комунікацій та активні зв'язки з економікою країни.

Відкриття зон створює **три групи проблем**: їх взаємозв'язки із зовнішнім ринком, з національною економікою і характер внутрішнього регулювання діяльністю зон.

Статус зон також треба розглядати тоді, коли регіон, на території якого вони розташовані, переходить на самофінансування.

Інколи рекомендується делегування адміністрації зон функції управління місцевою системою державної торгівлі, транспортом, комунікаціями, державною системою охорони здоров'я, медичними закладами та культурно-оздоровчими установами на базі природних ресурсів.

Преференційний режим для діяльності національних та іноземних підприємств у зонах, як очікується, стає основним елементом господарського механізму зон. Преференції надаються всім типам підприємств.

Преференції, які поширюються як на іноземні, так і на національні підприємства, що діють у зоні, можуть включати звільнення експортно-імпортних операцій у межах зон від сплати мита і зборів, а також від використання нетарифних заходів регулювання зовнішніх економічних зв'язків; застосування понижених ставок податків і орендних платежів; забезпечення таких підприємств фінансовими та матеріальними ресурсами у межах державного замовлення; можливість забезпечення робочою силою за спрощеною (контрактною) схемою її наймання та звільнення; наявність необхідної інфраструктури; самостійне визначення терміну амортизації основного виробничого капіталу; різноманітність форм власності й управління господарством; використання договірних цін при реалізації товару всередині зони і на експорт; право на участь в управлінні зоною.

Спеціальними пільгами, що надаються іноземним інвесторам, можуть бути звільнення від податку на переказ капіталу за кордон; додаткові заходи захисту їхніх інвестицій.

Податкові пільги в умовах неконвертованості національної валюти мають подвійний ефект. Збільшуючи нетто-прибуток інозем-









них інвесторів, ці пільги одночасно стимулюють заробіток вільно конвертованої валюти, щоб забезпечити переказ прибутку з країни, і спонукають іноземних інвесторів йти з національного ринку.

Спеціальні пільги для національних підприємств можуть включати самостійний вибір (у межах господарського розрахунку, самоокупності та фінансування) організаційних форм і напрямків діяльності, а також право здійснення бартерних операцій на власний розсуд.

Валюта, що перебуває в обігу, повинна бути національною валютою.

Проте цілком можливим є і наявність в обігу у зонах й іноземних валют. Наприклад, вільна валюта може використовуватися для оплати оренди, реєстраційних платежів і податків на користь адміністрації зон, при розрахунках з окремими комерційними та сервісними підприємствами.

ЛІТЕРАТУРА

-  *Бабинцев В., Валлиулин Х.* Особые экономические зоны // Российский экономический журнал. – 1992. – №9.
-  *Болим Р.* Передача технологии и управление в свободных зонах экспорта. – Флагетафф, 1990.
-  *Болт Р.* Глобальная сеть свободных зон экспорта. – Флагетафф, 1989.
-  *Волин Р.* Соединение свободных зон экспорта с местной промышленностью. – Флагетафф, 1990.
-  *Завадський Й.С.* Менеджмент. Том 1. – К.: Українсько-фінський інститут менеджменту і бізнесу, 1998.
-  *Кредісов А.І. та ін.* Управління зовнішньоекономічною діяльністю. – К.: ВІРА-Р, 1998.
-  *Сухарський В.С.* Менеджмент (загальний з основами спеціального). – Тернопіль: Астон, 2004.
-  *Сухарський В.С.* Зовнішньоекономічна діяльність: організація, технологія, практика, управління. – Тернопіль: Астон, 2006.

РОЗДІЛ 9

МИТНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК ВАЖЛИВА СКЛАДОВА ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ КРАЇНИ

Тема 1. Становлення та розвиток митної системи України.

Тема 2. Система митних стягнень.

Тема 3. Порядок визначення та особливості сплати мита в Україні.

Тема 4. Ліцензування експортно-імпорتنих операцій.

Тема 5. Торгово-політичні заходи регулювання експортно-імпорتنих операцій у країнах Євросоюзу.

Тема 1. Становлення та розвиток митної системи України

Митне тарифне регулювання зовнішньоекономічної діяльності в **Україні** почало формуватися з отриманням державою незалежності у 1991 році.

Правовою основою митно-тарифного регулювання став **Закон України «Про єдиний митний тариф»**, прийнятий 5 лютого 1992 року.

Цей **Закон** визначив напрями тарифного регулювання, ввів у законодавство **України** такі питання як:

- ввізне, вивізне, сезонне, спеціальне, антидемпінгове, компенсаційне мито;
- митна вартість товарів, країна походження товарів;
а також:
- визначив види мита за способом справляння – адвалерне, комбіноване, специфічне;
- регламентував процедуру нарахування і сплати мита і надання тарифних преференцій.

У 1993 році в **Україні** був лібералізований зовнішньоторговельний режим. Прийнятим на початку 1993 року **Єдиним митним тарифом України** були запроваджені ставки імпортного мита на рівні 0-10% на більшість товарних позицій. Лише незначна частина товарів обкладалася за ставками 15-30%, а максимальний їх рівень

становив **50%** (алкогольні та тютюнові вироби). При цьому товари, які імпортувалися з країн, що розвиваються, митом не обкладалися, а товари з промислово розвинутих країн, з якими **Україна** мала угоди про надання режиму найбільшого сприяння, оподатковувалися за пільговими ставками.

У **1994 році** кількісні експортні обмеження щодо багатьох видів товарів, які існували на той час, було скасовано. Виняток становили товари, що підлягають експортним обмеженням у рамках міжнародних угод (текстиль, сталь), а також деякі стратегічні товари, внесені до списку «спеціального експортного режиму» (сталь, вугілля, нафтопродукти, електроенергія, коштовне каміння та метали). У той же час **прийнятті Урядом** зміни ставок ввізного мита значно їх підвищили на високоліквідну продукцію та сировину, навпаки, були зменшені.

Значні зміни у зовнішньоторговельній політиці відбуваються з початку **1996 року**. Експортні податки по ряду товарних груп (вовна і шкіра тварин, чорні й кольорові метали) відновлюються. З **лютого 1996 року** запроваджуються нові експортні обмеження, пов'язані з встановленням **індикативних** цін на багато видів експортної продукції. У митно-тарифному регулюванні запроваджуються протекціоністські заходи, спрямовані на захист вітчизняної промисловості.

Таким чином, **Україна**, не маючи на той час теоретичної **концепції** становлення і розвитку зовнішнього сектора економіки, емпіричним шляхом дійшла висновку про передчасність **лібералізації** зовнішньої торгівлі й зробила ставку на політику **протекціонізму**. Вирішальну роль у прийнятті такого рішення відіграли два чинники: місткість внутрішнього ринку і рівень розвитку національних факторів виробництва.

Починаючи з **1999 року**, **Україна** поступово лібералізує свій імпорتنний режим. Це, зокрема, пов'язано з відповідними організаціями та намаганнями поступово пом'якшити свій зовнішньоторговельний режим. У цей період поступово починають скасовуватись мінімальні митні вартості, які протягом **2000 року** були повністю скасовані. Також було суттєво зменшено кількість рішень, що приймаються Урядом щодо зміни ставок ввізного мита.

У **2000 році**, у зв'язку із відновленням переговорного процесу щодо вступу **України** до ГАТТ/СОТ та переговорами з ЄС щодо рівня ввізного мита на товари легкої промисловості, зменшено загальний рівень митного обкладення.

Так, зменшено розмір максимальних ставок ввізного мита **Єдиного митного тарифу** до рівня **25 відсотків** (за винятком окремих видів товарів, ставки мита на які встановлено **Верховною Радою України**). Також зменшено ставки ввізного мита до рівня від **0 до 17 відсотків** на широкий асортимент товарів та продукцію легкої промисловості, що класифікуються в **50-63 групах ТН ЗЕД**. На даний час показник середньоарифметичної ставки ввізного мита на зазначену групу товарів (близько 1300 товарних груп), за розрахунками фахівців **Держмитслужби**, складає близько **6,9%**.

У **2000 році Верховною Радою України** прийнято декілька змін щодо ввізного мита на товари з **1-24 груп ТН ЗЕД** та підакцизні товари зокрема, було створено перелік підакцизних товарів, суттєво зменшений – випущені кава, море- та рибопродукти та інші продукти харчування; зменшені ставки ввізного мита на жири великої рога-тої худоби, які використовуються для виробництва мила.

Крім внесення змін до ставок акцизного збору та ввізного мита на підакцизні товари, прийнятих у **2000 році, Законами України** також запроваджується нова деталізація товарів на рівні дев'ятого знака **ТН ЗЕД**.

Постановами **Кабінету Міністрів України** здійснювалось коригування ставок ввізного мита на продукцію хімічної промисловості, окремі види сільськогосподарської техніки і запасні частини до неї та товари широкого вжитку, що не виробляються або виробляються в недостатній кількості в **Україні**.

У **2001 році** прийнято дві **Постанови Кабінету Міністрів України**, щодо внесення змін і доповнень до ставок **Єдиного митного тарифу України** та набули чинності прийняті наприкінці **2000 року Закони України**, якими змінювалися ставки акцизного збору і ввізного мита на підакцизні товари.

Отже, з кожним роком митно-тарифна система **України** вдосконалюється. І національне законодавство поступово приводиться у відповідність до вимог **ГАТТ** і угод **Уругвайського раунду**, основним лейтмотивом яких є лібералізація міжнародної торгівлі і зняття будь-яких обмежень у цій сфері.

У цей важливий для **України** період, починаючи з **1991 року** митно-тарифна політика характеризується наступними напрямками:

- зменшення максимального рівня ставок ввізного мита до рівня **25%**;

- зменшення кількості підакцизних товарів;
- зменшення загального рівня ставок ввізного мита (номінального митного тарифу);
- впорядкування рішень Уряду з питань зміни ставок ввізного мита;
- зменшення кількості постанов Уряду щодо зміни ставок ввізного мита;
- зменшення рівня оподаткування ввізним митом текстильної продукції у зв'язку із відповідними домовленостями з ЄС;
- початок застосування антидемпінгових мит;
- достатньо високим залишається рівень ставок Єдиного митного тарифу щодо сільськогосподарських товарів та продуктів харчування.

Тема 2. Система митних стягнень

Обкладення товарів і інших предметів ввізним митом при їх введенні на митну територію України здійснюється за ставками Єдиного митного тарифу України, який являє собою систематизоване зведення ставок ввізного мита. Єдиний митний тариф України базується на гармонізованій системі опису та кодування товарів 1992 року був чинний до 01.07.2001 року.

Єдиний митний тариф було затверджено Декретом Кабінету Міністрів України від 11 січня 1993 року №4-93 «Про Єдиний митний тариф України» і введено в дію з 12 лютого 1993 року. В Єдиний митний тариф України за минулий час внесено зміни 15 Законами України та 65 постановами Кабінету Міністрів України. Усього внесено зміни більше ніж у 95% тарифних ставок.

Законодавчі акти, якими були внесені зміни в Єдиний митний тариф, стосуються підакцизних товарів та продукції з 1-24 товарних груп ТН ЗЕД. Україна з 1992 року веде переговори по приєднанню до Генеральної угоди з тарифів та торгівлі (ГАТТ) і вступу до Світової організації торгівлі (СОТ). Тому вже 6 квітня 1996 року Указом Президента України № 255/96 затверджується «Концепція трансформації митного тарифу України на 1996-2005 роки у відповідності з системою ГАТТ/СОТ». Ця Концепція визначає основні принципи та напрямки поступового зниження ставок ввізного мита для їх реалізації українською стороною в переговорному

процесі з метою забезпечення доступу до товарних ринків у рамках вступу в СОТ. Кінцевою метою трансформації митного тарифу України є досягнення після закінчення перехідного періоду рівня середньозваженої ставки мита не більш ніж 14%.

Порівнюючи рівень ставок у Єдиному митному тарифі (станом на 1.01.2001) із граничним рівнем, встановленим у концепції СОТ на 1996-2005 роки, можна виявити наступне:

- дорівнюють граничному рівню – близько 18%;
- перевищують граничний рівень – близько 10%;
- нижче граничного рівня – близько 72%.

Щодо структури ставок Єдиного митного тарифу, то динаміку зміни частки різних видів ввізного мита в структурі Єдиного митного тарифу можна простежити з таблиці 17.

Таблиця 17

Структура Єдиного митного тарифу за період 1993-2000 років

Види ставок мита	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Адвалерні	100%	100%	99,95%	95,6%	75,4%	78,3%	79,2%	80,2%
Специфічні	–	–	–	1,4%	1,6%	18,0%	17,7%	16,1%
Комбіновані	–	–	0,05	3,0%	23%	3,7%	3,1%	3,7%

З таблиці можна побачити, що до 1996 року застосовувалися лише адвалерні ставки ввізного мита. У 1995 році рішеннями Уряду були запроваджені комбіновані ставки, які почали активніше застосовуватись і становили 23%. Упровадження комбінованих і специфічних ставок ввізного мита було направлено на запобігання залишеного суб'єктами ЗЕД митної вартості товарів і на стимулювання введення низькоякісної продукції. Тобто, це був один з кроків щодо підтримки національного товаровиробника та захисту внутрішнього ринку.

На даний час основу ставок ввізного мита складають адвалерні ставки. Специфічні і комбіновані ставки застосовуються до деяких товарів з 1-24 груп ТН ЗЕД та підакцизних товарів. Зменшення показника специфічних та комбінованих видів мит також можна

пояснити реальними кроками виконавчої влади щодо вдосконалення порядку контролю за визначенням митної вартості. У першому півріччі **2001 року** показники адвалерної, специфічної та комбінованої ставок ввізного мита залишилися незмінними.

Показник середньоарифметичної ставки ввізного мита в **Україні у 1999 році** знизився на **1,7%** і на **1.01.2000 року** складав близько **11%**, у **2000 році** цей показник ще зменшився і складав близько **10%**, що свідчить про загальну тенденцію зниження рівня оподаткування товарів ввізним митом і характеризує на даний час період загального рівня тарифного захисту від помірному до відкритого. У першому півріччі **2001 року** показник номінальної ставки **Єдиного митного тарифу** не змінився і залишився таким, як і на початку року.

На даний час існує **сім** тарифних коридорів з рівнями ставок **0, 2, 5, 10, 15, 20 та 25%**.

В **Україні** визначена верхня межа ставок імпортного митного тарифу – це **25%**. Потрібно зазначити, що концепцією трансформації **Митного тарифу України** передбачено поступове зниження верхньої межі, і наступний етап – це **20%**. На даний час питома вага ставок із рівнем ставки ввізного мита **0%** складає в **Єдиному митному тарифі 17%**, із рівнем оподаткування **25%** і більше – **10%** від загальної кількості тарифних ставок.

Розрахунки основних показників **Єдиного митного тарифу** свідчать про поступове приведення їх до вимог **ГАТТ/СОТ** і міжнародних фінансових організацій.

Необхідно акцентувати увагу на показниках рівня тарифного захисту на товари, які складають найбільш чутливу для українського ринку групу товарів, це, зокрема, товари, які класифікуються в **1-24 групах ТН ЗЕД**. Максимальні ставки ввізного мита (пільгові) на товари **1-24 груп** встановлені, зокрема, на м'ясо і харчові субпродукти, цукор, картоплю, олію та овочі, масло вершкове.

Мінімальні ставки ввізного мита на рівні **0%** встановлено на такі продовольчі товари, як: горіхи кокосу, кеш'ю, виноград сушений, каву не смажену, чай зелений (неферментований) та чай чорний (ферментований і частково ферментований) для промислової переробки, пшеницю тверду насінневу, пшеницю м'яку та суміш для сівби, насінневі гібриди кукурудзи, боби соєві, олію та її фракції, олію оливкову та інші.

Діючий рівень ставок ввізного мита на окремі види імпортова-

ної сільськогосподарської продукції достатньо високий у порівнянні з показниками ставок **Єдиного митного тарифу** на інші види продукції, і коншти, які необхідно сплатити при митному оформленні цих товарів, значно перевищують його вартість. Рівень ставок ввізного мита на товари з **1 по 24 товарну групу ТН ЗЕД** має на меті обмежувальний характер ввезення. У разі подальшого підвищення розміру ставки ввізного мита вони будуть виконувати заборонну функцію.

За період **1994-1999 рр.** в прийнятій у **1993 році** тариф було внесено змін (діючих на сьогоднішній день) майже **60-ма постановами Кабінету Міністрів України і 5-ма законами України** (стосовно підакцизної і сільськогосподарської продукції **1-24 груп ТН ЗЕД**). Таким чином, прийнятій у **1993 році** митний тариф змінений на **95%**, і, загалом, вже з **1998 року** фактично діє новий тариф.

Державною митною службою, Міністерством економіки, Міністерством фінансів, Міністерством зовнішніх економічних зв'язків і торгівлі, Міністерством юстиції підготовлено новий митний тариф, у якому:

- в основному враховано діючий рівень ставок ввізного мита у відповідності із **«Концепцією трансформації митного тарифу України на 1996-2005 рр. згідно з системою ГАТТ/СОТ»**.
- враховано домовленості з іншими міжнародними організаціями, про зниження кількості підсубпозицій, рівень обкладення яких ввізним митом перевищує **30%**.

Тема 3. Порядок визначення та особливості сплати мита в Україні

В основу нового митного тарифу покладено **Українську класифікацію товарів зовнішньоекономічної діяльності (УКТЗЕД)** на базі гармонізованої системи опису і кодування товарів версії **1996 року**, з рівнем національної деталізації до **10 знаків**, щоб уникнути використання так званих «буферних» підсубпозицій із зазначенням тільки конкретного виду товару.

Новий митний тариф України опрацьований у **Верховній Раді України**. Згідно з **Декретом Кабінету Міністрів України від 11 січня 1993 року №4-93 «Про Єдиний митний тариф України»**, ввізне (імпортне) мито сплачується у національній валюті **України**.

Мито, що підлягає оплаті, нараховується митними органами згідно із ставками, діючими на день надання вантажної митної декларації, і сплачується митним органом до або на момент прийняття вантажної митної декларації до митного оформлення.

Нарахування мита на товари та інші предмети, що підлягають його обкладенню, проводиться на базі їх митної вартості, тобто ціни, яка фактично сплачена або підлягає сплаті за них на момент перетину митного кордону **України**. При визначенні митної вартості до неї включають ціну товару, зазначену в рахунку-фактурі, а також фактичні витрати, якщо їх не включено до рахунка-фактури. Порядок визначення митної вартості встановлений **Постановою Кабінету Міністрів України від 05.10.98 №1598 «Про затвердження Порядку визначення митної вартості товарів та інших предметів у разі їх переміщення через митний кордон України»**.

Залежно від країни походження товарів при ввезенні їх в **Україну** застосовуються пільгові або повні ставки ввізного мита, передбачені Тарифом.

Законом України від 03.04.97 № 170/97-ВР «Про внесення змін до деяких законодавчих актів з питань обкладення ввізних товарів митом» на основі бази міжнародних договорів затверджений перелік країн, до яких **Україна** застосовує режим найбільшого сприяння або національний режим (**55 країн**) і до яких **Україна** застосовує режим вільної торгівлі (**13 країн**).

Підтвердженням походження товарів з тієї або іншої країни є сертифікат походження. Правила визначення країни походження товару обумовлені **статтею 18 Закону України «Про Єдиний митний тариф»**. Визначення країни походження товарів здійснюється відповідно до правил визначення країни походження, затверджених рішенням ради глав урядів **Співдружності Незалежних Держав від 24.09.93 р.**

Зміна ставок мита можлива за умови попереднього представлення у встановленому порядку необхідних матеріалів на **Митно-тарифну раду України**. Після розгляду на раді і прийняття постанови **Кабінету Міністрів України** стосовно зміни ставок ввізного мита. Від сплати ввізного мита звільняються товари, мито з яких не передбачене міжнародними угодами з участю **України** або іншими законодавчими актами.

Зміни митно-тарифного регулювання в **Україні** свідчать, що

митно-тарифне регулювання пов'язане з удосконаленням законодавства. Питання митно-тарифного регулювання знайшли відображення в новому **Митному кодексі України**.

Кодексом передбачено впровадження положень угод ГАТТ про правила митної оцінки товарів, визначення країни походження товарів, висвітлюються питання кодування товарів і т.п. За оцінками провідних фахівців багатьох країн і економічних організацій, новий **Митний кодекс України** відповідає європейським і міжнародним стандартам, високим юридичним вимогам країн з ринковою економікою.

Документом встановлюється нова система митних стягнень, яка відповідає вимогам, що пред'являються до митних тарифів країн-членів Генеральної угоди з тарифів і торгівлі (ГАТТ) і Світової організації торгівлі (СОТ), а також вимогам, які би полегшували, вдосконалювали і збільшували ефективність зовнішньоекономічної діяльності підприємств.

Гармонізація митної системи, спрощення митних формальностей сприятиме розвитку зовнішньоекономічної діяльності в **Україні** і усуне труднощі і завади, які виникають на шляху розвитку зовнішньоекономічних відносин нашої держави.

Трансформування системи митних стягнень, норм і правил у відповідності зі стандартами, які застосовуються в світовій спільноті, матиме позитивний вплив на ефективність зовнішньоекономічної діяльності підприємств.

Тема 4. Ліцензування експортно-імпортних операцій

Система ліцензування експортно-імпортних операцій являє собою один із засобів державного регулювання і контролю за здійсненням національними організаційними структурами міжнародних торгових угод.

Система ліцензування обґрунтовує установлення визначеного порядку одержання від державних органів чи організацій спеціальних дозволів на проведення експортних і імпортних угод, іменованих експортними й імпортними ліцензіями.

В основу ліцензування імпорту входить **контингентування** – установлення на визначений період кількісних обмежень чи контингентів квот на ввіз конкретних товарів у фіксованому вартісному та кількісному вираженні на календарний рік. Спостереження за вико-

ристанням квот ведеться за допомогою реєстрації виданих імпортерних ліцензій. Ліцензування експорту здійснюється як засіб контролю за вивозом товарів визначеної номенклатури і з метою статистичного обліку товарних потоків.

За видами ліцензії поділяються на **генеральні й індивідуальні**. **Генеральна ліцензія** – це постійно діючий протягом конкретного періоду дозвіл, наданий певній господарській організації для експорту чи імпорту зазначених у ній товарів без обмежень по кількості і вартості та з перерахованими в ліцензії країнами чи однією країною. **Індивідуальна ліцензія** – це разовий дозвіл на здійснення конкретної міжнародної торгової угоди з названим у ній товаром. Крім того, індивідуальній ліцензії вказуються також інформація про одержувача товару, кількості і вартості товару, термін дії ліцензії.

Порядок видачі й одержання ліцензій регламентується національними законодавчими нормами, що передбачають обов'язкову публікацію зведень про кількісні обмеження експорту й імпорту, квоти, терміни їхньої дії у країнах, а також списки органів і організацій, уповноважених видавати ліцензії.

Хоча ліцензування розглядається як тимчасовий захід, фактично воно є діючим інструментом міжнародного регулювання зовнішньоторговельних операцій, оскільки передбачає можливість обмеження кількості і вартості товарів, що дозволяються до ввозу в країну. Це забезпечує рівновагу платіжного балансу і підтримку визначених пропорцій між імпортною і вітчизняною сировиною, які використовуються у виробництві.

Світова торгова практика показує, що ліцензування використовується з метою контролю за витратою іноземної валюти – на закупівлю за кордоном найбільш необхідних країні товарів. Ліцензування відіграє важливу роль в обмеженні експорту продукції, для внутрішнього ринку. Ліцензування набуває важливого значення у врегулюванні торгового і платіжного балансів країни, скороченні витрат іноземної валюти, подоланні тимчасових труднощів в економіці, викликаних стихійними лихами, воєнними діями, введенням ембарго, неврожаєм і ін. Ліцензування використовується також з метою одержання зустрічних поступань від торгових партнерів і як засіб проти дискримінаційних заходів у торгівлі.

У сучасних умовах у західноєвропейських країнах-членах ЄС ліцензування експорту поширюється на обмежене коло товарів. У

першу чергу на товари, на які тимчасово відчувається підвищений попит на внутрішньому ринку. Ліцензування імпорту застосовується у відношенні найбільше «чутливих» товарів, що відчувають гостру конкуренцію на внутрішньому ринку. До числа таких товарів відносяться насамперед текстильні, метали та вироби з них.

Списки квот, встановлюваних кожною країною-членом ЄС, містять також і неідентичні товари. Правила оформлення ввозу товарів також не ідентичні в різних країнах-членах ЄС. У частих випадках необхідне одержання імпортних ліцензій навіть на ті товари, уві яких кількісно не обмежується.

У країнах, що розвиваються, ліцензування також широко використовується для контролю за витратами конвертованої валюти та для регулювання товарних поступлень у рамках зустрічної торгівлі.

Тема 5. Торгово-політичні заходи регулювання експортно-імпортних операцій у країнах Євросоюзу

Митно-тарифне регулювання є найважливішим інструментом регулювання торгових потоків. **Митний тариф** використовується для цих цілей практично у всіх країнах світу. Він містить систематизований перелік товарів, велика частина яких обкладається податками при перетині кордонів.

Поряд з національними тарифами існують єдині митні тарифи в рамках регіональних торгово-економічних об'єднань країн – **митних союзів**. Учасники таких союзів скасовують мита у взаємній торгівлі і встановлюють загальний митний тариф у торгівлі з третіми країнами.

Для нашої країни найважливіше значення має регіональне економічне об'єднання західноєвропейських країн – **Європейський союз (ЄС)**, який до 1993 р. називався **Європейське співтовариство**.

До ЄС входять: **Німеччина, Франція, Італія, Бельгія, Люксембург, Нідерланди, Великобританія, Ірландія, Данія, Греція, Португалія, Іспанія, Австрія, Фінляндія, Швеція, Естонія, Латвія, Литва, Польща, Чехія, Угорщина, Словаччина, Словенія, Мальта, Кіпр**.

Митна система ЄС передбачає розробку і введення в дію єдиних норм і правил, що замінюють національне митне законодавство. Правила стосуються насамперед митної оцінки товарів, умов встановлення проходження товарів країною, режимів ввозу і вивозу то-

варів, франшизи й ін.

У процесі створення єдиного внутрішнього ринку країн ЄС Комісія Європейського співтовариства (КЄС) розробила близько 300 директив, спрямованих на формування уніфікованого механізму правового регулювання господарських відносин у рамках союзу.

Головним з них є **Єдиний митний тариф (ЄМТ)**, застосований у торгових відносинах країн-членів ЄС із третіми країнами. Він почав діяти з **1 липня 1968 р.** одночасно зі скасуванням митних тарифів у взаємній торгівлі цих країн. Відповідно зі статтею 28 Римського договору, будь-які зміни тарифів ЄМТ чи тимчасове припинення їх дій здійснюються тільки за рішенням Ради ЄС на основі пропозиції Комісії ЄС.

Товари з третіх країн, які підпали під митний збір при ввозі в одну з країн ЄС, далі прирівнюються до товарів, вироблених у країнах-членах ЄС, і не обкладаються митом при перетині внутрішніх кордонів. Товарна номенклатура ЄМТ базується на **Гармонізованій системі опису і кодування товарів**.

Значна частина митних тарифів в ЄМТ на промислові товари вказується у відсотках від ціни ввезеного товару (адвалерні), невелика частина припадає на мито, що вказується у вартісному вираженні на одиницю ваги, обсягу й ін. (специфічні).

ЄМТ містить два стовпчики митних зборів – автономні і договірні (конвенційні). **Автономні мита** відображають початковий рівень, погоджений учасниками ЄС при формуванні ЄМТ. **Договірні мита** виникли насамперед як наслідок тарифних поступок з боку ЄС, зроблених на загальній основі в ході декількох турів багатосторонніх переговорів у рамках ГАТТ. Рівень тарифів в ЄМТ відносно невисокий, однак на багато товарів, які конкурують з товарами місцевих виробників, існують високі мита, які досягаються у деяких випадках 20%.

Крім того, товари, ввезені в країни ЄС для наступного реекспорту чи переробки на підприємствах країн ЄС, звільняються від митних тарифів, податків, зборів і не зараховуються в квоти ЄС. Це стосується, зокрема, автомобілів, верстатів і інших товарів, що доробляються на спільних організаційних структурах, що знаходяться в країнах-членах ЄС чи на місцевих фірмах, і потім продаються в треті країни за межі ЄС.

Важливим засобом митно-тарифного регулювання є застосуван-

ня **антидемпінгових зборів**. Вони встановлюються в тих випадках, коли експортні товари продаються за заниженими чи так званими демпінговими цінами. **Антидемпінгові правила** існують у всіх промислово розвинутих країнах.

Демпінгом вважається продаж товарів однієї країни на ринку іншої по ціні нижче їхньої нормальної вартості. У цьому випадку інша країна має право ввести для даного товару додаткові антидемпінгові мита в розмірі різниці між заниженою експортною ціною і нормальною вартістю цього товару.

Відповідно до регламенту **Ради ЄС 2423/88**, «товар може розглядатися як предмет демпінгу, якщо його експортна ціна при постачаннях у країни **Співдружності** виявляється нижче «нормальної вартості аналогічного товару».

Встановлення факту демпінгу проводиться в **ЄС Комісією ЄС** по пред'явленню скарги місцевого виробника. Якщо експортеру з третьої країни не вдається довести обґрунтованість цін на товар, що поставляється, **Комісія ЄС** виносить рішення про введення на додаток до звичайного мита додаткового антидемпінгового мита, яке, як правило, встановлюється на рівні, що практично закриває доступ даного товару на ринки країн співтовариства, оскільки вводиться одночасно на увіз в усі країни ЄС.

Комісія ЄС в останні роки досить часто застосовувала антидемпінгові заходи як засіб захисту місцевих виробників від конкуренції. Демпінг всередині ЄС виключається, тому що дешевий товар повинен повернутися в країну походження по такій же низькій ціні.

Комісія ЄС при проведенні антидемпінгової процедури керується наступними критеріями:

- встановлення «нормальної вартості» і «нормальної ціни товару»;
- встановлення факту нанесення збитку виробництву аналогічного товару в країнах ЄС.

За методом розрахунку, що застосовується в ЄС, під «**нормальною ціною**» товару розуміється ціна, по якій аналогічний товар реалізується на внутрішньому ринку країни-імпортера чи на внутрішніх ринках третіх країн, включаючи країни ЄС.

Під «**сконструйованою вартістю**» аналогічного товару на ринку третьої країни розуміється вартість товару, отримана шляхом додавання фактичних витрат виробництва і відповідного обсягу

прибутку. При цьому витрати виробництва обчислюються на основі усіх витрат, здійснених у країні походження товару, а саме: вартості виробництва, матеріалів, витрат на продаж, апарат управління та інших загальних витрат. Якщо «нормальна ціна» і «сконструйована вартість» не можуть бути узяті за основу розрахунку, враховується ціна, фактично сплачена або яка підлягає сплаті за аналогічний товар у країнах ЄС.

Порівняння ціни експортера і «нормальної ціни» повинно здійснюватися на одній і тій же базі (франко-завод) з врахуванням докомерційних операцій того самого періоду. Обидві ціни повинні бути порівнянні по якісних характеристиках товару, кількості й умовах постачання, продажному обслуговуванню, по транспортуванню, складуванню, перевантаженню, страхуванню й ін.

При установленні факту «збитку» необхідний доказ фактичних реальних чи можливих втрат тих місцевих виробників, на частку яких припадає велика частина виробництва даного товару в ЄС. При цьому для вживання захисних заходів повинно бути доведено, що нанесений збиток є істотним. До уваги приймаються також обсяг імпорту за демпінговими цінами і його величина стосовно обсягів виробництва і споживання даного товару в ЄС, а також вплив імпорту на рівень цін і виробництво.

За правилами ЄС, антидемпінгова процедура повинна бути завершена впродовж одного року з моменту початку розгляду. Якщо факт демпінгу доведений, питання може бути урегульоване такими способами:

- прийняттям експортером зобов'язання підвищити ціну чи скоротити кількість товару, що поставляється;
- встановленням антидемпінгового мита.

У першому випадку експортер бере на себе зобов'язання поставляти товар у країни ЄС за цінами, не нижчими від погоджених мінімальних цін, чи у погоджених кількостях. Крім цього, – надавати в **Комісію ЄС** інформацію про обсяг і ціни постачань і дозволяти їхню перевірку.

Антидемпінгові мита зазвичай, вводяться спочатку як тимчасові, а потім у випадку потреби перетворюються в остаточні. Вони встановлюються на період проведення антидемпінгової процедури строком на чотири місяці з можливістю продовження ще на два мі-

сяці. Впродовж цього часу товар вільно проходить митницю країни-імпортера для внутрішнього споживання за умови внесення експортером застави на суму стягнення тимчасових антидемпінгових мит. Застава повертається експортеру у випадку, якщо факт демпінгу не встановлений. В іншому випадку вводяться остаточні антидемпінгові мита в розмірах, що відповідають тимчасовому миту.

Відповідно до правил ЄС, рівень антидемпінгового мита не повинен перевищувати встановленої величини демпінгу, але може бути і нижчим її.














Ставки антидемпінгових мит фіксуються одним із наступних способів:

- у відсотках від експортної ціни товару на кордоні країн ЄС до сплати мита;
- у виді визначеної, не змінюваної впродовж терміну дії суми євро за одиницю продукції;
- як різниця між експортною ціною на кордоні ЄС (без мита) і встановленою **Комісією ЄС** «нормальною ціною» товару. Ставка мита в євро в цьому випадку буде змінною: вона зменшується при підвищенні експортної ціни і збільшується при зниженні останньої. Унаслідок цього виключається можливість ввозу товару за цінами нижчими від встановленого **Комісією ЄС** мінімального рівня.

Антидемпінгові мита вводяться на **термін до 5 років**. Впродовж цього терміну вони можуть бути переглянуті з ініціативи **Комісії ЄС**, держави, члена будь-якої іншої зацікавленої сторони, включаючи експортера. Після закінчення п'ятилітнього терміну антидемпінгові мита припиняють свою дію, якщо з боку місцевих виробників не надійде нової скарги.

Відповідно до правил ЄС, товари, вироблені в країнах-членах, можуть обкладатися антидемпінговим митом, якщо вартість імпортованих матеріалів і комплектуючих частин у загальній вартості готового виробу перевищує 50 відсотків.

ЛІТЕРАТУРА

-  Бахрамов Ю. М., Глухов В. В. Организация внешнеэкономической деятельности. Особенности менеджмента: Учебное пособие. – С-Пб.: Лань, 2000. – С. 108-112.
-  Ващенко В.В. Митно-тарифне регулювання в Україні // Митна справа. – 2001. – №4. – С. 16-23.
-  Ващенко В.В. Митно-тарифне регулювання зовнішньоекономічної діяльності // Фінанси України. – 2000. – №3. – С. 40-47.
-  Герчикова Й.Н. Международное коммерческое дело: Учебник для вузов. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1996. – С. 61-75.
-  Кредісов А.І. та ін. Управління зовнішньоекономічною діяльністю. К.: ВІРА-Р, 1998. – С. 55-68.
-  Про внесення змін до митного тарифу України // Голос України. – 2002. – 6 березня. – С. 8.
-  Про митний тариф України // Офіційний вісник України. – 2002. – №6. – С. 23-92.
-  Соколовська А. Митна політика в Україні // Вісник НБУ. – 1998. – №4. – С. 11-17.
-  Сухарський В.С. Економічний словник-довідник. – Тернопіль: Навчальна книга – БогДан, 2001.
-  Сухарський В.С. Словник-довідник зовнішньоекономічної діяльності. Тернопіль: Астон, 2005.
-  Сухарський В.С., Сухарський В.В., Охота В.І. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: теорія, методологія, практика: Навчальний посібник. – Тернопіль: Астон, 2005.
-  Сухарський В.С. Управління зовнішньоекономічною діяльністю: Теорія, методологія, практика. – Тернопіль: Астон, 2001.
-  Сухарський В.С. Зовнішньоекономічна діяльність: організація, технологія, практика, управління. – Тернопіль: Астон, 2006.

РОЗДІЛ 10

ОСОБЛИВОСТІ ПЛАНУВАННЯ РИНКОВОЇ СТРАТЕГІЇ

Тема 1. Структура та стратегія підприємства на зовнішньому ринку.

Тема 2. Планування ринкової стратегії підприємства.

2.1. Необхідність планування ринкової стратегії підприємства.

2.2. Основні пріоритети планування ринкової стратегії.

2.3. Фази планування стратегії підприємства.

Тема 3. Стратегічний маркетинг підприємства.

3.1. Структура стратегічної маркетингової програми.

3.2. Основні напрямки маркетингової стратегії.

3.3. Види стратегічних господарських підрозділів.

Тема 4. Деякі особливості росту і розвитку малих, великих та середніх підприємств.

4.1. Базові стратегії росту підприємств.

4.2. Особливості стратегії малих підприємств.

4.3. Особливості стратегії росту великих підприємств.

4.4. Особливості стратегії росту і розвитку середніх підприємств.

Тема 1. Структура та стратегія підприємства на зовнішньому ринку

Зовнішньоекономічна діяльність підприємства включає такі основні напрямки:

- вихід на зовнішній ринок;
- експортно-імпортні поставки товарів, послуг і капіталу;
- валютно-фінансові та кредитні операції;
- створення й участь у діяльності спільних підприємств;
- міжнародний маркетинг;
- моніторинг національної економічної політики та економічних світогосподарських зв'язків.

Стратегія підприємства передбачає співставлення всіх альтернативних варіантів у сфері зовнішньоекономічної діяльності й обґрунтування прийняття оптимального рішення.

Вироблення ринкової стратегії підприємства має кілька етапів:

1. Всебічний аналіз зовнішньоекономічної діяльності підприємства:

- а) становище підприємства на ринку;
- б) діяльність підприємства з позицій споживача товарів і послуг;
- в) діяльність підприємства з позицій ринку.

2. Аналіз ринку майбутнього. Потрібно:

- а) співставити становище підприємства з ємністю майбутнього ринку;
- б) проаналізувати коливання кон'юнктури ринку.

3. Аналіз можливостей підприємства:

- а) очікуваний обсяг зовнішньоекономічної діяльності;
- б) перекидання підприємства на інші ринки;
- в) діяльність у новому середовищі.

4. Аналіз бюджетно-податкової політики:

- а) бюджетно-податкова політика всередині країни та її вплив на підприємства;
- б) бюджетно-податкова політика за кордоном та її вплив на підприємства.

5. Аналіз впливу тенденцій у світовій економіці:

- а) світовий ринок позичкового капіталу;
- б) зовнішньоторгова політика різних країн.

6. Прогноз та розробка довгострокової стратегії зовнішньоекономічної діяльності підприємства:

- а) формулювання глобальної довгострокової цілі;
- б) формулювання варіантів досягнення цілей зовнішньоекономічної діяльності;
- в) декомпозиція глобальної цілі на підняття;
- г) порівняння варіантів досягнення цілей зовнішньоекономічної діяльності.

Тема 2. Планування ринкової стратегії підприємства

2.1. Необхідність планування ринкової стратегії підприємства.

Бажання отримати прибуток більший, ніж всередині країни, спонукає підприємства виходити на міжнародний ринок, нарощувати свою присутність на світовому ринку.

Використання стратегічного планування дає змогу підприємства

досягти ефективної підприємницької діяльності на зовнішньому ринку.

Планування ринкової стратегії здійснюється на трьох рівнях:

- глобальному;
- стратегічному;
- фактичному.

Планування стратегії підприємства насамперед має функцію прогнозування майбутнього. Складність економічних явищ і процесів у світовому господарстві робить стратегічне планування обов'язковою умовою господарської діяльності.

2.2. Основні пріоритети планування ринкової стратегії.

Планування ринкової стратегії є важливою передумовою успішного виходу на зовнішні ринки. Дуже часто можливості, що виникають на зовнішніх ринках, не узгоджуються ні з цілями, ні з ресурсами.

Перш за все потрібно, щоб працівники підприємства були зацікавлені в участі у міжнародній діяльності. Тільки за цієї умови вони будуть спроможними вийти за межі звичних схем ресурсовикористання.

Тільки постійне цілеспрямоване планування дає змогу досягнути оптимальної віддачі від інвестицій.

Діяльність управлінського персоналу в умовах зовнішньоекономічної експансії підприємства можна позначити у вигляді схеми ЕПРГ (етноцентризм, поліцентризм, регіоцентризм, геоцентризм).

Етноцентризм. Етноцентричне підприємство розглядає свій міжнародний розвиток як вторинний щодо «внутрішньої експансії», а зовнішній ринок – як споживача надлишків продукції, підприємство схильне до централізації основних маркетингових рішень.

Поліцентризм. Підприємство визнає специфічні чинники, які впливають на його міжнародну діяльність, допускається високий ступінь автономії, маркетинг здійснюється на територіальній основі.

Регіоцентризм і геоцентризм. Дані поняття означають певний ступінь зрілості у сприйнятті підприємством своєї міжнародної діяльності. **Регіоцентризм** розглядає світ як сукупність ринків, які мають деякі спільні характеристики. **Геоцентризм** трактує світ як єдиний ринок.

Два підходи дають змогу здійснювати політику, що узгоджує за-

гальні умови ринку з нюансами його конкретного освоєння.

Тобто планування стратегії підприємства – не тільки наслідок вивчення складних ситуацій на ринку та в управлінні. Це також означення напряму дій.

Крім того, планування ринкової стратегії залежить також від рівня інтернаціоналізації підприємства. Підприємство-новачок насамперед прагне вибрати найадекватніший ринку товар і встановити оптимальну ціну. Досвідчене ж підприємство переважно турбується про вирішення на зовнішньому ринку проблем рівноваги ресурсів, що використовуються. В обох випадках слід звертатися до процедур планування – його фаз.

2.3. Фази планування стратегії підприємства.

Процес планування стратегії підприємства охоплює такі фази.

Фаза аналізу та вибору ринків залежно від цілей і ресурсів підприємства. Підприємство мусить підтримувати стійку відповідність між наявним досвідом, товарами, що випускаються, своєю культурою, своїми цілями та характеристиками різних ринків. Важливо виділити критерії вибору – мінімальний потенціал, рівень точного прибутку і т.д. Ці кроки ефективні, якщо під час освоєння зовнішніх ринків підтримуються постійні зусилля для отримання інформації та контролю за реалізацією проектів.

Фаза адаптації пропозицій. Мета цієї стратегічної фази – вибір ступеня адаптації різних елементів: товару, ціни, системи збуту, комунікації. Проблема стосується культурного середовища пропонованого продукту: вимір цього феномена ідентифікації, способу споживання, частоти покупок тощо. Вивчаються суттєві відмінності між країнами у сфері збуту, в політиці цін і кредиту і в сфері комунікацій, включаючи засоби масової інформації, зміст і природу повідомлень, витрати на рекламні кампанії.

Фаза розробки плану маркетингу. Треба розробити адаптований до ринку план, який уточнює, що необхідно зробити, як, яким чином і в які строки.

Фаза реалізації та контролю. Здійснення комерційного плану у зовнішньоекономічній сфері не обмежується прийняттям позитивного рішення. Важливо здійснювати моніторинг і контроль, щоб раніше виявляти можливе відхилення від планів освоєння ринку. Для цього треба мати чітко зумовлені пріоритети й зберігати досягнуту

дистанцію по відношенню до поточних дій і вироблення коригуючих рішень.

Процес **стратегічного планування є замкнута система**, функціонування якої пов'язане з виконанням двох умов: спостереження і досягнення гнучкості. Систематичне спостереження дає змогу вимірювати результати та виявляти відхилення; забезпечення гнучкості – здійснювати відповідне коригування.

Тема 3. Стратегічний маркетинг підприємства

У загальному стратегічний план підприємства формується на основі стратегічної маркетингової програми шляхом нарощування на ньому фінансово-економічної, технічної й організаційної складових.

Підприємство повинна мати стратегічну маркетингову програму на наступні 3-5 років.

3.1. Структура стратегічної маркетингової програми.

Структура складається з трьох взаємопов'язаних блоків: цілей підприємства, стратегії розвитку господарського портфеля та стратегії росту фірми (рисунок 1).

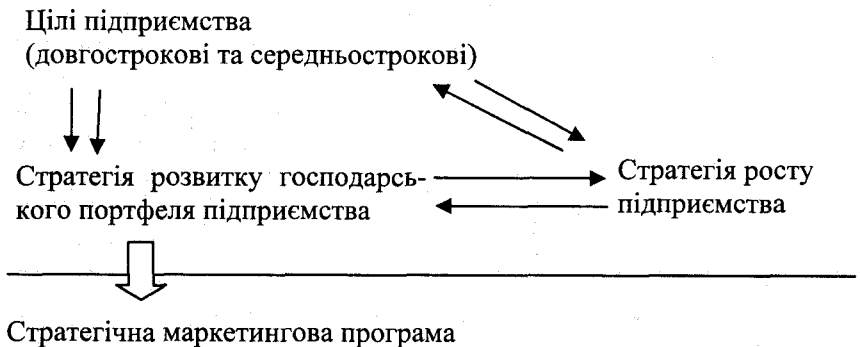


Рисунок 1. Структура стратегічної маркетингової програми

Блок 1. Цілі підприємства

Розрізняють цілі **короткострокові** (результат очікується незабаром), **середньострокові** та **довгострокові** (результат очікується у

перспективі до 5-ти і більше років). Стратегічна маркетингова програма фірми спрямована, в основному, на середньострокові та довгострокові цілі.

Цілей у підприємства може бути багато, тому необхідно виділяти головну ціль і цілі, які нею визначаються (рисунок 2). Для досягнення головної цілі ставляться цілі другого рівня, для їх досягнення – цілі третього рівня, можуть бути проміжні цілі, підцілі (рисунок 2).

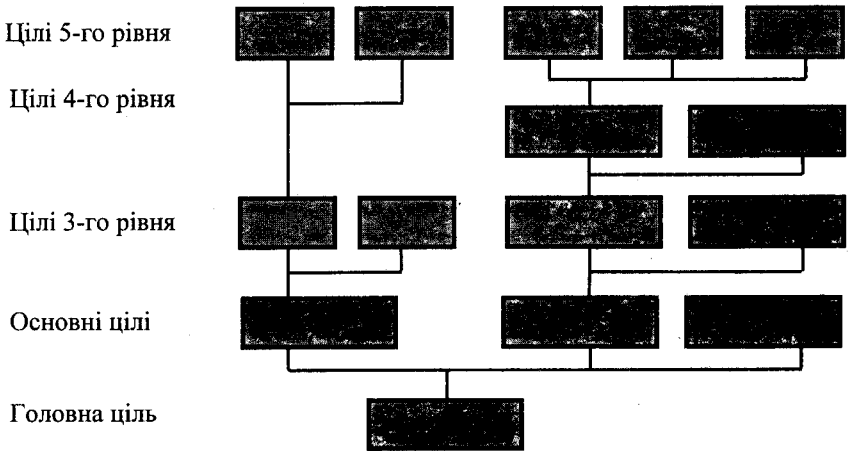


Рисунок 2. Дерево цілей підприємства

Будуючи дерево цілей, керуються трьома принципами:

- побудова за часовими інтервалами;
- побудова за функціональною ознакою: головною є ціль усього підприємства, яка визначає цілі окремих функціональних підрозділів підприємства;
- побудова за функціонально-часовим принципом, що об'єднує дві попередні.

Блок 2. Стратегія розвитку господарського портфеля підприємства

Підприємство у господарській діяльності дуже подібне на вміст портфеля, в якому є багато різних речей. Зазвичай виробнича програма підприємства включає кілька видів товарів.

Варіанти випуску підприємства різних товарів:

- товари, пов'язані технологічно один з одним, наприклад, цукер-

- ки-карамельки, шоколадні цукерки та шоколад у плитках;
- основні та додаткові товари. Наприклад, основна продукція друкарні – книги, додаткова – серпантин для новорічних ялинок, паперові іграшки;
 - товари, пов'язані одним технологічним ланцюжком: сталений прокат, який частково продається набік або використовується для виробництва деталей;
 - товари, абсолютно не пов'язані один з одним: светри, цукерки, конфетті.

Все, що випускає підприємство, називається вмістом господарського портфеля фірми.

Уявимо, що меблева фабрика виробляє: 1) меблеві стінки; 2) кухонні меблі; 3) спальні гарнітури для реалізації на ринку **Києва**. На меблевій фабриці діє три СГП.

Поєднання СГП у портфелі фірми та напрямки їх розвитку визначаються стратегією розвитку господарського портфеля фірми.

Блок 3. Стратегія росту підприємства

Стратегія росту підприємства полягає у визначенні основних напрямків розширення ділової активності:

- розширення активності підприємства «вглиб» – сегментація існуючих ринків;
- розширення активності підприємства «вшир» – диверсифікація виробництва;
- розширення активності підприємства «через кордони» – інтернаціоналізація виробництва.

Кількісне зростання – нарощування обсягу незмінної номенклатури товарів для старого ринку.

Переважну частину маркетингової програми займає опис інструментарію реалізації поставлених цілей. **Це опис:**

- товарної політики та управління інноваційними процесами;
- збутової політики – мережі, каналів товароруку;
- стимулюючої чи комунікаційної політики – заходів у сфері реклами, сервісної політики, участі у виставках і т.д.;
- цінової політики – вибору основних цінових стратегій, їх комбінування та співвідношення.

У багатьох маркетингових програмах вказується зміст і план маркетингових досліджень, побудова банків даних, план підготовки та підвищення кваліфікації персоналу фірми, у т.ч. і в сфері маркетингу.

У заключній частині програми наводиться кошторис витрат на її реалізацію у цілому і за окремими статтями, видами маркетингової

діяльності; дається попередня оцінка її ефективності. Передбачаються заходи щодо контролю за ходом виконання програми.

3.2. Основні напрямки маркетингової стратегії.

Залежно від конкретних умов фінансування підприємства маркетингологи визначають різні напрямки стратегій підприємницької, виробничо-збутової та науково-технічної діяльності.

Глобальними напрямками маркетингової стратегії (рисунок 3) є такі три виміри розширення ринкової активності:



Рисунок 3. Виміри ринкової активності

Стратегія інтернаціоналізації – освоєння нових, зарубіжних ринків, товарів, капіталів. За кордоном створюються підприємства, заводи та фабрики, що випускають товари на місцях, у колишніх країнах-імпортерах.

Стратегія диверсифікації – освоєння виробництва нових товарів, товарних ринків, поширення підприємницької діяльності на нові і не пов'язані з основними видами діяльності фірми галузі.

Стратегія сегментації – поглиблення ступеня насиченості пропонуваними товарами та послугами всіх груп споживачів, вибір максимальної глибини ринкового попиту (таблиця 18).

Таблиця 18

Розвиток глобальних напрямків маркетингової стратегії у короткострокових і довгострокових цілях підприємства

Короткострокові	Довгострокові
1. Поточний прибуток: максимізація поточного прибутку, швидке отримання готівки	1. Збут: максимізація збуту, досягнення певної частки ринку
2. Здатність до виживання: забезпечення окупності витрат, збереження існуючого становища	2. Якість: забезпечення лідерства за показниками якості

За базу такої «спеціалізації» короткострокових та довгострокових цілей покладена закономірність, виявлена Американським інститутом маркетингу та Гарвардською школою: чим більша частка фірми на даному ринку, тим вища норма її прибутку.

3.3. Види стратегічних господарських підрозділів.

У залежності від розвитку галузі, в якій діє певний СГП фірми, від ринкової частки цього СГП можна виділити чотири їх види: «зірка», «дійна корова», «важка дитина», «собака», які показані на матриці, розробленій американською консультативною групою «Бостон консалтинг груп»:

На осі ОХ відкладений коефіцієнт частки ринку, розрахований за формулою:

$$\text{Коефіцієнт частки ринку} = \frac{\text{Частка ринку даного СГП}}{\text{Частка ринку найбільшого конкурента даного СГП}}$$

При значенні коефіцієнта більше одиниці частка ринку, яку займає дане СГП, вважається високою. Якщо коефіцієнт менший одиниці, – низькою (рисунок 4).

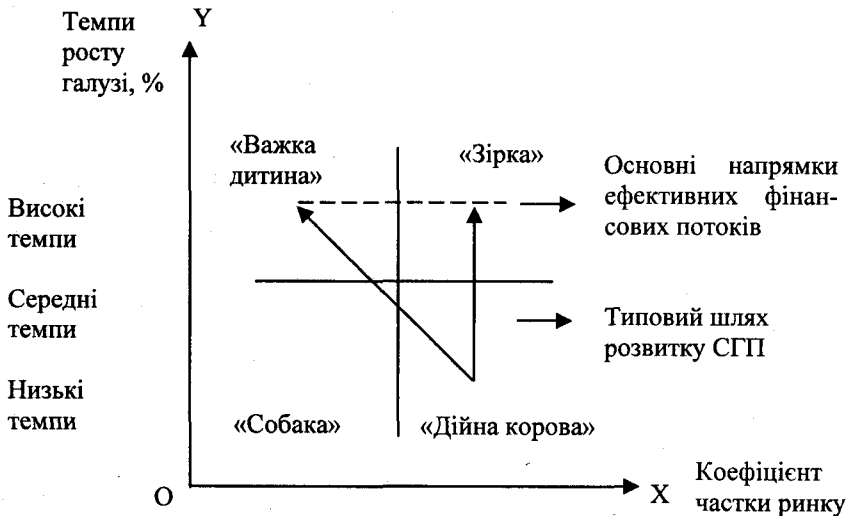


Рисунок 4. Ринкова матриця

«**Зірка**» – висока частка у швидкозростаючій галузі, вона є лідером на ринку, приносить значні доходи.

«**Дійна королева**» – висока частка у галузі, яка стабілізується чи вже старіє, займає положення лідера, що дає стійкі та достатньо високі прибутки, фірма досить добре відома на ринку. Прибутків значно більше, ніж потрібно для підтримання досягнутої ринкової частки.

«**Важка дитина**» – низька частка прибутку у швидкозростаючій галузі, перебуває у найскладнішому становищі. Ситуація «**або – або**»: або нарощувати зусилля і ставати «**зіркою**», або йти з ринку.

Типовий шлях нежиттєздатного СГП такий: «**важка дитина**» – завоювання частки ринку – «**зірка**» – зниження темпів росту (старіння галузі) – «**дійна королева**».

«**Собака**» – низька частка у слабозвинутій чи стабілізованій галузі, займає найгірше положення: прибутків не дає, але потребує коштів для підтримання свого становища. Варіанти стратегії «**собаки**»: або вихід з ринку, або пошук вузькоспеціалізованого сегмента, щоб зайняти на ньому місце лідера.

Взагалі, чи вигідно для підприємства, щоб усі її СГП були «**зірками**»? Ні, їм постійно бракуватиме фінансових резервів для підтримання свого лідерства. Всі «**зірки**» без допомоги «**дійних корів**» можуть швидко перетворитися на «**важких дітей**».

Але чи добре, коли є тільки «**важкі діти**»? Ні, без «**дійних корів**» вони перетворяться на «**собак**» і незабаром зникнуть із ринкового горизонту.

Або чи влаштовують підприємства лише одні «**дійні корови**»? Ні. Попри наявний у них надлишок фінансових ресурсів слід пам'ятати, що товар старіє. На зміну одним товарам приходять інші. А проникнення в нові сфери забезпечують «**важкі діти**» та «**зірки**».

Отже, «**важкі діти**», «**зірки**» та «**дійні корови**» тісно взаємопов'язані і необхідні один для одного, на відміну від «**собак**», що є тягарем для підприємства. У плануванні свого господарського портфеля фірми повинні дотримуватись таких правил:

1. Розділити господарський портфель підприємства на кілька стратегічних підрозділів.
2. Визначити частку, місце кожного СГП підприємства у системі координат «частка СГП на ринку».
3. Пам'ятати, що підприємство добивається стійкості лише тоді, коли досягнуто оптимального співвідношення між її СГП, що є

«важкими дітьми», «зірками», «дійними коровами».

Стратегія розвитку стратегічних господарських підрозділів.

У ринковій практиці існує три основні види стратегії розвитку СГП.

1. Стратегія наступу (атакуюча) – це завоювання та розширення ринкової частки.

2. Стратегія оборони – це втримання існуючої ринкової частки. Ця стратегія має приховану небезпеку не помітити конкурента, що тихо підкрався.

3. Стратегія відступу – це скорочення ринкової частки з метою росту прибутку у результаті поступового відходу з ринку чи ліквідація даного бізнесу.

Тема 4. Деякі особливості росту і розвитку малих, великих та середніх підприємств

4.1. Базові стратегії росту підприємства.

Напрямки розширення ділової активності підприємства визначаються тим, на якому ринку діє підприємство (старому чи новому для неї), з яким товаром (старим чи новим для підприємства) вона виходить на ринок (таблиця 19).

Таблиця 19

Стратегії росту підприємства залежно від видів ринку та товару

		Ринок	
		Старий	Новий
Товар	Старий	Стратегія глибокого проникнення	Стратегія розвитку ринку
	Новий	Стратегія розробки товару	Стратегія диверсифікації

Стратегія глибокого проникнення (старий товар – старий ринок) ефективна, коли ринок ще не насичений. Пропонуючи старі товари на старому ринку, можна добитися переваги, тільки знижуючи витрати виробництва та продаючи товари за цінами, нижчими, ніж у конкурентів.

Стратегія розвитку ринку (старий товар – новий ринок). З її допомогою підприємство намагається збільшити збут існуючих товарів на нових ринках чи нових сегментах наявного ринку.

Стратегія розробки товару (новий товар – старий ринок) ефективна при наявності у підприємства ряду успішних торгових марок. Вона полягає у створенні нових модифікацій товару для існуючих ринків.

Стратегія диверсифікації (новий товар – новий ринок) застосовується для усунення залежності виробника від якогось одного товару чи ринку. Наприклад, виробник тракторів може додатково розпочати чи переключитися повністю на випуск вантажних автомашин, міні-сільгосптехніки, комбайнів, річкових катерів тощо.

У діяльності фірми, як правило, комбінують ці стратегії розвитку.

4.2. Особливості стратегії малих підприємств.

Головною перевагою росту малих підприємств є їх гнучкість, здатність оперативно перебудовувати свою виробничу програму під «пресом» ринку. Найбільшим же недоліком малих підприємств є їх мала величина. Вступ у конкурентну боротьбу з великими підприємствами віщує їм смерть (таблиця 20).

Таблиця 20

Види стратегії малих підприємств

	Продукт малого підприємства	
Форма існування малого підприємства	Подібний до продукту великої фірми	Оригінальний
Незалежна від великого підприємства (суверенітет)	«Несправжній гриб» – стратегія копіювання	«Премудрий пічкур» – стратегія оптимального розміру
Пов'язана з великим підприємством (симбіоз)	«Хамелеон» – стратегія використання переваг великих фірм	«Кусаюча бджола» – стратегія участі в продукті великої фірми

Основна спрямованість стратегій малих підприємств – мінімізація гостроти конкуренції з великими підприємствами та максимальне використання їхньої гнучкості.

Стратегія копіювання («Несправжній гриб»). Під оригіналь-

ний, запатентований марочний продукт великого підприємства малі підприємства випускають копії, «підробки». Копія продається, як правило, за цінами, значно нижчими, ніж оригінал.

Стратегія оптимального розміру («Премудрий пічкур»). Стратегія застосовується в тих галузях, де велике виробництво неефективне й оптимальним є мале підприємство.

Коли підприємство дотримується цієї стратегії, то можливості її росту обмежені: малі розміри, які допомагають їй вижити, є водночас перешкодою до її розширення.

Стратегія участі в продукті великого підприємства («Кусаюча бджола»). Багато великих підприємств прагнуть виробляти свій складний виріб від початку до кінця самостійно. А тому великому підприємству вигідніше відмовитися від дрібних неефективних виробів, поступившись ними малим підприємствам.

Мала фірма, що обрала подібну стратегію, може потрапити у повну залежність від великої. Уникнути цього можна з допомогою обмеження частки обороту, який припадає на одного великого клієнта.

Стратегія використання переваг великих підприємств («Хамелеон»). Застосовуючи стратегію «хамелеон», мале підприємство ніби «набуває кольору» великого підприємства. Прикладом такої стратегії є **франчайзинг** – система договірних відносин між великим та малим підприємством, за якою велике підприємство зобов'язується постачати малому підприємству власними товарами, рекламними послугами, відпрацьованими технологіями бізнесу, надавати короткостроковий кредит на пільгових основах.

Франчайзинг найчастіше застосовується у сфері роздрібної торгівлі, ресторанах швидкого обслуговування типу «Макдональд» і «Ніцца-Харт». Франчайзинг використовують і такі підприємства, як «Адідас», «Кока-Кола».

4.3. Особливості стратегії росту великих підприємств.

Крупні підприємства, на відміну від малих, мають змогу здійснювати масове стандартизоване виробництво, а також розширювати сферу своєї діяльності (диверсифікація виробництва). Однак пропорційно до росту розмірів компанії знижується її гнучкість.

У залежності від темпів росту та ступеня диверсифікації виробництва великі компанії можна розбити на три групи: «горді леви», «неповороткі бегемоти» та «могутні слони» (таблиця 21).

Таблиця 21

Основні характеристики великих компаній

Характеристики	«Горді леви»	«Могутні слони»	«Неповороткі бегемоти»
Зростання	Прискорене	Середнє, стабільне	Сповільнене
Профіль	Спеціалізація у важливому, перспективному і великому сегменті ринку	Широка диверсифікація у межах великого ринку	Надмірна, неупорядкована диверсифікація на багатьох ринках (сегментах)
Прибуток	Достатній для прискореного росту	Достатній для забезпечення стійкості на ринку	Недостатній, може завдавати збитків

Типовим «гордим левом» виступає підприємство «Соні корпорейшен», яка довгі роки є лідером у виробництві побутової техніки.

Типовим «могутнім слоном» є підприємство «Сіменс», виробнича програма якої охоплює практично всю електротехніку. Кому б не належав винахід, вигоду від нього завжди отримує «Сіменс».

Типовим «неповоротким бегемотом» є концерн «Філіпс». Концерн має близько 350 фабрик, розкиданих по всьому світу. Як у дрібній лавці, асортимент «Філіпса» охоплює товари від бритви до приладу для лікування нервів, від платівки до персонального комп'ютера.

4.4. Особливості стратегії росту і розвитку середніх підприємств.

Середні підприємства ніби стиснуті лецатами великих і малих підприємств. Ніша для середніх підприємств потрібна насамперед як засіб захисту від прямої конкурентної боротьби з великими підприємствами, бо іншого захисного засобу – переваг малого розміру – у них нема.

Середні підприємства, що дотримуються нішової спеціалізації, можуть вибрати один із чотирьох видів стратегії росту (таблиця 22).

Таблиця 22

Види стратегії середніх підприємств

Темпи росту фірми	Темпи росту ніші	
	Помірні	Прискорені
Помірні	Стратегія збереження	Стратегія пошуку завойовника
Прискорені	Стратегія виходу за межі ніші	Стратегія лідерства у ніші

Стратегія збереження спрямована на збереження існуючого становища підприємства, тому що немає необхідності розширювати його діяльність та можливості. У цій стратегії є небезпека втратити нішу через зміну потреб.

Стратегія пошуку завойовника застосовується тоді, коли підприємство відчуває гострий брак засобів для збереження свого становища у межах ніші. Опинившись у такій ситуації, середнє підприємство зазвичай починає шукати велику компанію, яка могла би поглинути її, зберігши при цьому її як відносно самостійний, автономний виробничий підрозділ.

Стратегія лідерства у ніші придатна у двох випадках:

1. **Підприємство росте** так само швидко, як і ніша, що дає змогу їй перетворитися на ведучу монопольну компанію і не допустити в нішу конкурентів.

2. **Підприємство має** відповідні фінансові ресурси для підтримання свого прискореного росту.

Стратегія виходу за межі ніші ефективна лише тоді, коли межі ніші надто вузькі для фірми. Дійшовши до межі ніші, підприємство вступає у пряму конкуренцію із сильнішими та більшими підприємствами.

Вироблення ринкової стратегії підприємства – це процес сканування світового ринку, визначення глобальної та локальної цілей зовнішньоекономічної діяльності, вибір оптимальних сегментів (ніш).

ЛІТЕРАТУРА

- 📖 *Ансофф И.* Стратегическое управление. – М., 1989.
- 📖 *Градов А.* Стратегия экономического управления предприятием: Учеб. пособие. – С-Пб., 1993.
- 📖 *Завадський Й.С.* Менеджмент. Том 1. – К.: Українсько-фінський інститут менеджменту і бізнесу, 1998.
- 📖 *Завьялов П., Демидов В.* Формула успеха: маркетинг. – М., 1988.
- 📖 *Кредісов А.І. та ін.* Управління зовнішньоекономічною діяльністю. – К.: ВІРА-Р, 1998.
- 📖 *Саати Т., Кернис К.* Аналитическое планирование организации систем: Пер. с англ. – М., 1991.
- 📖 Самостоятельность и управление производственным профилем предприятия / *А. Градов и др.* – М., 1990.
- 📖 *Стровский Л.Е.* Внешнеэкономическая деятельность предприятия. – М.: ЮНИТИ, 1999.
- 📖 *Сухарський В.С.* Економічний словник-довідник. – Тернопіль: Навчальна книга – БогДан, 2001.
- 📖 *Сухарський В.С.* Менеджмент (загальний з основами спеціального). – Тернопіль: Астон, 2004.
- 📖 *Сухарський В.С.* Зовнішньоекономічна діяльність: організація, технологія, практика, управління. – Тернопіль: Астон, 2006.

РОЗДІЛ 11

СТРУКТУРА ТА ЗМІСТ БІЗНЕС-ПЛАНУ

Тема 1. Критерії, цілі та завдання бізнес-плану.

Тема 2. Структура та зміст бізнес-плану.

2.1. Характеристика проекту.

2.2. Фінансовий план.

Будь-яке підприємство визначає стратегію свого розвитку з огляду на дане господарське оточення. Воно складається з постачальників сировини, споживачів продукції та послуг, конкурентів; банків, які надають кредити; державних і міжнародних організацій, а також фізичних осіб з їхніми потребами, доходами та інтересами.

У такому оточенні постійно відбуваються зміни, зумовлені еволюцією усіх функціонуючих в економіці суб'єктів, динамікою курсів валют, цін, процентних ставок і митних зборів, податків. Головною метою підприємств є підвищення власної конкурентоспроможності, зростання обсягів продажу, прибутку, рентабельності.

Тема 1. Критерії, цілі та завдання бізнес-плану

Цілями та завданнями бізнес-плану є:

- оцінка слабких і сильних сторін проекту;
- визначення затрат;
- визначення фінансових потреб;
- вибір стратегії діяльності;
- визначення концепції розвитку;
- оцінка галузі, ринку та конкуренції;
- визначення ризику;
- пошук партнерів для спільної діяльності та фінансових засобів.

Бізнес-план зобов'язаний дати відповіді на такі запитання:

- *Що є основною метою підприємства?*
- *Де її місцерозташування за проектом?*
- *Як здійснюватиметься виробничий процес?*
- *Коли підприємство почне приносити прибуток?*
- *Які і в чому існують шанси досягти успіху?*

- Яка самоокупність проекту?
- Хто персонально відповідає за досягнення цілей і завдань проекту?

Розробка бізнес-плану потребує конкретної інформації: дослідження аналізу, галузі, ринку, конкуренції, вивчення фінансової діяльності, слабких сторін. Це дає змогу оцінити шанси на успіх і можливі проблеми, які можуть виникнути у ході реалізації проекту підприємства (рисунок 5).

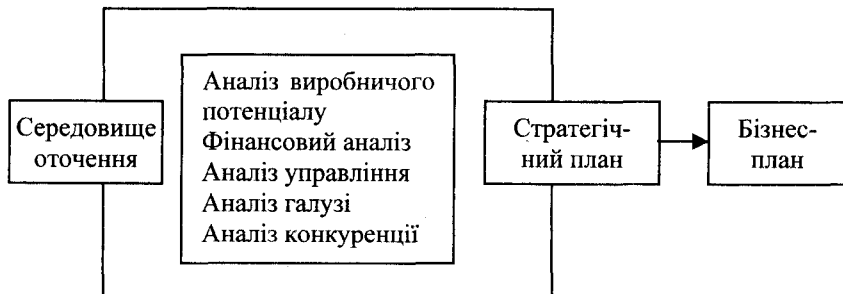


Рисунок 5. Процес розробки бізнес-плану

Це основа стратегічного плану, який, у свою чергу, є основою для розробки бізнес-плану. Як стратегічний план, так і бізнес-план мусять мати еволюційний характер, а також бути інформаційно відкритими. Розроблений бізнес-план має бути постійним помічником в управлінні бізнесом і ефективним засобом у досягненні успіху. Професійно складений бізнес-план є засобом передачі ідей іншим і основою для можливого техніко-економічного обґрунтування під час отримання фінансових і кредитних ресурсів ззовні.

Найкращим засобом досягнення успіху в бізнесі є «планування у плануванні» – постійне й уважне слідкування за змінами зовнішнього середовища та вчасне коригування уже розробленого бізнес-плану.

На титулі бізнес-плану подається:

- назва бізнес-проекту;
- назва підприємства, що здійснює проект;
- юридична адреса та телефон підприємства;
- прізвища та імена авторів проекту з вказівкою телефонних номерів для контакту.

Тема 2. Структура та зміст бізнес-плану

Типовий бізнес-план складається з:

I. Характеристики проекту.

II. Фінансового плану.

III. Додатків (контракти, протоколи про наміри, детальні результати та методи маркетингових досліджень, детальна характеристика виробничого процесу, юридичні документи, організаційні схеми, рух професійної кар'єри й опис попередньої діяльності керівників, суттєві параметри продукту, послуги, патенти, ліцензії, балансові звіти, розрахунки прибутків і збитків, основні рішення щодо звітності, представлення третіх осіб, послугами яких користувались, рекомендаційні листи і т.п.).

2.1. Характеристика проекту.

У ній мають бути сформульовані:

- назва та суть проекту;
- які товари та послуги планується виробляти або надавати;
- на які ринки зорієнтований проект;
- у чому переваги проекту порівняно з конкурентами;
- місце та час реалізації проекту;
- кількість робочої сили, необхідної для реалізації проекту;
- приблизні затрати на реалізацію проекту й очікувані джерела фінансової підтримки.

Головне правило цього розділу: якщо не зуміли описати проект переконливо, скрупульозно та дохідливо, то, отже, ви його всебічно не продумали і не вивчили. Треба максимально деталізувати розділ I, включивши до нього такі підрозділи:

А. Опис проекту. У цьому підрозділі слід сформулювати пропозицію та її призначення, якими шляхами і з допомогою яких засобів відбуватиметься її реалізація. Потрібно дати найважливіші характеристики пропозиції, з'ясувати переваги над аналогами, надійність і перспективи її старіння.

Будь-який вид комерційної діяльності не ґрунтується на одній формі ділової активності, вимагає вичленування провідного підприємства, прийняття її за основу реалізації проекту.

Треба дати відповіді:

1. До якої сфери комерційної діяльності належить проект? Що становить собою даний товар чи послуги? Хто є споживачем цих товарів і послуг?
2. Який статус комерційної діяльності проекту? Проект – нова сфера діяльності, що не є пріоритетною?
3. Який статус юридичної особи (приватне підприємство, товариство з обмеженою відповідальністю, корпорація, асоціація, акціонерне товариство і т.п.)?
4. Чому сфера комерційної діяльності проекту видається прибутковою?
5. Де планується організувати комерційну діяльність і чому?
6. Скільки годин на день і скільки днів на тиждень планується здійснення комерційних операцій?
7. Чи є майбутня комерційна діяльність сезонною?

Планування перспективного прибутку дає змогу глибше вникнути в особливості майбутньої комерційної діяльності і не збанкрутувати.

Якщо ж проект є принципово новою сферою ділової активності, то, окрім перерахованих питань, **треба відповісти ще й на такі:**

1. Чому вважається, що успіх у цій сфері комерційної діяльності забезпечений?
2. Чи є достатній досвід у даній сфері комерційної діяльності?
3. Чи відбувались переговори зі спеціалістами у цій сфері? Якщо так, то які результати?
4. Чи потребує проект кредитних ресурсів? Якщо укладаються комерційні контракти, то з якими фірмами і на яких умовах?

Б. Опис ринку. Продукція (послуги). Ринок проекту – це середовище, в якому є попит на дану продукцію. Однією з найважливіших умов комерційної діяльності виступає пред'явлення ринкові безумовних переваг товару проекту, чинниками яких є його вигода та корисність. Ключовими питаннями **мають стати:**

1. Що продається?
2. Які основні характеристики корисності того, що продається?
3. Які основні відмінності товарів і послуг проекту від таких у конкурентів? Вигода – це те, що купує споживач.
4. Чи є товар і послуги проекту специфічними на даному ринку? Чи «піонерний» виріб? Чи потрібно користувачеві володіти спеціальними знаннями та навичками?

Ринок. Необхідно виходити зі своїм товаром на кілька ринків відразу. Спочатку треба вибрати один ринок із цінами, які б дали змогу отримати прибуток. Тоді можна здійснити послідовний прохід по сегментах решти ринків. **Питання, на які треба відповісти, такі:**

1. Які потенційні ринки проекту?
2. Які групи споживачів і які товари будуть купуватися?
3. Сегмент конкретно вибраного ринку росте, є стабільним чи стагне?
4. Який рівень освоєності ринку і які можливості проникнення?
5. Яка фірма збирається завойовувати, втримувати та збільшувати сегмент ринку?
6. Чи планується входити або залишати ті чи інші ринки?
7. Яку необхідно встановити ціну на товари?

Конкуренція. Вибравши цільовий ринок, потрібно: а) визначити характер конкуренції (пряма чи непряма); б) класифікувати основних конкурентів. Аналізуючи конкуренцію, необхідно виходити з таких **трьох основних положень:**

1. *Планування освоєння принципово нової форми сфери комерційної діяльності та намір втрутитися на новий ринок аналізують рівень конкуренції.* Розвиток ринків генерується динамікою конкуренції.

2. *Поява на ринку нового конкурента.* При освоєнні нового ринку треба визначити прибутковість майбутнього комерційного почину.

3. *Постійність.* Конкуренція – це середовище, яке постійно змінюється, чутливо реагуючи на мотивацію поведінки його суб'єктів.

Аналізуючи рівень конкуренції на обраному ринку, треба відповісти **на такі запитання:**

1. Хто п'ять найближчих конкурентів?
2. На якій стадії перебуває їхня комерційна діяльність (підйом, стабільність, стагнація)?
3. Чим комерційна діяльність конкурентів відрізняється від проектної?
4. Які висновки були зроблені внаслідок спостереження за формами комерційної діяльності конкурентів?
5. У чому комерційна діяльність проекту буде кращою від конкурентів?

В. Місцерозташування. Вдало вибране місцерозташування підприємства для комерційної діяльності гарантує 50% успіху проє-

кту. Необхідно пам'ятати, що вартість оренди дорівнює ціні приміщення плюс вартість реклами. Низькі ціни реклами не повинні виступати орієнтиром, хоч на перший погляд це виглядає привабливо.

Складаючи цей розділ бізнес-плану, треба відповісти на **такі питання:**

1. Яка адреса місцезонашування підприємства, що організовується для реалізації проекту?
2. Які особливості (будівельні, технічні, комунікаційні) має споруда проекту?
3. Чи є використовувана територія орендною, чи це власність проекту?
4. Які обсяги робіт треба провести для реконструкції приміщення і скільки це коштуватиме?
5. Які інші види ділової активності представлені у даному районі?
6. Чому вибране місцезонашування видається правильним?

Розмістивши підприємство у вдалому для реалізації проекту місці, слід постійно контролювати зміни у районі, бути готовими до змін, складати поточні огляди на певні проміжки часу для прогнозу довгострокових закономірностей.

Г. Менеджмент. Відомо, що понад 90% причин банкрутств малих і середніх підприємств пов'язані з неправильним управлінням (звідси помилки у практиці прийняття рішень); 2% – припадає на розподіл обов'язків між персоналом і відсутність належного контролю за виконанням розпоряджень.

Обґрунтовуючи управлінську ланку, необхідно скласти жорстку схему: хто що робить, хто кому підкоряється і хто приймає остаточне рішення. Потрібно: а) планувати комерційну діяльність і постійно переглядати плани; б) розробити і чітко реалізувати механізм контролю за проведенням комерційних операцій; в) знову і знову планувати.

Визначаючи оплату праці управлінському персоналу, не варто надто збільшувати витрати – ця стаття повинна бути оптимально зваженою. Стандартною практикою є розрахунок бюджету, виходячи з 25% непередбачених витрат, які виконують роль страхової суми.

Під час складання даного розділу треба відповісти на **такі запитання:**

1. Яким чином попередній попит у бізнесі може допомогти у нинішньому комерційному починанні?

2. Хто входить у штат управляючих? У чому їхні сильні та слабкі сторони?
3. Які у них обов'язки? Як вони розподіляються?
4. Які додаткові ресурси потрібно залучити для успішного здійснення комерційної діяльності?

Г. Персонал. Підбір персоналу має вирішальне значення для успішної реалізації проекту. Досвідчений, професійний персонал – це половина успіху. Тому при підборі необхідного персоналу для реалізації проекту **треба враховувати:**

1. Якої кількості персоналу проект потребує тепер? У найближчому майбутньому?
2. Спеціалісти якого профілю (кваліфікації, досвіду) потрібні проекту тепер?
3. Які умови найму персоналу? Повний чи неповний робочий день?
4. Який передбачається вид оплати праці: підрядна, погодинна, місячна (тижнева) ставка?
5. Які додаткові пільги (матеріальні стимули) надаються персоналу?
6. Чи оплачується понаднормова робота і як?
7. Чи необхідне персоналу підвищення кваліфікації, перекваліфікація?

2.2. Фінансовий план.

Це план комерційної діяльності та її контролю за основними умовами реалізації проекту. Саме контроль дозволяє оптимально співвідносити цілі та результати комерційної діяльності через систему бухгалтерських рахунків і звітності.

Першим кроком у напрямку прибуткового управління комерційною діяльністю є вибір системи бухгалтерського обліку, в яку входить п'ять видів фінансових документів контролю: баланс, розрахунок безбитковості, розрахунок доходів, розрахунок руху готівки, розрахунок можливих відхилень.

У кінцевому підсумку бухгалтерський облік повинен бути робочою моделлю комерційної діяльності. Управління нею включає в себе конкуруючі об'єктивні реалії: отримання прибутку й оплати витрат. Вони знаходять своє відображення в двох основних фінансових документах: **«Звіт про результати господарської діяльності»**

та «**Звіт про рух готівки (ліквідність)**».

Управління в напрямку досягнення балансу між прибутковістю та ліквідністю – справа складна. Зростання обороту фірми може вичерпати джерело готівки, спричинити зниження ліквідності. У зв'язку з цим має бути постійний аналіз згаданих документів для знаходження «золотої середини» між ростом капіталу та вибором сфер інвестування.

«**Баланс безбитковості**» є показником ліквідності та ефективності проведення комерційних операцій за певний період часу.

«**Баланс відхилень**» дає змогу порівняти реальні результати комерційної діяльності з розрахунковими показниками протягом одного місяця.

При внесенні інформації усіх п'яти бухгалтерських документів у комп'ютер буде легко маніпулювати показниками при внесенні змін, отримуючи відповіді на питання: що відбудеться, якщо підвищити ціни на 5%?; як зміниться ситуація, якщо ми втратимо 25% споживчого ринку?; чи доцільно збільшувати поточні витрати при рості продуктивності на 20%? і т.д. Комплексно використана бухгалтерська документація складає основу фінансового плану, техніко-економічного обґрунтування, укладення контрактів, інвестиційної діяльності, а в кінцевому підсумку – внутрішньофірмової стратегії.

А. Відомість переліку обладнання. Документ призначений для здійснення контролю за активами, що знецінюються, загальним страхуванням і страхуванням обладнання, яке заміщається, а також загальним бюджетом (рисуюнок 6).

(Capital Equipment List)

(назва підприємства)

Основне та допоміжне обладнання (Major Equipment and Normal Accessories)	Модель (Model)	Вартість (ціна) (Cost or List Price)
1	2	3

Рисуюнок 6. Відомість переліку обладнання

Б. Основний баланс. Основний баланс призначений для того, щоб показати, як розподіляються активи та пасиви, власний капітал фірми протягом встановленого терміну. Він є стандартним за формою. Основний баланс для всіх підприємств (і малих, і великих)

містить набір показників, класифікованих у певному порядку.

Статті основного балансу повинні бути розписані більш детально, з врахуванням послідовності зменшення ліквідності. Подамо короткий опис статей основного балансу.

Поточні активи: готівка, державні цінні папери, ринкові цінні папери, векселі до отримання, дебіторська заборгованість, товарно-матеріальні запаси, авансові засоби, які будуть чи можуть бути перетворені у готівку протягом поточного року.

Основний баланс

Вид комерційної діяльності

Дата (місяць, день, рік)

АКТИВИ (Assets)

Поточні активи (Current Assets)

Основні активи (Fixed Assets)

Мінус акумульовані амортизаційні відрахування
(Less Accumulated Depreciation)

Чистий прибуток від використання
основних активів (Net Fixed Assets)

Інші активи (Other Assets)

Всі активи (Total Assets)

Примітки:

(Footnotes)

ПАСИВИ (Liabilities)

Поточні пасиви (Current Liabilities)

Довгострокові пасиви (Long Term Liabilities)

Усі пасиви (Total Liabilities)

ВЛАСНИЙ КАПІТАЛ

Приватні вклади засновників чи

акціонерів, нерозподілений прибуток і т. п.

(Net Worth (Total Assets Minus Total Liabilities)
or Owner's Equity)

Усі пасиви та вклади

(Total Liabilities and Owner's Equity)

Примітки:

(Footnotes)

Основні активи: земля, споруди власні й орендовані, обладнання, інші засоби, що використовуються під час здійснення комерційної діяльності і мають життєвий цикл більше одного року.

Інші активи – це нематеріальні активи: патенти, авторські права, ексклюзивні контракти, векселі до отримання персоналу фірми.

Поточні пасиви: кредиторська заборгованість, векселі до оплати, акумульовані непогашені затрати, витрати до оплати (фонд заробітної плати, податки на заробітну плату), податок на прибуток, поточна частка за довгостроковою заборгованістю, інші зобов'язання, термін оплати яких настає в межах поточного року.

Довгострокові пасиви: застави, іпотеки, позики під нерухомість, витрати на передачу на зберігання трастових договорів, середньострокові та довгострокові банківські позики, позики від обладнання (можуть входити до статті «Поточна частка за довгостроковою заборгованістю»).

Для аналізу основного балансу застосовуються такі відносні показники:

1. Відношення оборотного капіталу до короткострокової заборгованості відображає рівень ліквідності фірми і розраховується шляхом ділення величини поточних активів на величину поточних пасивів. Отриманий коефіцієнт повинен бути не нижчим 2,0.

2. Відношення касової готівки та дебіторської заборгованості до поточних зобов'язань фірми відображає рівень ліквідності фірми і розраховується шляхом ділення величини найбільш ліквідної частини активів (готівка, акції, поточна дебіторська заборгованість) на величину поточних пасивів. Отриманий коефіцієнт повинен бути не нижчим 1,0.

В. Баланс беззбитковості. Забезпечує розрахунок продажу підприємства на основі принципу беззбитковості, тобто коли витрати та доходи взаєморівноважуються. Тут діє правило: ріст продажу не обов'язково збігається з ростом прибутку.

Розрахунок беззбитковості може бути проведений як для підприємства, спеціалізованих на виробництві та продажі одного виду продукту, так і для багатопрофільних, за одним принципом аналізу. Формула для розрахунку ефективності така:

$$S = FC + VC,$$

де: S – рівень ефективності продажу (у дол. США),

FC – постійні витрати (затрати у дол. США),

VC – змінні витрати (затрати у дол. США).

Розраховуючи проектну ефективність при невідомій величині зміни витрат, слід використовувати похідну від основної формули:

$$S = FC/GM = \text{прибуток/продаж} \cdot 100\%,$$

де: *GM* – валовий прибуток, визначений як процент від продажу.

Для більшої наочності розрахунків, які проводяться у межах аналізу беззбитковості, доцільною є побудова діаграм для постійного аналізу динаміки показників.

Г. Звіт про результати господарської діяльності (ЗРГД) служить додатком до загального балансу. ЗРГД дає змогу аналізувати поточну комерційну діяльність через контроль динамічних показників окремих ситуацій.

Основне правило аналізу ЗРГД: якщо відхилення реальних показників господарської діяльності від розрахункових більше 20% – потрібно повністю переробити прогноз.

Однак форма ЗРГД завжди залишається стандартною.

Зразок ЗРГД:

I. Чистий продаж.

II. Вартість продажу.

III. Валовий прибуток.

IV. Загальні витрати:

заробітна плата

податок на заробітну плату та пенсії

оренда

споруди

експлуатаційні витрати (у т.ч. поточний ремонт)

запаси

поштові витрати

транспортні витрати

страхування

юридичні витрати та бухгалтерський облік

амортизація

інші витрати.

V. Інші витрати:

проценти за кредитами.

VI. Усього витрат.

VII. Прибуток до вирахування податків.

VIII. Податки.

ІХ. Чистий прибуток.*Деталізація:*

I. Чистий продаж: валовий продаж мінус повернений товар і знижки.

II. Вартість продажу включає вартість інвентаря.

III. Валовий прибуток: (I – II). Відображає валовий прибуток із продажу без врахування непрямих затрат.

IV. Загальні витрати – це вартість, що відображає рівень продажу.

V. Інші витрати – це неопераційні витрати (насамперед проценти за кредитами).







VI. Усього витрат – це сума (IV + V).

VII. Прибуток до вирахування податків: (III – VI).

VIII. Податки – це сфера діяльності бухгалтера.

IX. Чистий прибуток: (VII – VIII).

ЛІТЕРАТУРА

-  *Бутинець Ф.Ф. та ін.* Облік і аналіз зовнішньоекономічної діяльності. – Житомир: ПП «Рута», 2001.
-  *Кредісов А.І. та ін.* Управління зовнішньоекономічною діяльністю. – К.: ВІРА-Р, 1998.
-  *Сухарський В.С.* Економічний словник-довідник. – Тернопіль: Навчальна книга – БогДан, 2001.
-  *Сухарський В.С.* Зовнішньоекономічна діяльність: організація, технологія, практика, управління. – Тернопіль: Астон, 2006.
-  *The marketing research project manual.* – Texas, 1991.
-  *Understanding Market Economics.* – RFE, 1993.

РОЗДІЛ 12

МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ ДЛЯ ВИХОДУ НА ЗОВНІШНІЙ РИНОК

Тема 1. Необхідність маркетингових досліджень.

Тема 2. Сутність маркетингових досліджень.

- 2.1. Маркетингові дослідження.
- 2.2. Вивчення товару.
- 2.3. Вивчення покупця.
- 2.4. Вивчення ринку.
- 2.5. Вивчення навколишнього середовища.

Тема 3. Основні напрямки досліджень.

- 3.1. Середовище міжнародного маркетингу.
- 3.2. Система міжнародної торгівлі.
- 3.3. Економічне середовище.
- 3.4. Політико-правове середовище.
- 3.5. Культурологічне середовище.

Тема 4. Спеціалізовані маркетингові підприємства.

Тема 1. Необхідність маркетингових досліджень

Для проведення маркетингових досліджень на зовнішньому ринку фірми спонукають різні причини: послаблення можливостей збуту чи зміна кон'юнктури на зовнішньому ринку. Це може бути спричинене сповільненням темпів росту валового національного продукту, урядовою антипідприємницькою політикою, введенням непомірного податкового обов'язку, державним стимулюванням підприємців до виходу за кордон для збільшення надходжень іноземної валюти та скорочення зовнішньоторгового дефіциту. А з іншого боку, підприємства можуть бути залучені до зовнішньоторгової діяльності у зв'язку зі зростанням можливостей, які відкриваються для їхніх товарів в інших країнах.

В умовах інтернаціоналізації господарського життя у світову торгівлю задіяні всі країни. Для підприємства цих країн міжнародний маркетинг є умовою їх активної діяльності.

Активно займаються міжнародним маркетингом транснаціональні корпорації. Серед них такі відомі американські компанії, як

«Ексон», «Тексако», «Сітікорп», «Мобіл», а також концерни «Роял датч-Шелл», «Брітш петролеум», «Філіпс», «Фольксваген», «Соні», «Мерседес-Бенц» та ін. Актуальним є розвиток міжнародного маркетингу і для українських підприємств, які займаються зовнішньоекономічною діяльністю. Активні в цьому «Торчин продукт», «Оболонь» та інші. Окрім того, інтеграція України у світове господарство є одним з найважливіших чинників вирішення її насустих економічних, соціальних і політичних проблем.

Тема 2. Сутність маркетингових досліджень

2.1. Маркетингові дослідження.

Будь-яке господарське рішення треба приймати з огляду на результати аналізу ринкової ситуації та тенденцій її зміни. Це визначає місце та значення дослідницької функції маркетингу, оцінки факторів, від яких залежить успіх виробничої та ринкової політики підприємства.

Йдеться не просто про вивчення ринку, а про систему **комерційних досліджень**, про всю сукупність проблем, пов'язаних із втіленням у життя ринкової концепції управління. Відомий американський вчений **Філіп Котлер** сутність цих досліджень виразив так: **«Маркетингові дослідження – систематичне визначення кола даних, необхідних у зв'язку з маркетинговою ситуацією, яка стоїть перед фірмою, їх збір, аналіз і звіт про результати».**

Маркетингові дослідження стали **альфою й омегою** підприємницької діяльності. Більшість великих підприємств мають власні відділи маркетингових досліджень. Серед співробітників відділу – розроблювачі планів досліджень, статистики, соціологи, психологи, спеціалісти з моделювання.

Головним завданням маркетингових досліджень є розробка основних напрямків і методології ринкових досліджень, визначення характеру та джерел необхідної інформації, здійснення контролю конкретних дослідницьких програм, узагальнення отриманих результатів і підготовка необхідних рекомендацій.

Можна виділити найтипівіші завдання, на вирішення яких вони спрямовані: вивчення характеристик ринку, аналіз розподілу часток ринку між підприємствами; аналіз збуту; вивчення ділової активності; вивчення товарів конкурентів; короткострокове прогнозування;

довгострокове прогнозування; вивчення політики цін.

Проблематику, пов'язану з дослідницькою функцією маркетингу, можна звести до двох основних груп. **Перша** – вивчення ринків збуту – передбачає вивчення товарів і товарного асортименту, дослідження споживання та покупців і, нарешті, аналіз самих ринків. **Друга** – вивчення збуту, тобто маркетингових операцій. Аналіз збуту забезпечує керівництво даними торгової статистики, погрупованими за різними ознаками, що дає змогу виявити найсуттєвіші аспекти нинішніх і минулих досягнень у сфері продажу. Одним із головних чинників, що впливають на рівень отриманого прибутку, є обсяг продажу, а також валовий прибуток.

2.2. Вивчення товару.

Під **вивченням товару** розуміють ті напрямки товару, які мають на меті відповісти на питання: наскільки товари, що виробляються або вироблятимуться даним підприємством, відповідають потребам, смакам, бажанням споживача. «Товар – це комплекс властивостей речі», предметом аналізу товару є його споживчі властивості, достоїнства.

Рівень важливості подібного аналізу не однаковий і залежить від природи товару, його місця у споживанні, від умов виробництва.

При виробництві більшості товарів тривалого користування ступінь відповідності товарного асортименту характерові платоспроможного попиту набуває особливо важливого значення.

При опитуванні покупців із метою з'ясування їхнього ставлення до споживчих характеристик товару використовуються диференційовані методи оцінок. Широко застосовується так звана **шкала Озгуда**, за допомогою якої можна виразити як найкраще, так і найгірше ставлення до товару. Вона має такий вигляд:

хороший 1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 – 7 поганий,

де: 1 означає чудовий, 2 – дуже хороший, 3 – хороший, 4 – посередній, 5 – поганий, 6 – дуже поганий, 7 – ні для чого не придатний. Відповіді покупців сумуються і виводиться загальна купівельна оцінка, яка тим вища, чим нижча сума балів.

Цей метод дає змогу швидко і з невеликою затратою зусиль і коштів отримати дані про ставлення покупців до товару чи оцінки його окремих характеристик. Цим же способом з'ясовується став-

лення споживачів до продукції підприємства, до різних методів реклами товару, до способів його демонстрації у торговому залі та ін.

Подібним чином побудована і 10-бальна система оцінок, розроблена **Я. Стейпелем**. Вона дає точніше уявлення про достоїнства та недоліки товарів. Споживачам пропонується набір значень, які характеризують товар (хороший, сучасний, елегантний, надійний і т.д.), і вони повинні оцінити, наскільки кожне з цих означень відповідає їхньому ставленню до товару. Повний збіг оцінки покупця з даним означенням позначається +5, повне розходження – -5. Між двома полюсами зазвичай і містяться оцінки опитуваних. Ці оцінки потім сумуються й аналізуються.

2.3. Вивчення покупця.

Головною метою **вивчення покупця** є виявлення та детальне дослідження тих категорій осіб (покупців і споживачів), котрим адресована продукція підприємства, а також їхніх звичок і мотивів, якими вони керуються у своїй поведінці на ринку. Дослідження такого типу передбачають аналіз основних суб'єктивних та об'єктивних чинників. Вивчення охоплює демографічну характеристику покупців, розподіл доходу, соціальні фактори, які впливають на поведінку даної групи населення, психологію. Ці напрямки об'єднуються у поняття **«дослідження мотивацій»**.

Успішна реалізація політики ринкової сегментації передбачає знання того, хто саме є споживачем продукції підприємства. При цьому головним критерієм часто виступає розподіл споживачів за рівнем доходів і соціальним становищем.

Отже, вивчення споживача передбачає досить широке коло досліджень. Це і є вивчення покупців продукції підприємства і дослідження чинників, що формують попит на даний товар, різноманітні соціально-психологічні фактори, які визначають особливості різних груп і категорій покупців. Інформаційно-методичною основою сегментації ринку та типології споживачів є панельні обстеження. **Споживацька панель** – це вибіркова сукупність споживачів, призначена для систематичних спостережень за попередньо розробленими програмами.

2.4. Вивчення ринку.

Під **вивченням ринку** розуміється дослідження галузевих, ре-

гіональних, товарних ринків і ринків покупців. Основна мета такого дослідження – визначити потенціал продажу та скласти прогноз на майбутнє. Для визначення цих перспектив підприємства зазвичай проводить дослідження у таких напрямках:

- **ємкість ринку**, тобто аналіз поточного суспільного попиту на товар;
- **характеристика ринку** даного товару, аналіз стану ринкової конкуренції;
- **тенденція зміни ємкості ринку** та соціально-економічних факторів;
- **прогноз продажу** частки товарного ринку, яку компанія планує контролювати у майбутньому;
- **аналіз регіональних ринків**.

До цього належить досить широке коло досліджень і насамперед вивчення приросту та міграції населення, пов'язаних із цим змін у купівельній спроможності мешканців даної території.

У системі комплексного вивчення ринку оцінка перспективності збуту товару на певному ринку здійснюється на основі детального аналізу покупців і товарного асортименту.

Маркетингові дослідження на зовнішньому ринку не обмежуються аналізом покупців, товарів і ринків. Значну увагу приділяють також оцінці ефективності системи маркетингу загалом та її основних частин, пошуками оптимального поєднання всіх факторів ринкового успіху.

2.5. Вивчення навколишнього середовища.

Учаснику міжнародного ринку потрібно розібратися у зарубіжному середовищі та іноземних інституціях і бути готовим для перегляду фундаментальних уявлень про те, як люди реагують на спонукальні прийоми маркетингу. **Навколишнє середовище слід розглядати як складову комплексу маркетингу.** З огляду на це комплекс маркетингу можна визначити як сукупність взаємопов'язаних елементів, що використовуються для задоволення потреб конкретного ринку або його частини (сегмента) з урахуванням даного оточення (політичного, культурного, економічного, інституційного).

Для правильної побудови комплексу маркетингу необхідно, щоб кожен із внутрішніх елементів був узгоджений із кожним зовнішнім.

Тема 3. Основні напрямки досліджень

3.1. Середовище міжнародного маркетингу.

Із виходом підприємства на зарубіжні ринки їй необхідно багато. Воно мусить розібратися в особливостях міжнародного маркетингового середовища. За останні десятиліття середовище зазнало багатьох змін. До найсуттєвіших із них належать: інтернаціоналізація світової економіки; становлення міжнародної фінансової системи, яка забезпечує вільнішу конвертованість валют; зростання кількості торгових бар'єрів, що створюються для захисту внутрішніх ринків від іноземної конкуренції; відкриття нових великих ринків (ринки КНР, арабських і постсоціалістичних країн тощо).

3.2. Система міжнародної торгівлі.

Підприємство повинно розібратися як в обмеженнях, так і в можливостях системи міжнародної торгівлі. У своїх спробах організувати збут в іншій країні вона наштовхнеться на різноманітні обмеження. Найпоширенішим із них є **митний тариф**. Митний тариф може мати на меті збільшення надходжень (фіскальний тариф) чи захист інтересів вітчизняних підприємств (протекціоністський тариф), експортер може зустрітися з квотою.

Не сприяє торгівлі і **валютний контроль**, за допомогою якого регулюють обсяги готівки в іноземній валюті та її обмінний курс на інші валюти.

Перед фірмою виникає й низка **нетарифних бар'єрів**, зокрема дискримінація її пропозицій і наявність виробничих стандартів, дискримінаційних щодо її товарів.

3.3. Економічне середовище.

Плануючи вихід на зарубіжні ринки, необхідно вивчити економіку країни, що цікавить. Основне завдання – класифікувати світовий ринок за групами країн, схожих за своїм економічним середовищем.

Привабливість країни як експортного ринку залежить від двох характеристик. Перша з них – це структура господарства. Виділяють чотири типи господарських структур.

Країни з економікою типу натурального господарства. У межах такого типу економіки більшість населення займається найпростішим сільськогосподарським виробництвом. Більшу частину

своїї продукції вони споживають самі. У таких умовах експортер має мало можливостей. Цей тип економіки характерний для найменш розвинутих країн, яких сьогодні налічується більше 40.

Країни-експортери сировини. Дані країни багаті одним чи кількома видами природних ресурсів, зате обділені в інших відношеннях. Подібні країни є хорошими ринками збуту обладнання для видобутку, інструментів і допоміжних матеріалів, навантажувально-розвантажувального обладнання, вантажних автомашин.

Країни, що промислово розвиваються. У цих країнах обробна промисловість дає вже від 10 до 20% валового національного продукту. Ці країни все більше покладаються на експорт текстильної сировини, сталі та виробів важкого машинобудування.

Промислово розвинуті країни. Переважно ця категорія країн є основним експортером промислових товарів. Вони торгують промисловими товарами між собою. Великий розмах і різноманітність виробничої діяльності роблять промислово розвинуті країни з їх потужним середнім класом багатими ринками збуту для будь-яких товарів.

Другий економічний показник – **характер розподілу доходів у країні.** За характером розподілу доходів країни можна класифікувати на такі групи:

- 1) країни з дуже низьким рівнем сімейних доходів;
- 2) країни з переважно низьким рівнем сімейних доходів;
- 3) країни з дуже низьким і дуже високим рівнем сімейних доходів;
- 4) країни з низьким, середнім і високим рівнями сімейних доходів;
- 5) країни з переважно середнім рівнем сімейних доходів.

3.4. Політико-правове середовище.

Будь-які країни відрізняються одна від одної і своїм політико-правовим середовищем. Слід враховувати щонайменше чотири фактори.

Ставлення до закордонних закупок. Окремі країни ставляться до таких закупок досить прихильно, інші – різко негативно.

Політична стабільність. Стабільність країни в майбутньому – ще одна проблема. Часта зміна уряду, різка переміна політичного курсу можуть спричинити конфіскацію власності іноземної фірми, блокування її валютних резервів, введення імпорتنих квот чи нового оподаткування.

Валютні обмеження. Іноді уряди блокують власну валюту чи забороняють її переведення в будь-яку іншу.

Державна машина. Вказаний чинник визначає ступінь ефективності системи допомоги іноземним компаніям з боку держави, що їх приймає. Це наявність ефективної митної служби, достатньо повної ринкової інформації та інших факторів, які сприяють підприємницькій діяльності.

3.5. Культурологічне середовище.

У кожної країни свої звичаї, свої правила, свої заборони. Перш ніж розпочати розробку маркетингової програми, треба з'ясувати, як сприймає зарубіжний споживач ті чи інші товари і як він їх використовує.

Таким чином, **вивчення зовнішнього ринку передбачає проведення досліджень, які охоплюють широкий спектр проблем.** Фірми, що вдало використовують результати цих досліджень, мають цілком очевидні переваги у конкурентній боротьбі. Тому за аналізом цілей, напрямків, конкретних методів дослідження ринку на базі маркетингових служб промислових і торгових компаній доцільно розглядати масштаби й організацію вивчення ринку в межах спеціалізованих дослідницьких підприємств.

Тема 4. Спеціалізовані маркетингові підприємства

Поширення ринкової концепції управління в останні десятиліття спричинило виникнення **цілої індустрії дослідження ринку.** Вивчення ринку перетворилося у досить вигідну сферу вкладання капіталу, виникло багато спеціалізованих підприємств і агентств, що надають свої послуги на комерційній основі.

Інформація зазвичай поділяється на вихідну статистичну інформацію та вторинну – у вигляді конкретних результатів досліджень та опитувань, різноманітних рекомендацій, прогнозів і т.п.

В окремих випадках кінцеві споживачі **ринкової інформації** передоручають виконання дослідницьких робіт комерційним фірмам, роль яких постійно зростає. На відміну від кабінетних досліджень, пов'язаних з аналізом доступної статистичної та ринкової інформації, які можна провести на промислових підприємствах, польові дослідження передбачають проведення різноманітних обстежень і опитувань покупців, торгівців.

Дослідницькі підприємства розрізняються за характером і обсягом наданих послуг. Найпростішим типом є бюро консультацій.

Дослідницькі підприємства – це великі організації, які налічують від кількадесят до кількесот працівників, із філіями у різних містах і за кордоном. Більшість із них є спеціалізованими установами (причому ця спеціалізація набуває найрізноманітніших форм).

У схемі дослідження ринку, як і в будь-якій іншій галузі економіки, панує жорстока конкуренція.

Наслідком гострої конкуренції у сфері дослідницького бізнесу є хвиля злиття та поглинання, що супроводжується змінами в профілі діяльності підприємства.

Форми зв'язків і співпраці міжнародних дослідницьких агентств із місцевими дослідницькими підприємствами служать для експортерів джерелом отримання досить цінної з погляду конкурентної боротьби інформації про тенденції в економіці тієї чи іншої країни, про освоєння та планування виробництва нових товарів, про перспективи їх збуту.

Крупні універсальні підприємства визначають сучасне обличчя дослідницького бізнесу. Впровадження «філософії маркетингу» в організацію самих маркетингових досліджень, що підлягають збуту на комерційній основі, надає таким підприємствам достатньої гнучкості. Швидко зростаючі потреби компаній, котрі усвідомлюють переваги ринкової концепції управління, у вихідних даних й особливо в результатах конкретних ринкових досліджень, які проводять за їхніми замовленнями висококваліфіковані працівники спеціальних підприємств і агентств, забезпечують останнім досить прибуткове поле для діяльності.

ЛІТЕРАТУРА

- 📖 Беклешов Д., Бердников А. Основы коммерческой деятельности на внешнем рынке. – М., 1990. – Вып. 1: Внешнеторговые операции и техника их осуществления.
- 📖 Котлер Ф. Основы маркетинга: Пер. с англ. – М., 1990.
- 📖 Кредісов А.І. та ін. Управління зовнішньоекономічною діяльністю. – К.: ВІРА-Р, 1998.
- 📖 Маркетинг / Упоряд., вступ. ст. А. Кредісова. – К., 1994.
- 📖 Савельєв Є.В. Маркетинг нового продукту. – К., 1994.
- 📖 Спицzen Й.О., Спицzen Я.О. Маркетинг в банку. – Тарнекс, Пис-

пайп, 1993.

- 📖 Сухарський В.С. Економічний словник-довідник. – Тернопіль: Навчальна книга – БогДан, 2001.
- 📖 Сухарський В.С. Менеджмент (загальний з основами спеціального). – Тернопіль: Астон, 2004.
- 📖 Сухарський В.С. Зовнішньоекономічна діяльність: організація, технологія, практика, управління. – Тернопіль: Астон, 2006.

РОЗДІЛ 13

ПОЛІТИКА ЦІН НА ЗОВНІШНЬОМУ РИНКУ

- Тема 1. Ціновий механізм регулювання міжнародних економічних відносин.**
- Тема 2. Мета цінової політики.**
- Тема 3. Цінова стратегія підприємства.**
- Тема 4. Види і функції експортних цін.**
- Тема 5. Вплив ціни на обсяг експорту-імпорту.**
- Тема 6. Практика регулювання експортних (імпортних) цін державою.**
- Тема 7. Ціни зовнішньоторговельних контрактів.**
 - 7.1. Одиниці виміру ціни.**
 - 7.2. Базис ціни.**
 - 7.3. Валюта ціни.**
 - 7.4. Фіксація ціни.**
 - 7.5. Технічні поправки.**
 - 7.6. Комерційні поправки.**

Тема 1. Ціновий механізм регулювання міжнародних економічних відносин

Найбільш складними розрахунками, що потребують високої кваліфікації працівників, є розрахунки за міжнародними торговельними контрактами. Від вибору форм та умов розрахунків залежить швидкість і гарантія отримання платежу, сума затрат, пов'язаних з проведенням операцій. Тому зовнішньоторговельні партнери в процесі переговорів узгоджують деталі умов платежу, а потім закріплюють їх у контракті. При складанні валютно-фінансових і платіжних умов контрактів зазвичай проявляється протилежність інтересів експортера, який намагається отримати максимальну суму вимоги в найкоротший термін, та імпортера, зацікавленого у виплаті найменшої суми валюти, прискорення отримання товару і відстрочці платежу до моменту його кінцевої реалізації. Вибір валютно-фінансових та платіжних умов операцій також залежить від характеру економічних та політичних відносин між країнами, співвідношення сил контрагентів, їх компетенції, а також від традицій та зви-

чаїв торгівлі даним товаром. Міжурядові угоди встановлюють загальні принципи розрахунків, а для зовнішньоекономічних контрактів чітко формулюють детальні умови. Ці умови включають наступні головні елементи:

- **валюту ціни;**
- **валюту платежу;**
- **умови платежу;**
- **засоби платежу;**
- **форми розрахунків;**
- **банки, через які ці розрахунки будуть здійснюватися.**

Від вибору валюти ціни і валюти платежу залежить до певної міри валютна ефективність операції. Експортні та імпорتنі контрактні ціни бувають різними і залежать від включених у них додаткових видатків по мірі переходу товарів від експортера до імпортера, перебування на складі країни-експортера, шляху до порту, знаходження в порту, шляху за кордон, складування за кордоном, доставки товару імпортеру. Існує **п'ять основних способів визначення цін товарів.**

1. **Тверда фіксація цін** при заключенні контракту, при якій ціни не змінюються в період його виконання. Цей спосіб застосовується при тенденції до зниження цін на світових ринках.

2. **При підписанні контракту фіксується принцип визначення ціни** (на основі котувань того чи іншого товарного ринку на день поставки), а сама ціна встановлюється в процесі виконання угоди. Цей спосіб зазвичай практикується при тенденції до підвищення рівня ринкових цін.

3. **Ціна твердо фіксується** при заключенні контракту, але змінюється, якщо ринкова ціна змінюється порівняно з конкретною в розмірі, який перевищує 5%.

4. **Ковзаюча ціна** в залежності від змін елементів витрат, наприклад, при замовленні обладнання. В умовах високої кон'юнктури в інтересах замовника вводяться обмеження (загальна межа зміни цін або розширення «ковзання» ціни лише на частину витрат і короткий період).

5. **Змішана форма:** частина ціни твердо фіксується, частина встановлюється в ковзаючій формі.

Валюта платежу – валюта, в якій повинне бути здійснене зобов'язання імпортера (або боржника). При нестабільності валютних курсів ціни фіксуються в найбільш стабільній валюті, а платіж –

зазвичай у валюті країни-імпортера. Якщо валюта ціни і валюта платежу не співпадають, то в контракті це узгоджується.

Валюта ціни – валюта, в якій визначається ціна на товар. При виборі валюти, в якій фіксується ціна товару, велике значення має вид товару і фактори, що впливають на міжнародні розрахунки, перераховані вище, особливо умов міжурядових угод, міжнародні звичаї. Іноді ціна контракту вказується в декількох валютах (двох чи більше) чи стандартному валютному кошику (СДР, євро) з метою страхування валютного ризику.

При різній валюті ціни на валютні платежі в контракті узгоджуються з курсом перерахунку першої в другу (або згідно з паритетом, який фіксується МВФ, або за ринковим курсом валют). У контракті встановлюються **умови перерахунку**:

1) курс певного виду платежу – телеграфного переводу за платежами без витрат чи векселя по розрахунках, пов'язаних з кредитом;

2) уточнюється час коректування (наприклад, напередодні чи в день платежу) на певному валютному ринку (продавця, покупця чи третьої країни);

3) обговорюється курс, за яким здійснюється перерахунок: звичай середній курс, іноді курс продавця чи покупця на відкриття (закриття) валютного ринку чи середній курс дня.

Неспівпадання валюти ціни і валюти платежу – один з найпростіших методів страхування валютного ринку. Якщо курс валюти ціни (наприклад, долара) знизився, то сума платежу (в гривнях) пропорційно зменшується, і навпаки. Ризик зниження курсу валюти ціни несе експортер (чи кредитор), а ризик її збільшення – імпортер (чи, відповідно, боржник).

Умови платежу – важливий елемент зовнішньоекономічних угод. Серед них розрізняють: готівкові платежі, розрахунки в кредит, кредит з опціоном (правом вибору) готівкового платежу.

Поняття готівкових платежів у міжнародних розрахунках розуміється як оплата товарів після їх передачі (відвантаження) покупцю чи платіж проти документів, які підтверджують відвантаження-товару згідно умов контракту. Однак, у сучасних умовах у більшості випадків товар прибуває в країну імпортера раніше документів, які підлягають оплаті, і покупець може отримати товар до його проплати, як правило, під трастову розписку, банківську гарантію. Таким чином, платіж фактично здійснюється після прибуття товарів у порт

призначення, за винятком платежів перед повідомленням про відвантаження товару. **Традиційно**, в залежності від домовленості контрактів, а також специфіки товарів, що продаються, імпортер здійснює платіж на певній стадії: після отримання підтвердження про завершення завантаження товару в порту відправлення; проти комплекту товарних документів (розрахунок-фактура, коносамент, страховий поліс та ін.), іноді з правом відстрочки платежу на 5-7 днів, а по поставках нафти – 30 днів; проти прийому товарів імпортером у порту призначення. **В залежності від виду товару** іноді застосовують змішані умови розрахунків: частково – платіж проти вручення товарних документів; завершально – після прийому товарів, по прибутті в порт призначення так як вони могли погіршитися в період транспортування.

Міжнародні розрахунки переплітаються з обміном валют і наданням кредиту зовнішньоекономічним партнером. У цьому проявляються зв'язок міжнародних валютно-кредитних і розрахункових операцій. Розрахунки за товари у формі комерційного кредиту можуть поєднуватися із готівковими платежами, коли певний процент вартості сплачується перед наданням комерційних документів, а решта – через встановлений у контракті період часу. Крім комерційного кредиту, на окремих етапах виконання зовнішньоторгового контракту сторони можуть також кредитувати один одного, наприклад, при платежах у формі авансу імпортер кредитує експортера, а при розрахунках на відкритому рахунку – постачальник кредитує покупця.

Альтернативна форма умов платежу – кредит з опціоном готівкового платежу. Якщо імпортер використовує право відстрочки платежу за купленим товаром, то він уже не може розраховувати на знижку, яка б надавалася при готівковій проплаті. Розрахунки здійснюються за допомогою різних засобів платежу, що використовуються в міжнародному обороті, – векселів, протилежних доручень, банківських переказів (поштових і телеграфних), чеків, пластикових карточок. Іноземні інструменти – чеки, векселі (прості та перевідні) та інші кредитні засоби обороту, які підлягають оплаті в іншій країні, де вони депонувались. Найбільш складною частиною умов платежу є вибір форми платежів і формування деталей проведення розрахунків. Ув'язка протилежних інтересів контрагентів у міжнародних економічних відносинах і організація їх платіжних відносин реалізуються шляхом застосування різних форм розрахунків.

Тема 2. Мета цінової політики

Цінова стратегія підприємства на зовнішньому ринку починається з визначення власного підходу до концепції ціни.

Цінова політика – це встановлення таких цін, щоб: а) оволодіти певною часткою ринку, б) розширити обсяг продажу, в) отримати плановий обсяг прибутку, тобто забезпечити реалізацію товару в певній фазі його життєвого циклу.

Аналіз можливостей проникнення на **цільовий** ринок підприємство починає насамперед із дослідження ринку пропозиції і власного товару.

На світовому ринку склалася певна **структура цін**, що визначається і підтримується великими підприємствами-виробниками та експортерами товарів у галузі, а дрібні та середні компанії використовують зважену цінову політику «слідування за лідером».

Особливості дії закону попиту та пропозиції, транснаціональний характер товарного виробництва суттєво змінили характер, принципи та форми конкуренції. На зміну їй прийшли **«нетрадиційні»** форми конкурентної боротьби – рекламна конкуренція, конкуренція специфікацій і післяпродажного обслуговування і т.п. Зміна пріоритетів конкуренції пов'язана з усвідомленням підприємствами безперспективності політики, від якої зазнають збитків усі без винятку суб'єкти ринку.

Тема 3. Цінова стратегія підприємства

Практика великих компаній свідчить про використання ними у своєму господарському житті чотирьох основних стратегій. Це:

- орієнтація на низькі витрати;
- унікальність характеристик товарів, що виробляються;
- змішана стратегія;
- пристосування до цінової стратегії сильної в інноваційному плані підприємства.

Механізм визначення ціни товару на **першому етапі** включає порівняння заданих характеристик з кращими та гіршими галузевими показниками. Ця операція проводиться у відділі маркетингу підприємства за певною схемою (таблиця 23).

Таблиця 23

Порівняння галузевих показників при визначенні ціни товару

Характеристики	Кращі галузеві показники	Гірші галузеві показники
Якість	Вихід браку – 1%	Вихід браку – 10%
Час доставки споживачу	Протягом першого тижня	Протягом двох тижнів
Функціонування збутової мережі	Доставка товару та супутнього товару	Доставка товару
Темпи оновлення продукції	Високі витрати	Низькі витрати
Навчання персоналу споживачів	На першу вимогу споживача	На момент купівлі
Післяпродажне обслуговування	На місці у споживача	На фірмі-продуценті

На другому етапі підприємства здійснює поетапну розробку продажних цін, в яку входять:

1. Калькуляція витрат виробництва й обігу.
2. Аналіз ринкових цін і їхніх коливань, вплив конкуренції на ціни.
3. Встановлення цінових меж – верхньої та нижньої.
4. Оцінка продажу.
5. Визначення різновиду цінової політики.
6. Калькуляція цінової структури.
7. Визначення продажних цін, з огляду на умови платежу, вартість упаковки, транспортні витрати і т.п. У розрахунку продажних цін використовується така формула:

$$Ц = B / (1 - П),$$

де: Ц – продажна ціна,

B – витрати виробництва й обігу,

П – планований прибуток.

Наприклад,

B = 70 дол. США.

П = 30%.

Отже,

$$Ц = 70 / (1 - 0,3) = 100 \text{ дол. США.}$$

Компанії при виході на новий ринок та його освоєнні детально розраховують витрати та прибутки.

У період встановлення зовнішньоторгових цін зарубіжні підприємства застосовують два підходи: **середньозатратний і маржинальний** (граничний).

У розрахунок ціни при **середньозатратному** підході входять **постійні та змінні витрати**. В основі **маржинального** підходу лежать **додаткові витрати** на випуск додаткової одиниці продукції, що можна виразити такою формулою:

$$MC = DC/DX,$$

де: MC – величина граничних витрат,

DC – приріст сукупних витрат,

DX – приріст обсягу виробництва.

При **маржинальному** підході встановлюється оптимальне співвідношення величин граничних витрат, граничного доходу та ціни. Теоретично оптимальне становище на монополізованих ринках досягається при рівності граничних витрат і ціни товару. Це можливо при високій еластичності попиту. Зі зростанням монополізації еластичність попиту знижується. У результаті точка оптимуму зсувається до позначки, де граничні витрати дорівнюють граничному доходу. Підприємство отримує великий прибуток, оскільки величина граничного доходу менша від ціни реалізації.

Основним підходом до встановлення зовнішньоторгових цін є **маржинальний підхід**, адже у витратах невпинно знижується частка прямих витрат на робочу силу і зростає частка накладних витрат, особливо реклами та послуг, що супроводжують продаж.

Обґрунтовуючи ціни, слід враховувати, що, **по-перше**, світовий ринок має досить складну олігополістичну структуру.

По-друге, знизилася значення масового виробництва товарів великих обсягів. На зміну йому прийшло серійне виробництво продукції невеликих партій. Уніфікація товарної пропозиції, скорочення життєвого циклу товарів, прискорення змін товарного попиту змінило строки реалізації конкретної цінової стратегії підприємства.

По-третє, цінові коливання та масштаби відхилень цін пропозицій від середньозважених цін світового ринку свідчать про чітко

сформовану тенденцію до ділення ринків на «еластичні» та «нееластичні» по відношенню до спіралі «ціни – попит – пропозиція».

З-поміж стратегій і методів цінової політики фірм на зовнішньому ринку можна виділити такі:

1. Встановлення цін на товар при виході на новий ринок. У ціновій стратегії підприємства цей метод називається «політикою проникнення» і полягає у завоюванні певної частки ринку, використовуючи низькі ціни. Цей метод має короткостроковий характер. Після закінчення (як правило, 1-2 місяці) ціни починають поступово зростати.

2. Встановлення цін на товар при введенні нового товару на ринок. За ціновій стратегії підприємства цей метод іменується як «метод знімання вершків»; передбачає початково максимальну високу ціну на товар і отримання максимально високої норми прибутку. Особливістю цього методу є його недовговічність і обмеженість у часі. Під тиском високих цін конкуренти створюють аналогічні товари та їх замітники, що сприяє зниженню ціни товару до середньозваженої.

3. Встановлення цін на товар з погляду захисту позиції. За ціновій стратегії підприємства цей метод застосовується, коли підприємство контролює певний сегмент ринку й основні зусилля спрямовує на поліпшення споживчих властивостей і за рахунок цього підвищує їхню ціну. У споживача при відповідній рекламі «накидка» на ціну викликає позитивну реакцію, оскільки береться до уваги той факт, що низька ціна – це незадовільна якість товару.

4. Встановлення ціни на товар із врахуванням послідовного проходження по сегментах ринку. Цей метод застосовується, коли фірма, займаючи міцні позиції на ринку, встановлює спочатку максимально високі ціни на товари, призначені для «покупців-новаторів». Отримавши «преміальні» на основі цих цін, фірма згодом знижує ціни на ринках з високою еластичністю попиту, розширюючи кількість потенційних покупців за рахунок розширення сегмента.

5. Встановлення цін на товар із врахуванням задовільного покриття витрат. Цей метод називається «політикою цільових цін», тобто таких, які протягом 1-2 років при оптимальному завантаженні виробничих потужностей (зазвичай 80%) забезпечують покриття витрат і розрахунковий прибуток на вкладений капітал (15-20%).

6. Встановлення цін на товар із врахуванням стимулювання комплексного продажу. Цей метод називається політикою «збиткового лідера». Йдеться про продаж не одиничних товарів, а комплексів. Тоді низька ціна одного товару покривається великою кількістю інших товарів, які продаються за вищою ціною, що забезпечує отримання запланованого прибутку.

Вживаються й інші методи, серед яких варто виділити такі:

1. Встановлення цін на основі закритих торгів – це розрахунок ціни з огляду на очікувані цінові пропозиції конкурентів, а не за показниками витрат і попиту. Використовується у боротьбі за підряд у процесі торгів.

2. Встановлення цін на основі відчутної цінності товару – це ціноутворення на основі сприйняття покупцем ціннісної значимості товару, а не витрат продавця.

3. Встановлення єдиної ціни з включеними у неї витратами на доставку – це визначення ціни за географічним принципом, коли фірма стягує зі всіх своїх замовників, незалежно від їх місцеперебування, одну і ту ж ціну, приплюсовуючи до неї витрати на доставку товару.

4. Встановлення зональних цін – це встановлення цін за географічним принципом, коли всі замовники у межах зони платять одну і ту ж сумарну ціну, а самі ціни з віддаленням від зони підвищуються.

5. Встановлення цін відповідно до базисного пункту – це встановлення цін за географічним принципом, коли продавець забірає те чи інше місто як базисний пункт і стягує зі всіх замовників транспортні витрати у сумах, що дорівнюють вартості доставки з цього міста незалежно від місця фактичного відвантаження товару.

6. Встановлення ціни ФОБ у місці виникнення товару – встановлення ціни за географічним принципом, коли товар передається перевізнику на умовах франко-вагон, а замовник оплачує всі витрати на транспортування від місцезрозташування підприємства до місця призначення.

Тема 4. Види і функції експортних цін

Ціна товару є однією із суттєвих умов контракту. Вона виражається числом грошових одиниць певної валюти за одну кількість (одиницю) товару, вказаного в контракті.

Основні питання, що виникають при встановленні ціни на товар:

- на які ціни орієнтуватися експорту при встановленні ціни попиту та імпорту при визначенні доцільності купівлі;
- як співвідноситься ціна товару з витратами на доставку товару покупцю;
- яким способом розрахувати ціну товару;
- як зафіксувати ціну в контракті;
- в якій валюті встановити ціну товару і в якій здійснювати платіж;
- як уникнути валютного ризику.

Питання ціноутворення на зовнішньому ринку, способи фіксації ціни в контракті та вибір валюти платежу розглядаються в спеціальних розділах контракту або в додатках до нього.

Ціна кожного товару встановлюється за певну одиницю виміру:

- за кількісну одиницю маси (тонну, кілограм і т.д.);
- за числову одиницю (десяток, дюжину, сотню і т.д.);
- за одиницю маси, з огляду на базисний вміст основної речовини у товарі (руди, концентрату, продукції на основі хімічних сполук), а також на коливання натуральної маси, вмісту побічних домішок і вологи.

До найбільш відповідальних елементів підготовки зовнішньоторгівельної угоди і контракту відносять аналіз поточних цін світового ринку і визначення рівня конкурентних цін. Така робота включає в себе: збір інформації про поточні ціни на світовому ринку, її систематизацію і аналіз, визначення тенденцій зміни ринкових цін і приведення їх до умов майбутньої конкретної угоди.

Вивчення цін світових товарних ринків вимагає чіткого уявлення про існуючі види цін у світовому господарстві.

У залежності від наявності проміжних ланок на шляху від виробника до споживача розрізняють **ціни виробників, оптові і роздрібні ціни.**

Ціни виробників відображають всі грошові затрати підприємства на виготовлення і реалізацію продукції.

При переході від цін виробника до оптових і далі до роздрібних ціни зростають за рахунок почергових націнок, які повинні покрити витрати оптового і роздрібного продавця і забезпечити їм певний прибуток. Чим більше посередників, тим більше і різних націнок. По окремих товарах витрати в збутових ланках можуть перевищувати ціни виробника.

Експортні ціни зазвичай нижчі від цін внутрішнього ринку, що пов'язано із гострою конкуренцією на світових ринках.

При аналізі динаміки цін і визначенні їх рівня зазвичай використовують ряд цінових різновидів: контрактні ціни, біржові котирування та аукціонні ціни, довідкові ціни, ціни преїскурантів, індексні, ціни пропозиції та ін.

Контрактні ціни відображають дійсний рівень цін на товар певної якості при відповідних умовах поставок і платежу.

Біржові котирування – ціни товарів, торгівля якими здійснюється на товарних біржах, є цінами реальних контрактів, здійснюваних на уніфікованих умовах стосовно якості, об'єму і термінів поставки, валюти платежу і т.д.

Ціни аукціонів близькі до котирувань біржі, так як відображають реальні ціни реальних угод.

Довідкові ціни – це ціни, що публікуються продавцями сировинних товарів, а також їх асоціаціями. Вони не відбивають реального рівня контрактних цін, відрізняючись на величину знижки, що надаються продавцями покупцю. На відміну від біржових котирувань, довідкові ціни публікуються рідше, їх точність як показника реального рівня цін нижча.

Преїскуранти і цінники містять ціни на готові вироби споживчого та виробничого призначення. Преїскурантні ціни, по суті, аналогічні довідковим на сировинні товари.

Ціни пропозиції. У відповідь на запит покупця, зацікавленого у придбанні товару, продавець направляє пропозицію про продаж, в якій містяться умови поставки, платежу та цін. Для багатьох товарів, особливо машин та обладнання, ціни пропозицій є, по суті, єдиним джерелом інформації про рівень цін на ринку. Ціни пропозицій відрізняються від контрактних цін, так як коректуються в ході переговорів. Однак, у цілому, ціни пропозиції також відображають рівень реальних цін, на відміну від преїскурантних та довідкових цін, оскільки при їх встановленні продавець враховує стан попиту, особли-

вості покупця, специфіку умов угоди і т.д.

Індекси цін представляють собою відносні показники, що характеризують динаміку цін, але вони, у свою чергу, не дозволяють взнати їх рівень.

При аналізі динаміки цін можуть враховуватися й інші показники, що відбивають тенденції в ціноутворенні на товарних ринках. Так, для правильного розуміння динаміки цін на ринках готових виробів, а також для визначення рівня цін можуть використовуватися опосередковані показники – **ціни на основні складові витрат виробництва** (дані про заробітну плату і продуктивність праці в галузі, що виробляють відповідні вироби, динаміку та рівень цін на матеріал і т.д.).

У практиці роботи на закордонних ринках розрізняють декілька видів цін у залежності від умов поставки і розподілу відповідальності за товар при передачі його від продавця покупцю.

1. Встановлення базової (вихідної) ціни:

- вибір цінової політики;
- дослідження кон'юнктури ринку;
- аналіз попиту на товар, що експортується;
- вибір методу ціноутворення;
- визначення величини витрат, пов'язаних з виробництвом і експортом товару;
- врахування психологічних аспектів сприйняття товару;
- врахування рівня конкуренції на цільовому сегменті світового ринку.

2. Встановлення кінцевої ціни з врахуванням комерційних умов поставки товару:

- врахування знижок;
- врахування базисних умов поставки;
- врахування виду команд розподілу;
- врахування «ковзання» ціни.

Таким чином, процес встановлення ціни на експортну продукцію складається з двох етапів: встановлення вихідної (базової) ціни і встановлення ціни з врахуванням комерційних умов поставки і техніко-економічних характеристик виробу.

Робота по встановленню ціни на експортну продукцію починається з визначення цілей, досягнення яких вона повинна забезпечити. Встановлення ціни повинно спиратися на дані аналізу

кон'юнктури, що склалася на цільовому сегменті ринку.

При встановленні вихідної (базової) експортної ціни необхідно вибрати метод ціноутворення, виходячи із змісту ціноутворення, політики, рівня конкуренції на цільовому сегменті ринку, специфіки техніко-економічних параметрів товару. В ціноутворенні на експортну продукцію часто використовуються наступні методи розрахунку поточних цін:

- 1) метод «поточні витрати + дохід»;
- 2) метод цільового доходу;
- 3) метод встановлення ціни з врахуванням попиту;
- 4) метод середньосвітових цін;
- 5) метод встановлення ціни на основі відчутної цінності товару;
- 6) встановлення ціни на міжнародному тендері;
- 7) визначення ціни на основі аналізу витрат.

У залежності від вибраного методу ціноутворення визначається величина тих чи інших видів витрат. У будь-якому випадку повинна оцінюватися середня величина поточних витрат, яка необхідна для прийняття рішення про доцільність функціонування на цільовому сегменті ринку.

Для врахування психологічних аспектів сприйняття ціни споживачами перевіряється відповідність рівня ціни традиціям, що склалися на цільовому сегменті світового ринку.

Завершальною процедурою встановлення вихідної ціни є **прогнозування** реакції конкурентів і аналіз її наслідків для експортера.

При встановленні кінцевої ціни обов'язково враховуються комерційні умови поставки. Реальна ціна, за якою здійснюється експорт товару, відрізняється від її вихідного рівня. В залежності від змісту комерційних умов поставки товару контрактна ціна відрізняється від вихідної в більшу чи меншу сторону.

При підготовці для визначення рівня поточної ціни необхідно проаналізувати ціни, що склалися в даний момент на ринку цього товару. Для аналізу цін застосовуються **порівняльний та розрахунковий методи**.

У складі **порівняльних методів** використовується аналіз біржових котирувань, аналіз аукціонних цін, аналіз довідкових та преїскурантних цін. При цьому припускається наявність достатньої цінової інформації, яка систематизується і приводиться в стан, що дозволяє зробити обґрунтований висновок про рівень цін на момент укла-

дання чи виконання угоди.

Розрахункові методи включають метод питомої вартості і метод наближеної калькуляції. Зазвичай їх застосовують при нестачі інформації про рівень цін і передбачають розрахунок за спеціальними формулами можливого рівня цін з врахуванням цін на аналогічні вироби, витрат на виробництво та інших показників. Застосування того чи іншого методу залежить від предмета майбутньої угоди.

У деяких випадках для визначення і перевірки цін на товар використовують метод **наближеної калькуляції**. Цей метод застосовується при відсутності ціни на товар (новий товар, перша угода), а також у випадку додаткової перевірки даних, отриманих іншими методами.

Метод наближеної калькуляції передбачає визначення вартості товару шляхом сумування вартостей складових елементів: матеріалів, заробітної плати, накладних витрат та ін. Все це підраховується за середньосвітовою вартістю і додається. При використанні даного методу можливі значні помилки, оскільки багато статей, що входять у калькуляцію, визначаються приблизно.

У міжнародній практиці поширеним способом розміщення замовлень є **проведення тендера (торгів)**. Покупець звертається до двох і більше конкуруючих постачальників з пропозицією встановити ціну на запропонований ними товар чи контракт. Після цього покупець укладає угоду з постачальником, який запропонує найкращий варіант. Що стане «кращим» з точки зору даного покупця, залежить від його особистої зацікавленості у визначених сторонах даного варіанта, таких як ціна, терміни поставки, репутація товарної марки чи практика в минулому виконання замовлень. Конкурентні торги найбільш поширені на ринку промислових товарів.

У тих випадках, коли контракт є головним чином у результаті узгодження ціни (якщо інші фактори, такі як якість чи рівень обслуговування, однакові), у вигравші виявляється, як правило, продавець, що пропонує нижчу ціну.

У подібних ситуаціях завдання, що стоїть перед продавцем, полягає в тому, щоб намагатися запропонувати таку ціну, яка б, по-перше, сприяла досягненню цілей, що стоять перед підприємством, а по-друге, виявилася б вищою від цін, які пропонують конкуренти.

Робота над визначенням доцільної величини ціни пропозиції цим методом ведеться в наступній послідовності:

1) **розрахунок витрат експортера**, пов'язаних з виконанням даного контракту, і оцінки орієнтованого рівня витрат по виконанню контрактів, з розміщення яких організація приймала участь чи могла приймати участь у торгах;

2) **аналіз практики торгів**, що застосовується потенційними конкурентами. Аналіз ведеться на основі інформації про торги, що вже раніше проводилися. Виявляється кількість випадків встановлення конкурентами цін, які відповідають певному співвідношенню запропонованої ними ціни та витрат експортера;

3) **визначення імовірності** того, що ціна пропозиції експортера виявиться нижчою ціни, яку вказують конкуренти;

4) **визначення величини ціни**, яка принесе експорту максимальну очікувану ефективність. **Очікуваний дохід** – це дохід, отримання якого можна очікувати при даній цілі, якщо відома імовірність того, що запропонована ціна буде прийнята і виробник отримує замовлення. Очікуваний дохід являє собою середню віддачу в розрахунку на запропоновану ціну, яку може очікувати експортер, якщо він повторить пропозицію тієї ціни для великої кількості контрактів, у точності однакових за витратами, і якщо залишається зафіксованою імовірність отримання нею контракту.

Якщо експортер погано знає конкурентів і не володіє інформацією про тактику кожного з них у сфері цін, то він буде змушений при виборі ціни спиратися на менш достовірну інформацію. Замість використання інформації про певних конкурентів підприємство може використати інформацію про свого «усередненого» або «типового» конкурента шляхом перенесення тактики всіх колишніх конкурентів на ті ж контракти, для яких фірма провела оцінку витрат.

Ціни, розраховані на основі розрахунку витрат виробництва і запланованого доходу, не можуть бути зовнішньоторговими цінами, так як не відбивають затрат праці, що визначають реальну вартість товарів на зовнішньому ринку.

У контрактах не використовуються внутрішні оптові ціни чи відпускні ціни, тим більше договірні, що носять, у цілому, затратний характер і значно відхиляються від вартості.

За базу порівняння цін приймаються технічні характеристики товару на інші умови запланованості зовнішньоекономічної операції.

Порядок розрахунку експортної ціни товару подано на рисунку 7.

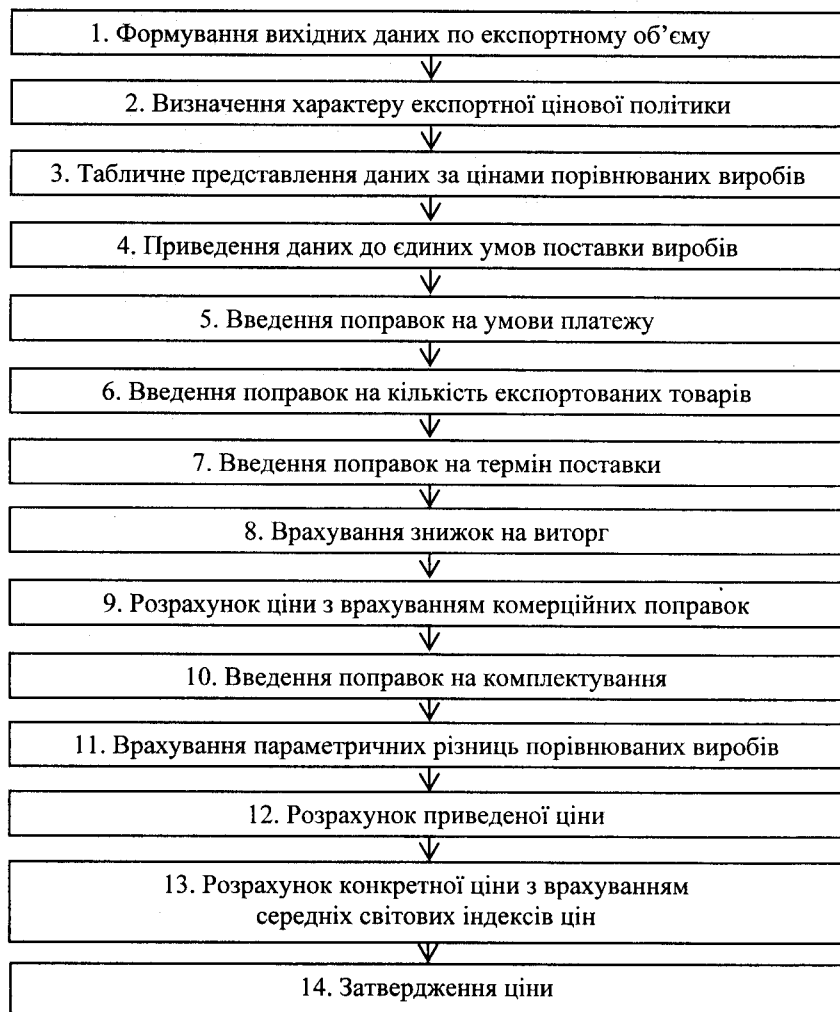


Рисунок 7. Загальна схема розрахунку експортної ціни товару

Конкурентні матеріали призводять до масштабу базового товару, в тому числі за кількісними показниками – розраховується ціна одного виробу (вагової одиниці і т.п.). При цьому необхідно врахувати знижку за об'єм замовника, яка може досягати 10-40%.

Потім враховується поправка на комплектацію поставки, вона особливо важлива при купівлі (продажі) складного комплексного обладнання. В цьому випадку із ціни загальної мінусуються ціни тих комплектуючих виробів, які будуть отримані іншим шляхом (закуплені у вітчизняних підприємств).

Перерахунок цін конкурентів у ціни, виражені у валюті майбутньої угоди, здійснюється за курсом відповідних валют на момент дії конкурентного матеріалу (дата поставки, підписання, дата дії преїскуранта).

Ціну, перераховану у валюту майбутньої угоди, приводять до терміну майбутньої угоди, щоб врахувати зміни цін при подорожчаннях товарів, світовій інфляції і зміні курсів валют. Ці зміни враховуються при приведенні цін за часом офіційних індексів.

Ціна товару при платежі готівкою, як правило нижча, ніж при продажі в кредит, на величину банківського процента кредитованої частини ціни і на приховані в кредитній контрактній ціні витрати продавця в зв'язку з кредитом.

Зазвичай приводять ціни конкурентів для експортних поставок до умов **ФОБ**, для імпорту – **СІФ**. Величина вартісного фрахту і страхування встановлена згідно офіційних даних транспортно-експедиторських організацій.

Поправка на **виторг** застосовується перш за все при розрахунку імпоротної ціни, оскільки зазвичай продавець, який прислав комерційну пропозицію, встановлює в ньому дещо завищену ціну. Покупець намагається отримати знижку, абсолютна величина якої визначається на основі тривалої практики комерційної роботи з фірмами-продавцями. Іноді можна отримати знижку 50%, а в інших випадках – 10%. Якщо достовірна інформація про можливий розмір знижки відсутня, то в розрахунку імпоротної ціни її приймають у розмірі 10-15%. Коли ж в основному все залежить від того, наскільки успішно вибрана політика переговорів, то можна отримати знижку в розмірі і 50% (при преїскурантних цінах).

При визначенні цін на імпортні товари оптимально прийнято рахувати найнижчі ціни з приведених цін конкурентів.

Тема 5. Вплив ціни на обсяг експорту-імпорту

Міжнародний торговець має реальну можливість отримати максимальний прибуток, встановлюючи різні ціни в різних країнах.

Однак ефективний розподіл ринків досить ускладнений через ряд причин:

- створення регіональних груп та економічних союзів посилює тенденцію до уніфікації цін;
- конкуренція набирає глобального характеру;
- міжнародні зв'язки розширюються, і дистриб'ютори частіше зустрічаються між собою і обмінюються інформацією про ціни;
- уряди роблять зусилля до уніфікації цін, так як самі часто виступають як покупці. У цих випадках вони вимагають, щоб ціни були принаймні не вищими від тих, що пропонуються іншим. Ряд країн мають закони, які сповідають принципи вільної конкуренції, що викладені в статтях 85, 86 Римського договору.

Стратегія цінового вирівнювання базується на тісній інтеграції **цінової та асортиментної політики**. Це означає, що прибуток від успішно реалізованих товарів, що входять в асортиментну програму, повинен обов'язково покривати збитки, що виникають по інших товарах даного асортименту.

По відношенню до товарів індивідуального споживання підприємства проводять цінову політику, що враховує в основному психологічний вплив ціни на покупця, наприклад:

- встановлення «лінії цін» означає, що всі товари одного виду незалежно від собівартості розміщуються по деякій шкалі, причому особливе мистецтво полягає у виборі «сходинок» цієї шкали;
- політика «падаючого лідера» зводиться до того, що ціну на один із товарів різко знижують, розраховуючи, що привабливі цим покупці куплять які-небудь товари за звичайними цінами;
- політика «міжсезонних розпродажів», коли ціни суттєво знижуються, щоб знизити витрати на зберігання товарів минулого сезону.

Зміни цін на ринку цих товарів рахуються виправданими, якщо ціна слугує важливим рушійним мотивом для покупця, у протилежному випадку зниження цін приведе тільки до збитків.

При порівнянні цін промислового призначення враховують не тільки і навіть не стільки продажну ціну, скільки всю ціну спожив-

вання та інші фактори, що впливають на економічність експлуатації обладнання, наприклад мінімум витрат електроенергії на одиницю вироблених за допомогою цієї машини виробів, тобто різноманітні фактори конкурентоспроможності.

Особливо важливу роль у міжнародній торгівлі відіграють **трансфертні ціни**.

Коли компанія децентралізована, тобто має самостійні відділи, які отримують свій дохід, то часто виникає необхідність передавати компоненти чи завершені вироби один одному. З метою нарахування доходу в кожному відділі повинні бути визначені ціни для кожного вузла, компонента чи товару. Така ціна називається **трансфертною** або **придатною** ціною.

Базою для встановлення таких цін може слугувати або вартість виробництва, або вартість виробництва і середній дохід, або ж така ціна, яку слід було б запропонувати незалежному споживачу.

Коли товари пересікають кордон держави, виникають додаткові проблеми, як фінансові, так і стратегічні, причому вони серйозно відбиваються на прибутках.

На новому ринку маніпулювання трансфертними цінами дає можливість звести до мінімуму сплату податків та імпортних мит чи перевести фінансові засоби. Так, наприклад:

- товар може бути ввезений у країну з високими митними зборами за штучно заниженою ціною, це означає, що заплачене мито, взяте «ед валором» (з оголошеною ціною), досить низькою. Тому, відповідно, обсяг експорту зростає;
- товари можуть завозитись у країну з високими податками та митом за високою ціною, таким чином дохід у країні з високими податками буде зведений до нуля, а, відповідно, залишиться в країні з низькими податками.

Трансфертні ціни можуть також використовуватись як зброя: дохід можна сконцентрувати в процесі виробництва, в країнах, де порівняно сприятливі умови конкуренції.

Уряд країни, що експортує, зацікавлений, щоб трансфертні ціни штучно не занижувались, і він робить зусилля, щоб була отримана вища ефективність, нормальний дохід і, відповідно, будуть сплачені податки.

У країні, що імпортує, державні податкові служби слідкують за тим, щоб не було високих трансфертних цін, які занижують доходи місцевого уряду. Митна служба зацікавлена в низьких трансфертних цінах.

Тема 6. Практика регулювання експортних (імпортних) цін державою

Розрізняють такі види державного регулювання міжнародної торгівлі:

- 1) одностороннє;
- 2) двостороннє;
- 3) багатостороннє.

Одностороннє регулювання полягає у застосуванні методів впливу урядами країн в односторонньому порядку без погодження або конкуренції з торговими партнерами. Такі заходи вживають здебільшого під час загострення політичних відносин.

Двостороннє регулювання передбачає, що заходи торгової політики попередньо узгоджуються країнами-торговими партнерами. Кожна зі сторін попереджує свого торгового партнера про вживання будь-яких заходів, які, як правило, не вносять суттєвих змін у торгівлі відносини, а лише сприяють їм.

Багатостороннє регулювання передбачає узгодження і регулювання торгової політики багатосторонніми угодами.

Найважливіше значення в регулюванні торгово-економічних відносин країн світової співдружності має **Генеральна угода про тарифи і торгівлю (ГАТТ)**.

Розрізняють **економічні** та **неекономічні** методи зовнішньоторговельної політики.

Економічні методи поділяються на **тарифні** й **нетарифні**. Перші безпосередньо впливають на ціну.

Тарифні методи застосовуються для державного регулювання імпорту. Вони є головним інструментом торгової політики держав. **Митні тарифи** – систематизований відповідно до товарної номенклатури зовнішньоекономічної діяльності перелік товарів із зазначенням мит, якими вони обкладаються під час перетину митного кордону держави.

Митні тарифи розробляються на основі **товарних класифікаторів**. Сьогодні найпоширенішим класифікатором товарів для торгівлі є **гармонізована система описання і кодування товарів**.

Мито – **обов'язковий грошовий збір**, що отримує держава через мережу митних закладів з товарів під час перетину ними кордону країни. Мито виконує декілька функцій:

- захищає національних товаровиробників від іноземної конкуренції;
- є джерелом надходження коштів до бюджету держави;
- є засобом покращення умов доступу національних товарів на зарубіжні ринки.

За способом збору мита бувають:

адвалерні – збираються з ціни товару (20% від вартості);

специфічні – збираються з ваги, обсягу або якої-небудь іншої характеристики товару (20 дол. США за тонну).

Іноколи використовують мита **змішаного типу**, коли товар одночасно обкладається адвалерним і специфічним митом.

За об'єктом обкладання мита бувають:

- імпорتنі – накладаються на імпорتنі товари під час їх завезення у країну;
- експортні – накладаються на експортні товари під час їх вивезення за межі митної території держави.

За характером вирізняють антидемпінгові мита, які застосовуються, якщо на територію країни товар ввозиться за демпінговими цінами, нижчими від їх нормальної вартості. В такому випадку ця країна має право ввести для даного товару додаткові мита у розмірі різниці між заниженою експортною ціною і нормальною вартістю товару.

Наприклад, у країнах-членах ЄС встановлення факту демпінгу і шкоди, яку він приносить, проводиться **Комісією ЄС** за пред'явленням скарги місцевого виробника. І якщо експортеру не вдасться довести обґрунтованість цін на поставлений товар, **Комісія ЄС** приймає рішення про введення до звичайного мита ще й додаткового, яке, як правило, встановлюється на рівні, що практично закриває доступ даного товару на ринки країн співдружності, оскільки вводиться одночасно на ввіз у всіх країнах ЄС.

Порівняння ціни експортера і «нормальної ціни» повинно бути проведене на одній і тій же базі (франко-завод) і застосовуватись до комерційних операцій одного і того ж періоду.

Згідно правил ЄС, **антидемпінгова процедура** повинна бути завершена упродовж року з моменту початку розслідування. У випадку, коли факт демпінгу доведений, питання може бути врегульоване наступними способами:

- прийняттям експортером зобов'язання підвищити ціну чи скоротити кількість товару, що поставляється;
- встановленням антидемпінгового мита.

У першому випадку експортер бере на себе зобов'язання поставляти товар у країну ЄС за цінами, не нижчими від узгоджених мінімальних цін, чи в узгодженій кількості, надавати **Комісії ЄС** інформацію про об'єм і ціни поставок і дозволяти їх перевірку.

Антидемпінгові мита вводяться на термін до **5 років**. Згідно правил ЄС, товари, вироблені в країнах-членах, повинні обкладатися антидемпінговим митом, якщо вартість імпортованих матеріалів і комплектуючих частин у загальній вартості готового виробу **перевищує 50%**. Це стосується тих випадків, коли збирання товару здійснюється на підприємствах, що належать експортеру, або в корпорації з місцевими виробниками.

Тарифна квота – різновид змінних мит, ставки яких залежать від обсягу імпорту товару. Якщо обсяг імпорту більший від деякої кількості, встановлюється підвищена ставка тарифу.

У **нетарифних методах** фінансові інструменти використовуються для державного регулювання експорту, приховані – для імпорту, а з кількісних, квотування – для імпорту; «добровільні» обмеження – для експорту, а ліцензування – для експорту і імпорту.

Кількісні обмеження – адміністративна форма регулювання торгового обороту встановленням кількості і номенклатури товарів, дозволених для експорту чи імпорту.

Розрізняють такі кількісні інструменти **нетарифних обмежень**:

- **квотування**, яке являє собою обмеження щодо вартості або кількості, що вводяться на імпорт або експорт певних товарів на певний період;
- **ліцензування**, що передбачає видання імпортеру або експортеру уповноваження державним органом ліцензії на вивезення (ввезення) товару на час;
- **«добровільні» обмеження експорту** – кількісне обмеження, що базується на зобов'язанні одного з партнерів добровільно обмежити (не збільшувати) обсяг експорту товару на певний період в обумовлених згодами розмірах.

Серед нетарифних методів регулювання важливу роль відіграють **приховані методи** (методи прихованого протекціонізму), до

яких відносять:

- державні закупівлі;
- внутрішні податки і збори;
- технічні бар'єри;
- вимоги про вміст місцевих компонентів.

Розглянуті методи призначені здебільшого для обмеження імпорту. А для стимулювання експорту використовуються фінансові методи торгової політики, найсуттєвішими з яких є:

- субсидії (прямі, непрямі, внутрішні та експортні);
- експортне кредитування, яке передбачає фінансове стимулювання державного розвитку експорту національними виробниками.

Тема 7. Ціни зовнішньоторговельних контрактів

Обумовлюючи ціну товару, у контракті купівлі-продажу вказують: одиницю виміру ціни, базис ціни, валюту ціни, спосіб фіксації ціни та рівень ціни.

7.1. Одиниці виміру ціни.

Визначення **одиниці виміру ціни** залежить від характеру товару і від практики на світовому ринку. Ціна у контракті може бути **встановлена**:

- за визначену кількісну одиницю товару (маси, довжини, площі, обсягу і т.д.), або у числових одиницях (сотня, дюжина тощо);
- за одиницю маси з огляду на базисний вміст основної речовини у товарі (для руди, концентратів, хімікатів і т.д.);
- за одиницю маси залежно від коливань натуральної маси, вмісту побічних домішок і вологи.

За поставки комплексного обладнання ціни зазвичай встановлюються за позиціями на кожну часткову поставку чи на окремі комплектуючі і вказуються у розмірах, наближених до контракту.

7.2. Базис ціни.

Базис ціни зазвичай визначається використанням відповідного терміна (франко-підприємство, франко-транспорт, ФОБ, КАФ, КАС, СІФ та ін.) із вказанням назви пункту здачі товару. Наприклад, у контракті записується: «Ціна становить 100 дол. США франко-вагон, кордон, прикордонна станція м. Чоп країни-продавця».

7.3. Валюта ціни.

У контракті ціна може бути виражена у валюті країни-експортера, імпортера чи у валюті «третьої країни». На вибір валюти ціни значною мірою впливають торгові звичаї, що існують у торгівлі цими товарами. Наприклад, у контрактах на каучук, кольорові метали прийнято вказувати ціни у фунтах стерлінгів, у контрактах на нафтопродукти, хутро – в американських доларах.

Експортер, звичайно, прагне зафіксувати ціну у відносно стійкій валюті, а імпортер, навпаки, зацікавлений у тому, щоб встановити ціну у валюті, що знецінюється.

По-друге, треба пам'ятати про «валютний демпінг» (або «валютний прибуток»), виникнення якого зумовлене різницею у русі валютних курсів валют. Наприклад, американська фірма продає товар на ринку Швейцарії за 100 франків, а курс долар/франк складає 1/2,5. У такому разі фірма США отримує дохід у розмірі 40 дол. США. З плином часу курс долар/франк змінюється і становить 1/1,8. Отже, зі зростанням курсу франка фірма США отримує дохід у розмірі 56 дол. США, не вклавши при цьому жодного долара, а лише використавши різницю курсових коефіцієнтів.

7.4. Фіксація ціни.

У контракті ціна може фіксуватись у момент його укладання або визначатися протягом терміну його дії. Залежно від способу фіксації розрізняють такі види цін:

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

Тверда ціна узгоджується і встановлюється в момент підписання контракту і не змінюється протягом строку його дії.

Рухома ціна – це зафіксована при укладенні контракту ціна, яка може бути у подальшому переглянута, якщо ринкова ціна даного товару на час виконання контракту зміниться.

Зазвичай у контракті обумовлюється допустимий мінімум відхилення ринкової ціни від конкретної (2-5%), у межах якого перегляд зафіксованої ціни не відбувається.

Ціна з наступною фіксацією встановлюється у призначені до-

говорами строки на основі узгоджених джерел. Так, контрактом може бути передбачено, що ціна на продані за ним товари буде встановлена на рівні цін світового ринку на певну дату.

Покупцеві може бути надано право вибору моменту фіксації ціни протягом строку використання угоди із застереженням: якими джерелами інформації про ціни йому треба користуватися для визначення рівня ціни. Такі угоди називаються «онкольними».

Ковзаюча ціна застосовується у контрактах із тривалими строками поставок, протягом яких економічні умови поставок можуть суттєво змінитися. Найчастіше ковзаюча ціна встановлюється на машини й обладнання зі строками поставки, що перевищують один рік (рисунк 8).

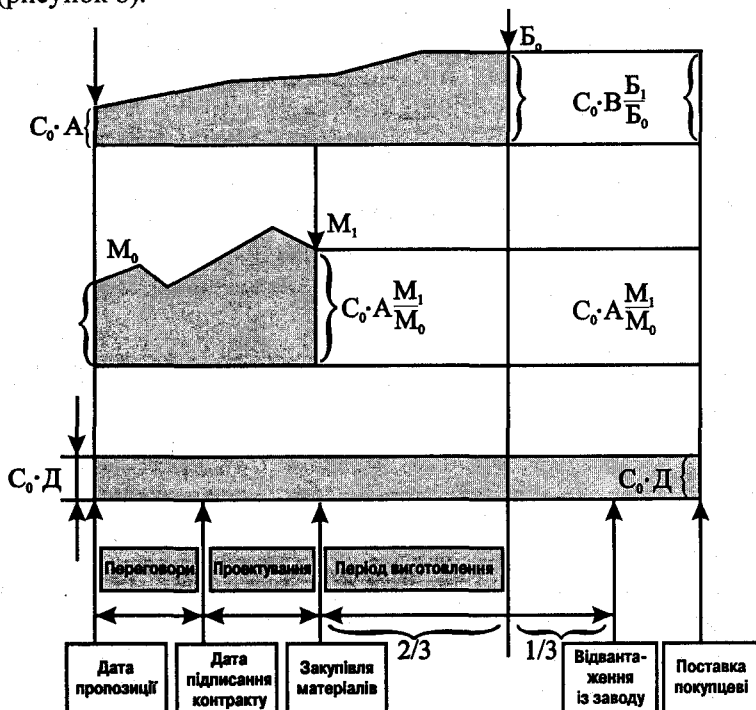


Рисунок 8. Зміна складових ковзаючої ціни

Ковзаюча ціна складається з двох частин: **базової і змінної**. Кінцева ціна зазвичай розраховується за формулою:

$$C_1 = C_0/A \frac{M_1}{M_0} + B \frac{B_1}{B_0} + D \dots,$$

де C_1 – кінцева ціна;

C_0 – базова ціна;

A, B – частки, які займають у ціні окремі складові, наприклад, вартість товару, вартість робочої сили і т.д.;

M_1, M_0 – індекси цін на матеріали, що використовуються для виготовлення проданої продукції, на періоди їх закупівлі постачальником (M_1) і встановлення базової ціни (M_0);

B_1, B_0 – індекси заробітної плати на періоди перерахунку ціни (B_1) та встановлення базової ціни (B_0);

D – незмінна частка у змінній частині ціни (прибуток, амортизація, накладні витрати).

Для розрахунку кінцевої ціни контракту наведемо конкретний **практичний приклад**.

Фірма у березні 2003 р. отримала замовлення на поставку турбогенератора потужністю 100 МВт із розрахунком за ковзаючими цінами. Термін поставки – січень 2004 р.

Вихідні дані:

Припустимо, що в середньому частка у готовій продукції:

$A = 45-55\%$, $B = 30-40\%$, $D = 15-25\%$,

$C_0 = 2$ млн. дол. США,

$M_0 = 106,9$ (2003 р. = 100%) – індекс оптових цін на матеріали, що використовувалися в електромашинобудуванні в січні 1995 р.,

$B_0 = 111,9$ (1996 р. = 100%) – індекс заробітної плати в електромашинобудуванні в січні 2004 р.

При розкладці ціни на складові:

$A = 50\%$, $B = 30\%$, $D = 20\%$, отримуємо дані, зафіксовані у таблиці 24.

Таблиця 24

Розрахунок надбавки до ціни

Склад ціни	На базисний місяць	На дату поставки	
Вартість матеріалів (А)	50	$A \frac{M_1}{M_0} = 50 \frac{111,6}{106,9}$	52,20
Вартість робочої сили (В)	30	$B \frac{B_1}{B_0} = 30 \frac{113,0}{111,9}$	35,66
Незмінна частина (Д)	20		20,00
Всього	100		107,86

Отже, надбавка до ціни повинна відповідати даті виконання контракту (червень 2004 р.), приблизно 8% від базисної ціни.

Таким чином, при поставці у червні 2004 р. ціна складає 2 137 200 дол. США (2107,86), тобто збільшення внаслідок ковзання становитиме 157 200 дол. США.

Опубліковані ціни – це ціни, які повідомляються у спеціальних джерелах, що, як правило, відображають рівень світових цін товару. Наприклад, на пшеницю й алюміній світовими цінами вважаються експортні ціни Канади; на пиломатеріали – ціни Швеції; на хутро – ціни Санкт-Петербурзького та Лондонського аукціонів; на чай – ціни аукціонів у Коломбо, Калькутті та Лондоні.

До опублікованих належать: довідкові ціни, біржові котирування; ціни, подані у загальних статистичних довідниках; ціни пропозицій.

Розрахункові ціни застосовуються у контрактах на нестандартне обладнання, що виробляється здебільшого за індивідуальними замовленнями. Тому ціни на таке обладнання розраховуються й обґрунтовуються для кожного конкретного замовлення з урахуванням технічних і комерційних умов цього замовлення, а інколи остаточно встановлюються тільки після його виконання.

7.5. Технічні поправки.

До найуживаніших технічних поправок у практиці міжнародної торгівлі можна віднести такі:

1. Поправка на техніко-економічні відмінності. Основною умовою є мінімальний обсяг розбіжностей у техніко-економічних показниках порівнюваної продукції в умовах її виробництва та реа-

лізації. У практиці розрахунків цін на машини й обладнання найчастіше робляться поправки на потужність і продуктивність виробів, витрати палива й електроенергії, необхідні для роботи обладнання. Наприклад, поправка на потужність чи продуктивність розраховується за формулою:

$$C_2 : C_1 = (M_2 : M_1)^n,$$

де: C_2 – розрахункова ціна,

C_1 – конкурентна ціна,

M_2 – потужність чи продуктивність,

M_1 – потужність чи продуктивність виробу-аналога за конкурентним матеріалом,

n – показник степеня, що називається коефіцієнтом гальмування ціни. Величина цього показника залежить від особливостей виготовлення і, головним чином, від призначення обладнання.

2. Поправка на комплектацію. Комплектація може бути достатньо складною і змінюватись у досить широких межах. Складність розрахунку поправки на комплектацію залежить від того, чи відомі ціни всіх вузлів, елементів і т.д. комплектації. Як правило, 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 вологи, повинні відповідати особливим вимогам і забезпечувати надійність техніко-економічних показників та інші необхідні споживчі властивості. Поправка становить 10-15% вартості продукції у звичайному виконанні.

7.6. Комерційні поправки.

Із комерційних поправок у практиці міжнародної торгівлі можна назвати такі:

1. Приведення до єдиних умов поставки. Імпортні ціни приводяться до умов поставки «франко-кордон» або «СІФ порт» країни-покупця. Експортні ціни приводяться до умов поставки «франко-кордон» або «ФОб порт» країни-продавця. Дані про вартість фрахту та страхування беруться зі спеціальних даних транспортно-експедиторських організацій. Практика показує, що при нормальній кон'юктурі ринку транспортних засобів розрахункова вартість фрахту та страхування не перевищує 12-15%. Залежності між умовами ФОб і СІФ розраховуються за формулою:

$$C_{\text{сіф}} = (C_{\text{фоб}} + \Phi) \times A,$$

де: $C_{\text{сіф}}$ і $C_{\text{фоб}}$ – ціни на продукцію з урахуванням транспортування на умовах СІФ і ФОБ,

Φ – вартість фрахту (перевезення від порту відправлення до порту призначення),

A – ставка страхування вантажу під час перевезення водним шляхом.

2. Поправка на вторгування. Ціна пропозиції завжди вища, ніж кінцева ціна. Поправки на вторгування можуть доходити до 20-25%.

3. Приведення імпоротної ціни до строку поставки. Через розрив у часі між даними конкурентних матеріалів і поставкою змінюється реальна ціна контракту. При розрахунку імпоротної ціни визначають ціну пропозиції на час поставки товару, використовуючи індекси експортних і оптових цін. Для розрахунку приведеної імпоротної ціни застосовується формула:

$$C_1 = C_0 \frac{I_1}{I_0},$$

де: C_1 – приведена імпортна ціна,

C_0 – ціна, запропонована інофірмою у конкурентному матеріалі,

I_1 – запропонований індекс цін на дату поставки за контрактом,

I_0 – індекс цін на запропонований інофірмою термін закінчення поставки.

4. Поправка на умови платежу. 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 укладення контракту, розрахованої за конкурентним матеріалом. У ряді методик розрахунку цін ціна з розстрочкою визначається за формулою:

$$C_k = C_0 (1 + K)^m,$$

де: C_k – ціна на дату фактичних розрахунків,

C_0 – ціна на початок періоду розстрочки,

K – банківський процент за кредит, взятий продавцем,

m – період розстрочки.

У торгівлі сировинними та продовольчими товарами використовуються надбавки за підвищену якість (**боніфікація**) та знижки за понижену якість (**рефакція**):

- знижка за кількість чи серійність за умови купівлі заздалегідь визначеної зростаючої кількості товару;
- дилерська знижка, яку надають виробники своїм постійним агентам та іншим посередникам зі збуту (15-20% від роздрібною ціни);
- спеціальна знижка на пробні партії товару та замовлення;
- сезонна знижка за купівлю товару поза сезоном;
- знижка при продажі потриманого обладнання – до 50% від початкової ціни;
- експортна знижка, що надається продавцями при продажі товарів іноземним покупцям понад ті знижки, які діють для покупців внутрішнього ринку;
- знижки за повернення раніше купленого товару у даної фірми у розмірі 20% преїскурантної ціни.

Українське законодавство вважає ціну суттєвою умовою договору купівлі-продажу. Разом із тим, слід мати на увазі, що законами ряду країн визнаються дійсними договори, в яких ціна не вказана. Цивільний кодекс **Франції**, навпаки, встановлює, що ціна повинна бути визначена і вказана сторонами у договорі на момент його укладання. Аналогічний підхід і в **Німеччині**.

ЛІТЕРАТУРА

- 📖 *Ачкасов А.И., Прексин Б.А.*, Международные валютно-кредитные отношения. – М.: Финансы и статистика, 2001.
- 📖 *Булатов А.* Ведущие капиталистические страны: сбытовая деятельность на внешнем рынке. – М., 1989.
- 📖 *Бутинець Ф.Ф., Жиглей І.Б., Пархоменко В.М.* Облік та аналіз зовнішньоекономічної діяльності. – Житомир: ПП «Рута», 2001.
- 📖 *Герчикова И.Н.* Международное коммерческое дело. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1999.
- 📖 *Кредісов А.І.* та ін. Управління зовнішньоекономічною діяльністю. – К.: Альтерпрес, 2001.
- 📖 Міжнародні комерційні операції. – К.: Дана, 2001.
- 📖 *Правик Ю.* Формування експортних цін України на міжнародному ринку // Фондовий ринок. – 2001. – №7.
- 📖 *Стровский Л.Е. и др.* Внешнеэкономическая деятельность предприятия. – М.: Полис, 2001.
- 📖 *Сухарський В.С.* Економічний словник-довідник. – Тернопіль: Навчальна книга – БогДан, 2001.

- 📖 *Сухарський В.С.* Словник-довідник зовнішньоекономічної діяльності. – Тернопіль: Астон, 2005.
- 📖 *Сухарський В.С.* Управління зовнішньоекономічною діяльністю: теорія, методологія, практика. – Тернопіль: Астон, 2001.
- 📖 *Сухарський В.С., Сухарський В.В., Охота В.І.* Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: теорія, методологія, практика: Навчальний посібник. – Тернопіль: Астон, 2005.
- 📖 *Сухарський В.С.* Зовнішньоекономічна діяльність: організація, технологія, практика, управління. – Тернопіль: Астон, 2006.
- 📖 *Филимонова Т.* Формирование единого внутреннего рынка ЕС. – М., 1983.
- 📖 *Ценообразование на мировом капиталистическом рынке.* – М., 1988.

РОЗДІЛ 14

СТРУКТУРА ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ МІЖНАРОДНИХ ТОВАРНИХ РИНКІВ

Тема 1. Міжнародні товарні біржі.

- 1.1. Поняття біржі.
- 1.2. Техніка біржових операцій.
- 1.3. Види біржових угод на товарній біржі.
- 1.4. Ф'ючерсні угоди.

Тема 2. Міжнародні товарні аукціони.

- 2.1. Загальне поняття аукціонів.
- 2.2. Практика проведення аукціонів.
- 2.3. Організація операцій на аукціонах.
- 2.4. Огляд товару.
- 2.5. Аукціонні торги.
- 2.6. Оформлення угоди.

Тема 3. Поняття та організація торгів.

- 3.1. Поняття торгів.
- 3.2. Організація торгів.

Тема 4. Міжнародні ярмарки та виставки.

- 4.1. Поняття ярмарків та виставок.
- 4.2. Значення ярмарків та виставок.
- 4.3. Організація міжнародних ярмарків та виставок.

Розподіл праці на світовому рівні, міжнародний ринок, світове господарство з їх основними компонентами та специфікою стали найважливішими чинниками розвитку людства. Важливе місце в організації діяльності міжнародних товарних ринків займають біржі, аукціони, торги, ярмарки та виставки.

Тема 1. Міжнародні товарні біржі

1.1. Поняття біржі.

Товарна біржа – це ринок масових товарів, на які угоди здійснюються без їх наявності. На товарних біржах продаються тільки т. зв. біржові товари, які в масовій кількості однорідні. Партії товарів при цьому можуть бути легко змінені: бавовна, каучук, цукор, зернові, шовк, шерсть, кольорові метали, нафта, соєві, бобові, масло,

кава, жива худоба, апельсиновий сік і т. д.

Термін «**біржа**» пов'язаний з ідентичною назвою площі біржових зборів у **Брюгге**, на якій стояв дім, що належав роду **Ван дер Бурсс**.

Перша товарна біржа (хлібна) виникла в **Амстердамі в XVII ст.**

У світі існує два типи бірж – **товарна та фондова**. Якщо **товарна біржа** – це постійно діючий оптовий ринок однорідних товарів, то на **фондовій біржі** обертаються цінні папери й іноземна валюта.

Слушно зазначити, що товарна біржа – це породження капіталістичної вільної конкуренції. Сьогодні на біржі припадає **15-20%** усього капіталістичного товарного експорту. Діяльність бірж перебуває під фактичним контролем монополістичних об'єднань, тому ціни нерідко не визначаються як результат вільної гри попиту та пропозиції, а диктуються монополіями.

Найбільші світові біржі:

- **«Чикаго Бордин Трейд»** – концентрує 30% всього обсягу біржової торгівлі **США** (оборот – близько 500 млрд. дол. на рік), основні товари: золото, срібло, зернові, сік, боби;
- **«Чикаго Меркенталь»** – зосереджує 20% біржової торгівлі країни (оборот – понад 250 млрд. дол. на рік), основні товари: свинина, жива худоба, картопля, яйця;
- **Нью-Йоркські біржі** – охоплюють 20% біржової торгівлі **США** (оборот – більше 260 млрд. дол. на рік), основні товари: кава, цукор, шерсть, дорогоцінні метали, картопля, бавовна, апельсиновий сік;
- На біржі **США, Англії та Японії** припадає **90%** усіх біржових операцій.

В **Україні** біржовий ринок майже не розвивається.

Основні ознаки міжнародних бірж:

- ціни світового ринку;
- товари – активні суб'єкти міжнародної торгівлі;
- вільний валютний і податковий режим торгівлі (як правило).

Необхідно виділити два важливих аспекти діяльності біржі – **юридичний і організаційний**.

Юридичний аспект. Мається на увазі існування офіційно зареєстрованого об'єднання у формі акціонерного товариства чи товариства з обмеженою відповідальністю.

Стосовно загального біржового майна усі члени біржі **виступають співвласниками чи співкористувачами**, одночасно залишаючись кінцевими власниками внесених вкладів і, що найважливіше, доходів, які отримуються. Вони становлять колектив у західних країнах найчастіше фізичних (іноді юридичних) осіб, тобто окремих громадян (чи організацій), які отримують прибуток у специфічній формі – комісійних, біржових і брокерських зборів.

Організаційний аспект. Товарна біржа – це торгове місце особливого типу, де сходяться покупець і продавець безпосередньо один з одним. Це місце, де оптовий попит і пропозиція зводяться в одну точку, – біржове кільце для кожної товарної секції. Головний засіб досягнення цієї цілі – стандартизація самих об'єктів торгівлі – товарів і контрактів.

1.2. Техніка біржових операцій.

Основними учасниками біржових операцій є члени біржі, тобто юридичні чи фізичні особи, які мають свою частку у статутному капіталі біржі, і посередники, брокери, які помагають укладати угоди у біржовому кільці (рисунок 9). Завдання брокера – знайти покупця чи продавця і надати їм допомогу в укладенні контракту. Брокер є постійним співробітником біржі, і за свою роботу він отримує винагороду.

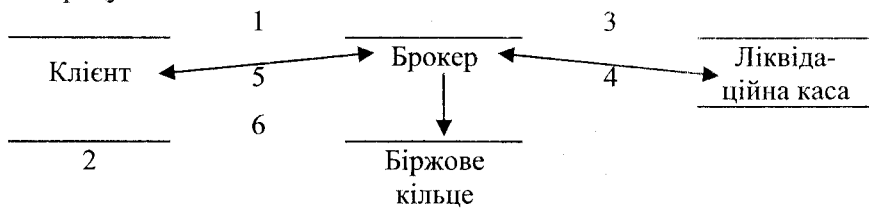


Рисунок 9. Схема біржової операції на Лондонській біржі металів:

- 1 – доручення клієнта купити чи продати;
- 2 – здійснення угоди в біржовому кільці;
- 3 – лист брокера у ліквідаційну касу з проханням зареєструвати здійснену у біржовому кільці угоду;
- 4 – відповідь ліквідаційної каси про реєстрацію;
- 5 – відправлення клієнтові контракту з відривним талоном;
- 6 – повернення клієнтом підписаного відривного талона як підтвердження його згоди на контракт товару.

Клієнт по телефону чи факсу робить замовлення – кількість, термін поставки, ціну.

1.3. Види біржових угод на товарній біржі.

Організаційно на товарній біржі розрізняють дві категорії біржових угод: угоди на реальний товар (угоди «спот») і ф'ючерсні угоди.

Угоди на реальний товар укладаються як за терміною поставкою, так і за поставкою у майбутньому.

Біржовий контракт буває у двох формах: «А» – для угод усередині кільця і «Б» – для угод між брокером і клієнтом.

Контракт форми «А» містить тільки письмове повідомлення одного члена біржі другому про продаж чи купівлю товару.

Контракт форми «Б» можна представити у такому вигляді (рисунк 10):

№ контракту	Контракт на Лондон мідь «Б»	Відривний талон
Найменування й адреса покупця чи продавця	Заява члена кільця Мною продано стільки-то металу, за ціною, мито (якщо існує), оплачується за рахунок покупця. Термін поставки.	

Рисунок 10. Структура контракту

1.4. Ф'ючерсні угоди.

Ф'ючерсна угода – це ринок фіктивного товарного капіталу. Тут покупця та продавця цікавить не сам товар, а можливість отримати різницю в його вартості через певний термін.

Зазвичай при укладенні ф'ючерсного контракту продавець розраховує, що ціни на товар у майбутньому знизяться, а покупець, навпаки, – що підвищаться.

Біржові гравці, що грають на зниження, називаються «ведмеді», а

на підвищення – «**бики**». Контракт, куплений у розрахунку на наступне зниження, йменується «**короткий**», а на підвищення – «**довгий**».

Ф'ючерсні угоди укладаються на певну кількість контрактів, а не на кількість товару. В контракті вказується тільки ціна і термін поставки. Виграє той покупець чи продавець, який правильно вгадує реальну ціну товару (контракт на продаж чи купівлю якого вже підписаний) через певний строк.

Приклад.

Продавець А продає строкові контракти на певний товар за ціною 1000 дол. за контракт. Термін контракту – 3 місяці. Продавець розраховує, що ціни будуть знижуватися, якщо через три місяці ціни на товар знизяться до 950 дол., то продавець матиме змогу купити реальний товар за ціною 950 дол. за контракт і поставити його покупцю за попередньою ціною 1000 дол.

Ні покупець, ні продавець не мають на увазі реальний товар, їх відносини регулюються шляхом виплати різниці. Цю різницю у будь-який момент може виплатити ліквідаційна каса.

Операція хеджування полягає у тому, що фірма укладає на біржі реального товару строкову угоду на купівлю чи продаж певного товару. І негайно проводить страхування цієї угоди на ф'ючерсній біржі на той же термін і ту ж кількість товару на продаж чи купівлю.

Економічний аспект. Проявляється у тому, що біржа – це крупнооптовий товарний ринок і водночас тонкий інструмент реального ринкового ціноутворення. Концентрація та централізація величезних товарних мас на готівкових біржах і фінансових ресурсів як з реальним товарним покриттям, так і без нього на строкових біржах дозволяють сформувати економічно обґрунтовану, у т.ч. і прогнозовану ціну, ув'язати рух товарних і грошових потоків, з'єднати виробництво та споживання.

До певної міри товарна біржа виконує функції колишніх трьох відомих у нашій країні органів – Держпостачу, Держкомцін і Держплану одночасно. В період переходу до ринкової економіки та поступового зменшення частки держзамовлення поява у нашій країні сотень бірж є першим симптомом початку процесу демонополізації.

Товарна біржа є механізмом та інструментом реального ринкового ціноутворення шляхом вільної конкуренції між комерційними посередниками, об'єднаними у підприємницьку спілку.

Економічна функція товарної біржі як механізму ціноутворення

– вирішальна.

У даний час у розвинутих країнах і країнах, що розвиваються, нараховується близько **50 міжнародних товарних бірж** із загальним оборотом понад **10 трлн. дол.**, що становить приблизно 25% від їх валового національного продукту. На них реалізується продукція майже 160 найменувань. У СНД уже створені сотні національних бірж, більшість з яких – товарні.

Біржі якоюсь мірою неповторні. Щоб переконатися у правильності випробуваних принципів, наш біржовий рух йде «своїм шляхом». Так, із метою отримання пільгового податкового статусу, Київська спеціалізована біржа реєструється як мале підприємство, хоч відомо, що воно – не організаційно-правова форма, а лише показник розмірів зайнятості чи обсягу господарського обороту.

У нас найпоширенішими стали дві форми: товариство з обмеженою відповідальністю й акціонерне товариство закритого типу. Такі товариства ставлять за мету отримання прибутку, тобто мають яскраво виражений комерційний характер. У США сьогодні товарні біржі в основному функціонують як безприбуткові установи, інституції та підприємства з корпоративною структурою, тобто товариства закритого типу.

Тема 2. Міжнародні товарні аукціони

2.1. Загальне поняття аукціонів.

Деякі сировинні і продовольчі товари продаються та купуються на особливих ринках, які називаються міжнародними товарними аукціонами.

Міжнародні товарні аукціони – це спеціально організовані, періодично діючі у певних місцях ринки. На них шляхом публічних торгів по черзі відбувається продаж попередньо оглянутих покупцями товарів. До основних аукціонних товарів належать: хутро, чай, тютюн, фрукти, риба, антикваріат, предмети старовини, художні вироби. Головні аукціонні центри з продажу:

шерсті – Лондон, Ліверпуль, Сідней, Антверпен;

хутра – Санкт-Петербург, Лондон, Нью-Йорк, Монреаль;

чаю – Лондон, Амстердам, Калькутта, Коломбо;

тютюну – Амстердам, Нью-Йорк;

прянощів – Лондон, Амстердам;

антикварних і художніх виробів – Лондон, Амстердам.

А в країнах СНД виділяються аукціони з продажу хутра в Санкт-Петербурзі та килимових виробів у Ташкенті. Аукціонні товари, як правило, дорогі. Картина «Соняшники» на Лондонському аукціоні була реалізована за 2,4 млн. ф. ст. Один із килимів на аукціоні в Ташкенті, витканий узбецькою десятикласницею, був проданий за 1 млн. дол. США. В Україні аукціони мають національний характер.

2.2. Практика проведення аукціонів.

Частота проведення аукціонних торгів залежить від специфіки товару. Аукціони можуть організовуватися як окремими фірмами, так і кількома продавцями (тоді збільшується кількість товарів, які продаються, що підвищує попит).

Але найчастіше проведенням аукціонів займаються спеціальні аукціонні фірми, які виступають у формі акціонерних товариств. Вони мають спеціально обладнані приміщення, склади.

2.3. Організація операцій на аукціонах.

Початкова підготовка аукціону. Власник доставляє свій товар аукціонному підприємству, посортований товар розбивається на партії, які називаються лотами. Кожному товару присвоюється номер лоту, під яким він заноситься в каталог із зазначеннями сорту та кількості.

Місце та час аукціону повідомляється через пресу. Окрім того, постійним і потенційним покупцям розсилаються брошури-проспекти, вказуються прізвища власника товару й аукціоніста.

2.4. Огляд товару.

Треба враховувати, що особливістю аукціонної торгівлі є попередній огляд товарів. Лоти розташовуються у складських приміщеннях, і покупець зазначає номер партії, що сподобалася. На аукціонах чаю чи шерсті від кожної партії відбирається зразок.

На аукціоні чаю та тютюну покупці можуть придбати зразки для додаткового огляду і перевірки якості.

2.5. Аукціонні торги.

Торги можуть проводитися **голосним і німим** способом. Аукціонний торг ведеться публічно, почергово на кожний лот. **При голо-**

сному способі аукціоніст оголошує номер і початкову мінімальну ціну. Після трикратного запитання «хто більше?» відбувається удар молотком по столу, і товар переходить у власність того покупця, який запропонував за нього найвищу ціну.

Правила дозволяють знімати товар з аукціону, якщо досягнута вища ціна не задовольняє власника товару.

Інколи аукціонний торг проводиться зі зниженням ціни.

При німому способі проведення аукціону аукціоніст оголошує вихідну мінімальну ціну, а покупець заявляє про її підвищення умовними знаками, наприклад, підняттям олівця, пальця, мімікою. Аукціоніст, реагуючи на знаки, оголошує попередньо зумовлену підвищену ціну.

2.6. Оформлення угоди.

Почепець підписує стандартний формуляр аукціонного продажу, де вказується термін вивозу товару покупцем (1-14 днів). Деякі аукціоністи допускають кредит, встановлюють розмір знижок на тару, розмір оплати послуг при перепакуванні.

Аукціонний спосіб торгівлі має певні переваги як для продавця, так і для покупця.

Аукціон також є сприятливим середовищем для змови покупців з метою зниження цін. Правда, тут існує право продавця знімати товар із продажу. Однак зловживати цим правом небезпечно.

Тема 3. Поняття та організація торгів

3.1. Поняття торгів.

У діяльності сучасної міжнародної торгівлі торги займають особливе місце. Це змагальний спосіб купівлі та продажу товарів чи здавання підрядів на виконання окремих робіт на певних умовах.

Торги дозволяють зосереджувати в одному місці велику кількість постачальників чи підрядчиків.

3.2. Організація торгів.

Про торги оголошення у пресі публікується за 1-2 місяці до їх початку. Торгові палати, консули, торгові радники, торгові центри інформують свої країни про наступні торги.

Умови проведення торгів містяться у т. зв. **тендері**.

Усі пропозиції друкуються у пресі. **Оференти** є присутніми при оголошенні їхніх пропозицій. Якщо кілька пропозицій однакові, то може бути влаштований аукціон. Якщо і це не дає результату, то питання вирішує жереб.

Організатори торгів не зобов'язані вказувати причин відхилення пропозицій.

Тема 4. Міжнародні ярмарки та виставки

4.1. Поняття ярмарків та виставок.

Ярмарок – це періодичний ринок, де зустрічаються покупець і продавець. Виникнення ярмарків відноситься до епохи раннього феодалізму. Вони сприяли виникненню бірж і аукціонів.

Ярмарки поділяються на місцеві, національні та міжнародні. За характером виставлених експонатів розрізняють ярмарки універсальні та спеціалізовані.

Виставка – це публічна демонстрація досягнень у певній галузі економіки, науки, культури. У деяких країнах, наприклад в **Україні**, функціонують постійно діючі виставки – це виставки досягнень народного господарства.

4.2. Значення ярмарків та виставок.

Ярмарки набувають все більшого значення у міжнародних економічних відносинах, будучи одним із дієвих засобів розширення міжнародної торгівлі, сприяння міжнародному науково-технічному обміну, налагодження взаємин між країнами.

Великими міжнародними ярмарками є постійно діючі торгові ярмарки у **Нью-Йорку, Монреалі, Чикаго, Франкфурті-на-Майні, Ганновері, Лейпцигу, Мілані, Палермо, Ліоні, Бордо, Марселі, Токію, Осаці**. У країнах Східної Європи виділяють ярмарки в **Брно, Пловдиві, Белграді, Загребі**. У країнах, що розвиваються, найвідоміші ярмарки у **Тунісі, Касабланці, Дамаску, Алжирі, Триполі**.

Бувають такі ярмарки і в **Україні**.

Оскільки ярмарки, як правило, не публікують даних про укладені угоди, то важко судити про їх значення у міжнародній торгівлі.












4.3. Організація міжнародних ярмарків та виставок.

Організаторами торгових ярмарків та виставок є торгові палати, асоціації та федерації торговців і промисловців, державні та муніципальні органи, а також приватні підприємства.

Організації, що займаються влаштуванням ярмарків і виставок, є юридичними особами, вони реєструються, відповідають за своїми зобов'язаннями у межах їх майна. Організації створюють ярмаркові комітети чи управління ярмарків, які займаються організацією ярмарків. Сюди входять такі заходи: розробка положень про ярмарок і права участі в ньому; будівництво та технічне облаштування павільйонів; організація роботи щодо залучення іноземних учасників; підготовка готелів, ресторанів і кафе; забезпечення через урядові органи імпорتنих квот і валюти для учасників; вироблення правил митного огляду для ярмаркових вантажів тощо.

Питаннями регулювання діяльності ярмарків і виставок займаються **Спілка міжнародних ярмарків**, в якій беруть участь **50 країн**, і **Міжнародне бюро виставок**, де поряд із багатьма іншими державами задіяна й **Україна**.

ЛІТЕРАТУРА

-  *Вавилов Г.* Торговая реклама. – М., 1992.
-  *Герчикова И.* Организация и техника внешнеторговых операций на капиталистическом рынке. – М., 1992.
-  *Економічний словник-довідник / За ред. С.В. Мочерного* – К.: FEMINA, 1995.
-  *Завадський Й.С.* Менеджмент. Том 1. – К.: Українсько-фінський інститут менеджменту і бізнесу, 1998.
-  *Кредісов А.І. та ін.* Управління зовнішньоекономічною діяльністю. – К.: ВІРА-Р, 1998.
-  *Мусатов В.* США: биржа и экономика. – М., 1991.
-  *Мясоедов С.* Биржа в конце 80-х годов. – М., 1990.
-  *Мясоедов С.* Международные товарные биржи. – М., 1994.
-  *Стровский Л.Е.* Внешнеэкономическая деятельность предприятия. – М.: ЮНИТИ, 1999.
-  *Сухарський В.С.* Менеджмент (загальний з основами спеціального). – Тернопіль: Астон, 2004.
-  *Тараторт Ю.М. та ін.* Словник фондового ринку. – Київ – Кіровоград, 1997.

РОЗДІЛ 15 КОНТРАКТИ ТА УМОВИ ЇХ ЗДІЙСНЕННЯ

Тема 1. Значення контрактів.

Тема 2. Види зовнішньоторговельних контрактів.

Тема 3. Деякі вимоги зовнішньоторговельного контракту.

Тема 3. Умови зовнішньоторговельного контракту.

3.1. Зміст контракту.

3.2. Специфіка зовнішньоторговельного контракту.

3.3. Місце виконання контракту.

3.4. Ціна товару.

Тема 4. Структура контракту.

Тема 5. Умови зовнішньоторговельного контракту.

5.1. Вступна частина.

5.2. Предмет контракту.

5.3. Кількість.

5.4. Якість.

5.5. Термін та дата поставки.

5.6. Базові умови поставки товару.

5.7. Ціна.

5.8. Хто оплачує витрати.

5.9. Платежі.

5.10. Упаковка та маркування товару.

5.11. Порядок відвантаження.

5.12. Здача-приймання товару.

5.13. Рекламациї.

5.14. Гарантії.

5.15. Умови, які забезпечують виконання договору і санкції.

5.16. Застереження про обставини нездоланної сили («форс-мажор»).

5.17. Арбітраж.

5.18. Транспортні умови.

5.19. Експортні та імпорتنі ліцензії.

Тема 6. Основні платежі у зовнішньоекономічній діяльності.

6.1. Умови платежу.

6.2. Комерційні документи.

Тема 1. Значення контрактів

Міжнародна діяльність передбачає активний пошук партнерів за рубежем. Перспективні взаємовигідні відносини завершуються укладанням відповідного контракту.

У комерційній практиці **контрактом називають договір купівлі-продажу товарів у матеріально-речовій формі**. Цей документ містить письмову домовленість сторін про поставку товару: зобов'язання продавця передати певне майно у власність покупця та зобов'язання покупця прийняти це майно і сплатити за нього необхідну грошову суму чи зобов'язання сторін виконати умови товарообмінної операції.

Під час укладання зовнішньоторговельної угоди сторони повинні обумовити, **право якої держави** використовуватиметься для регулювання форми угоди. **За українським законодавством, права та обов'язки** сторін зовнішньоторговельного контракту визначаються правом країни, обраної сторонами при укладенні контракту чи в результаті подальшого узгодження. **За відсутності такої згоди** до контракту застосовується право країни, де засновано, розташовано **штаб-квартиру** чи основне місце діяльності сторони, котра виступає: продавцем у контракті купівлі-продажу; комітентом (консигнантом) – у договорі комісії (консигнації); довірцем – у договорі доручення; перевізником – у договорі перевезення.

У торговій практиці існують найрізноманітніші контракти. В основі кожного з них лежать положення класичного контракту купівлі-продажу, головні умови якого розглянуто у цьому розділі.

Тема 2. Види зовнішньоторговельних контрактів

У міжнародній комерційній практиці **зовнішньоторговельним контрактом називають міжнародний договір купівлі-продажу товарів у матеріально-речовій формі**. Цей документ містить письмову домовленість сторін про поставку товару: зобов'язання продавця передати певне майно, у власність покупця та зобов'язання покупця прийняти це майно, і сплатити за нього необхідну грошову суму чи зобов'язання сторін виконати умови товарообмінної операції (у від-

повідності зі **ст.24 Цивільного кодексу України**). Необхідною умовою договору є **перехід права власності на товар** від продавця до покупця. Цим договір купівлі-продажу відрізняється від інших видів договорів – орендного, ліцензійного, страхування і т.п., які не містять умови про перехід права власності на товар, а предметом угоди є або право користування товаром, або надання послуг.

Розділом III Цивільного кодексу України в якості окремих видів контрактів передбачені: купівля-продаж, обмін, подарунок, поставка, майновий найм, безкоштовне користування майном, підряд, підряд на капітальне будівництво, перевозка, страхування, позичка, розрахункові і кредитні відносини, доручення, зберігання, спільна діяльність і інші. У тих випадках, коли сторони не вкладаються у рамки визначених законодавством контрактів, можуть бути заключені інші контракти, які не суперечать йому (**ст.4 Цивільного кодексу України**).

Окремі види контрактів визначені в **Житловому кодексі України, Кодексі законів про працю України**. Зміст, форма контрактів можуть регулюватися іншими нормативними актами. Наприклад, договір (контракт) суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності і використуване до них право регулюються **ст.4,6 Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність»**. Відповідно можуть заключатися **контракти на:**

- 1) експорт і імпорт товарів, капіталів і робочої сили;
- 2) надання суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності **України** послуг іноземним суб'єктам господарської діяльності, в тому числі виробничих, транспортно-експедиційних, страхових, консультаційних, маркетингових, експортних, посередницьких, брокерських, консигнаційних, управлінських, облікових, аудиторських, юридичних, туристичних, інших, а також надання вищевказаних послуг іноземними суб'єктами господарювання на території **України**;
- 3) наукову, науково-технічну, науково-виробничу, виробничу, навчальну та іншу кооперацію з іноземними суб'єктами господарської діяльності, навчання і підготовку спеціалістів на комерційній основі;

- 4) міжнародні фінансові операції з цінними паперами;
- 5) кредитні і розрахункові операції;
- 6) створення суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності банківських, кредитних і страхових закладів за межами **України**, а також створення їх на території **України** з участю іноземних суб'єктів господарської діяльності;
- 7) спільну підприємницьку діяльність між суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності та іноземними суб'єктами господарської діяльності, включаючи створення спільних підприємств різних видів і форм, проведення спільних господарських операцій і спільне володіння майном як на території **України**, так і за її межами;
- 8) підприємницьку діяльність на території **України** і за її межами, пов'язану з наданням ліцензій, патентів, ноу-хау, торгових марок і інших нематеріальних об'єктів власності;
- 9) організацію і здійснення діяльності по проведенню виставок, аукціонів, торгів, конференцій, симпозіумів, семінарів та інших подібних заходів на комерційній основі;
- 10) здійснення оптової, консигнаційної і роздрібною торгівлі на території **України** за іноземну валюту у передбачених законодавством випадках;
- 11) товарообмінні (бартерні) операції та іншу зустрічну торгівлю;
- 12) орендні, в тому числі лізингові, операції між суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності і іноземними суб'єктами господарської діяльності.

Заборонений експорт з території України предметів, які складають національне, історичне чи культурне багатство українського народу, імпорту чи транзиту будь-яких товарів, які можуть нанести шкоду здоров'ю, становлять загрозу для життя населення і тваринного світу, екологічно небезпечні, а також імпорту продукції і послуг, які пропагують ідеї війни, расизму, расової дискримінації, геноциду і т.п., які не відповідають відповідним нормам Конституції України (ст.17 Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність»).

Згідно вимоги ст.6 Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність», зовнішньоекономічний договір (контракт) уклада-

ється в письмовій формі, якщо інше не встановлено законом чи міжнародним договором **України**. Так, повинні бути укладені в письмовій формі договори юридичних осіб між собою і з фізичними особами, контракти фізичних осіб між собою на визначену суму (більше 100 дол.), а також відчуження житлового будинку, квартири, гаража, садового будинку, майнового найму, займу, комісії, зберігання. При цьому договори про відчуження житлового будинку, будівельних матеріалів, при відсутності на них документів, повинні бути нотаріально завірені.

До письмової форми контракту відносять документ, який підписаний сторонами; листи, телеграми, телефонограми і т.п., підписані стороною, яка їх посилає. Важливо, щоби у них містилися всі основні умови контракту. Контракти, по відношенню до яких закон не вимагає обов'язкової письмової форми, можуть укладатися в усній формі. У такому випадку особа, яка оплатила товари чи послуги, повинна отримати від іншої сторони документ, який підтверджує отримання грошей і причину їх отримання.

Ст.154 Цивільного кодексу України передбачає, що у випадку домовленості укладати контракт у певній формі, він вважається укладеним з моменту надання йому обумовленої форми (навіть якщо по закону дана форма не вимагалась).

У залежності від принципів, які лежать в основі класифікації, контракти купівлі-продажу можна поділити на такі види:

- 1) разові і з періодичною поставкою;
- 2) з оплатою в грошовій і в товарній формі (повністю чи частково).

Контракти з разовою поставкою називають разовими угодами і передбачають поставку однією стороною іншій узгодженої кількості товару на певну дату. Поставки за такими угодами виконуються один чи кілька разів упродовж узгодженого періоду. Разові угоди бувають двох типів: з короткими термінами поставок (на сировину) і з тривалими термінами поставок (на комплектне і складне обладнання, літаки, судна тощо).

Контракти з періодичною поставкою передбачають регулярну, періодичну поставку певної кількості товарів упродовж визначеного

ного періоду. Цей термін може бути коротким (**до року**) і тривалим (**5-10-15-20 років**). Довготривалі контракти переважно укладаються на поставку промислової сировини, напівфабрикатів, нафти, нафтопродуктів, природного газу, руди, целюлози, газетного паперу і т.п.

У залежності від форми оплати за товар розрізняють **контракти з оплатою в грошовій формі і контракти з оплатою в товарній формі**. Контракти з оплатою в грошовій формі передбачають розрахунки у певній валюті з використанням визначеного сторонами способу оплати і форми розрахунку. Контракти з оплатою в товарній формі включають товарообмінні (бартерні) угоди, прості компенсаційні угоди та контракти з оплатою в змішаній формі (контракти «про розподіл продукції», «про промислову компенсацію», «угоди на компенсаційній основі», «угоди розвиток-імпорт»). Останній вид контрактів фактично включає три довгострокові угоди на одну і ту ж суму без виплати процентів по кредиту: контракт купівлі-продажу технічних засобів та послуг по будівництву; угоду про довгостроковий кредит; довгостроковий контракт на поставку сировини.

У торговій практиці існують найрізноманітніші контракти. В основі кожного з них лежать положення класичного контракту купівлі-продажу, головні умови якого розглянуто у цьому розділі.

Розрізняють **три форми контракту: повна, скорочена, типова**. При використанні **повної форми контракту** сторони повинні узгодити та викласти в письмовій формі всі можливі умови договору купівлі-продажу. При використанні **скороченої форми контракту** сторони повинні узгодити та викласти в письмовій формі частину умов; стосовно решти умов сторони мають раніше досягнуті домовленості або використовують торгові правила та звичаї країн-партнерів. При використанні **типової форми контракту** сторони повинні додатково узгодити кілька статей договору (мінімум чотири – найменування товару, кількість, термін поставки, ціна); решта статей заздалегідь узгоджені та уніфіковані.

Тема 3. Деякі вимоги зовнішньоторговельного контракту

3.1. Зміст контракту.

Зміст контракту складають його умови, про які сторони, що укладають угоду, домовились у процесі укладання контракту. Ці умови відображають специфіку взаємин сторін та їх особливі вимоги до предмета та порядку виконання контракту. Контракти класифікують за їх обов'язковістю для продавця та покупця і за їх універсальністю.

Умови контракту поділяються на **обов'язкові та додаткові**.

Обов'язкові:

- найменування сторін-учасників угоди;
- предмет контракту;
- якість і кількість;
- базисні умови поставки;
- умови платежу;
- санкції та рекламації;
- юридичні адреси та підписи сторін.

Додаткові:

- здавання-приймання товару;
- страховка;
- відвантажувальні документи;
- гарантії;
- пакування та маркування;
- форс-мажорні обставини;
- арбітраж;
- інші умови.

Обов'язковими вони називаються тому, що якщо одна зі сторін не виконує їх, то інша має право розірвати контракт і вимагати відшкодування збитків. **Додаткові** передбачають, що при порушенні їх однією зі сторін інша не має права розірвати угоду, зате може вимагати виконання контрактних зобов'язань і застосування штрафних санкцій, якщо це передбачено контрактом.

За універсальністю умови контракту можна поділити на універсальні й індивідуальні.

До універсальних належать:

- формування преамбули;
- здавання-приймання товару;
- базисні умови поставки;
- умови платежу;
- пакування та маркування;
- гарантії;
- санкції та рекламації;
- форс-мажорні обставини;
- арбітраж.

До індивідуальних належать:

- найменування сторін-учасників угоди;
- предмет контракту;
- якість товару;
- кількість товару;
- ціна;
- строки поставки;
- юридичні адреси та підписи сторін.

3.2. Специфіка зовнішньоторговельного контракту.

Крім того, важливо, що окремі умови зовнішньоторговельних контрактів мають свою специфіку, яку необхідно знати і враховувати при складанні контракту. До таких умов належать: місце виконання контракту, ціна, фінансові умови, комерційні документи.

3.3. Місце виконання контракту.

Залежно від місця виконання контракту між сторонами розподіляються витрати на перевезення й обов'язки, пов'язані з доставкою товару. До місця виконання такі витрати й обов'язки за загальним правилом здійснюються продавцем, а в подальшому – покупцем.

У місці виконання контракту до покупця зазвичай переходить

право власності на товар і, відповідно, ризик випадкової втрати придбаного майна. У цьому полягає основна відмінність договору купівлі-продажу від усіх інших договорів – орендного, ліцензійного, страхування та ін., де не закладена умова про перехід права власності на товар, а предметом договору є право користування товаром чи надання послуг.

Стосовно законодавства **країн СНД**, виникнення та припинення права власності на товар визначається за законами місця здійснення зовнішньоторговельної угоди, право власності покупця на товар за договором купівлі-продажу виникає з моменту передачі йому товару, якщо інше не передбачено законом чи договором. Передачею визнається вручення товару покупцю, а також здавання товару транспортній організації чи пошті для відправлення покупцю, якщо за контрактом укладання договору перевезення та оплата за доставку товару покупцеві не входить в обов'язки продавця.

Переданий ним товар повинен за кількістю, якістю та іншими умовами відповідати вимогам контракту саме в місці виконання контракту. За подальше погіршення товару, якщо в цьому нема вини продавця, несуть відповідальність ті особи, якими було завдано шкоди товаріві.

3.4. Ціна товару.

Ціна товару є однією із суттєвих умов контракту. Вона виражається числом грошових одиниць певної валюти за одну кількісну одиницю товару, вказаного в контракті.

Ціни контрактів за узгодженням сторін фіксуються у валюті однієї з країн контрагентів чи у валюті третьої країни.

Визначення ціни та валюти платежу залежить, по-перше, від співвідношення сил між покупцем і продавцем, по-друге, від ustalених звичаїв у міжнародній торгівлі. Наприклад, у торгівлі каучуком, оловом ustalився звичай вказувати ціни у фунтах стерлінгів, а в торгівлі нафтопродуктами – в американських доларах.

Інколи обумовлена у контракті ціна та ціна, фактично сплачена покупцем, не збігаються. Природно, що ціна товару залежить від

обумовлених у контракті умов його поставки у вказаний географічний пункт.

Питання, що виникають при встановленні ціни на товар:

- на які ціни орієнтуватися експортеру при встановленні ціни попиту та імпортеру при визначенні доцільності купівлі;
- як співвідноситься ціна товару з витратами на доставку товару покупцеві;
- яким способом розрахувати ціну товару;
- як зафіксувати ціну у контракті;
- в якій валюті встановити ціну товару і в якій здійснювати платіж;
- як уникнути валютного ризику.

Загальні засади, які використовуються при встановленні ціни товару, у практиці міжнародних торгових угод, такі:

- ціна кожного товару встановлюється за певну одиницю виміру.

Наприклад:

- за кількісну одиницю маси (кілограм, тонну і т.д.);
- за числову одиницю (десяток, дюжину, сотню і т.д.);
- за одиницю маси, з огляду на базисний вміст основної речовини товару (руди, концентрати, продукція на основі хімічних сполук), на коливання натуральної маси, вмісту побічних домішок і вологи.

За умов, якщо за даним контрактом поставляються товари різної кількості й асортименту, то ціна встановлюється окремо за одиницю товару кожного виду, сорту, марки. Тоді ціни на товар вказуються у додатках до контракту – специфікаціях, які є невід’ємною складовою контракту. При поставках комплексного обладнання у специфікаціях вказується ціна на кожний комплектуючий виріб. При часткових поставках у специфікації вказується ціна кожної часткової поставки. Якщо в основу ціни береться одиниця маси, то потрібно визначити її характер (маса нетто – маса товару без упаковки; маса брутто – маса товару разом з упаковкою; маса брутто за нетто – маса товару з упаковкою, маса якої настільки мала, що нею можна знехтувати). У разі, коли в основу ціни кладеться одиниця маси або ціна встановлюється за штуку чи комплект, у контракті обумовлю-

ється чи включається вартість упаковки і тари у ціну товару.

Експортні поставки товару за даною ціною найефективніші, якщо ціна товару покриває прямі затрати, компенсує віднесені на товар непрямі витрати, приносить прибуток. **Прямі витрати** – це затрати на виробництво та реалізацію, безпосередньо пов'язані з даним товаром. **Витрати виробництва** включають у себе придбання і збереження сировини та матеріалів, заробітну плату, амортизацію основних фондів і виплату процентів за кредит. До **витрат реалізації** належать витрати на транспортування товару покупцеві, страхування товару, сплату експортних податків, мита та зборів, агентських винагород посередникам.

Непрямі витрати пов'язані з діяльністю підприємства загалом і відносяться на вартість даного товару. Окрім того, ціна товару обов'язково включає певний прибуток у процентах до суми витрат.

В умовах, коли матеріальні затрати на виробництво товарів у СНД зовсім не співвідносні із витратами на виробництво таких товарів за кордоном, ціни, розраховані на основі витрат і прибутку, є **демпінговими**, тобто значно нижчими, ніж світові. Під **світовими цінами** розуміють ціни, за якими проводяться великі комерційні експортно-імпорتنі операції в основних центрах світової торгівлі з платежами у вільноконвертованій валюті.

У країнах СНД спостерігається тенденція наближення цін багатьох товарів до світових. Збереження такої тенденції може призвести до того, що наші експортери зіштовхнуться з жорсткою конкуренцією на світовому ринку.

З метою визначення загального рівня цін планованого продажу користуються цінами, що публікуються у спеціальних і фірмових джерелах інформації. Практично світові ціни – це експортні ціни основних постачальників даного товару й імпорتنі ціни у головних центрах імпорту цього товару. Наприклад, на пшеницю та алюміній світовими є експортні ціни **Канади**; на пиломатеріали – ціни **Швеції**; на каучук – ціни **Сінгапурської біржі**; на хутро – ціни **Санкт-Петербурзького та Лондонського аукціонів**; на чай – ціни аукціонів у **Калькутті, Коломбо та Лондоні**. Для сировинних товарів сві-

тову ціну визначають основні країни-постачальники, щодо готових виробів і обладнання вирішальну роль відіграють провідні підприємства, які випускають і експортують.

До **публікованих цін** належать довідкові ціни, біржові котирування, ціни аукціонів, ціни, подані в загальностатистичних довідниках, ціни фактичних угод, ціни пропозицій великих підприємств.

Довідкові (індикативні) ціни – це ціни товарів у внутрішній оптовій чи зовнішній торгівлі різних країн, що публікуються у друкованих виданнях.

Біржові котирування – ціни товарів, що є об'єктом біржової торгівлі, які в основному відображають фактичні операції.

Ціни аукціонів близькі до біржових котирувань, оскільки відображають, як правило, реальні угоди.

Ціни попередніх угод застосовують у разі відносної стабільності цін і, насамперед, на промислову сировину, а також на машини й обладнання.

Обґрунтованим критерієм для встановлення рівня цін є ціни фактичних угод та ціни пропозицій фірм-конкурентів.

Одним із дієвих чинників успішного виходу на ринок є надання покупцям певних пільг у вигляді **знижок на ціни**. Розмір знижок залежить від характеру угоди, умов поставки та платежу, взаємин із покупцем, кон'юнктури ринку в момент угоди.

Види знижок:

спеціальна знижка надається привілейованим покупцям, у замовленнях яких найбільше зацікавлений продавець;

загальна (проста) знижка – знижка з преїскурантної ціни на серійні машини й обладнання, становить зазвичай 20-30%, а іноді й до 40%. Проста знижка на промислову сировину складає близько 5%;

прогресивна (оптова) знижка – це знижка за кількість. Вона застосовується щодо серійних замовлень виробів, до яких експортери виявляють значне зацікавлення. Розмір знижки досягає 10%;

дилерська знижка надається продавцями своїм постійним представникам і посередникам. Вона активно застосовується при продажі автомобілів, тракторів, стандартного обладнання й оргтехніки: коли-

вається залежно від марки товару і становить 15% від ціни;

знижка «сконто» – знижка при розрахунках готівкою. Такі знижки особливо поширені у **Західній Європі**. У контракті вона фіксується так: «Ціна товару – 2 000 євро, при оплаті протягом одного тижня – знижка 4%»;

бонусна знижка, чи знижка за оборот, надається продавцем своїм постійним агентам за реалізацію певної кількості товару. В агентській угоді встановлюється від 5 до 25%;

сезонна знижка використовується при продажі товару поза сезоном.

При наданні **спеціальної знижки** застереження про неї у тексті контракту бажане. Застереження може мати такий вигляд: «Ціна одиниці товару становить 900 дол. США, але продавець надає покупцеві знижку у розмірі 10% з кожного виробу, і кінцева ціна контракту складає таку-то суму».

Тема 4. Структура контракту

Зміст контракту складають його умови, про які сторони, що укладають угоду, домовились у процесі укладання контракту. Ці умови відображають специфіку взаємин сторін та їх особливі вимоги до предмета та порядку виконання контракту. Контракти класифікують за їх обов'язковістю для продавця та покупця і за їх універсальністю.

Найпростіший контракт купівлі-продажу включає такі **основні умови**:

- 1) предмет та об'єм поставки (найменування та кількість товару);
- 2) способи визначення якості товару;
- 3) термін та місце поставки;
- 4) базові умови поставки;
- 5) ціна та загальна вартість поставки;
- 6) умови платежу;
- 7) порядок здачі-приймки товару;
- 8) умови про гарантії та санкції;
- 9) про арбітраж;

- 10) про обставини нездоланної сили;
- 11) транспортні умови;
- 12) юридичні адреси сторін;
- 13) підписи продавця та покупця.

У контракт зазвичай вносяться:

- поняття та порядок визначення збитків, відшкодування яких може вимагатись при порушенні зобов'язань однією із сторін;
- право на отримання процентів при прострочці платежу;
- принцип звільнення від відповідальності;
- наслідки від розірвання договору;
- право на призупинення виконання договору;
- зобов'язання по збереженню товару, який належить іншій стороні.

Сформулювати всі умови договору з достатньою повнотою та чіткістю буває досить важко. Варто мати на увазі, що національні закони відрізняються різноманітністю та мають за одними і тими ж питаннями протилежні вказівки.

Умови контракту поділяють на **обов'язкові та додаткові**. **Обов'язковими** називають умови, при невиконанні однією із сторін яких інша сторона має право розірвати контракт і вимагати відшкодування збитків.

Додаткові умови передбачають, що при порушенні їх однією із сторін інша не має права розірвати угоду, зате може вимагати виконання контрактних зобов'язань і застосувати штрафні санкції.

З погляду універсальності умови контракту можна поділити на **універсальні і індивідуальні**.

Окремі умови мають свою специфіку, яку необхідно знати і враховувати при складанні контракту. До таких умов належать місце виконання контракту, ціна, фінансові умови, комерційні документи.

Тема 5. Умови зовнішньоторговельного контракту

Стосовно до вимоги ст. 153, 154 Цивільного кодексу України контракт вважається укладеним, коли між сторонами досягнута домовленість за всіма основними умовами.

5.1. Вступна частина.

Передує тексту договору і має наступний зміст: найменування та номер контракту, місце та дата укладання, визначення сторін, які здійснюють угоду. Деколи робиться посилання на переговори, які передують підписанню контракту, з указанням місця та терміну проведення.

5.2. Предмет контракту.

Вказуються найменування товару, його характеристика, асортимент. Якщо передбачається поставка товарів різних якісних характеристик або різного асортименту, зазвичай вони перераховуються в специфікації, що додається до контракту і складає його невід'ємну частину, про що в контракті робиться відповідне застереження.

5.3. Кількість.

Встановлюється одиниця виміру кількості товару, порядок встановлення кількості товару, система міри і ваги.

Одиниця виміру кількості. Кількість товару в контракті можна виразити мірами ваги, об'єму, довжини, площі і в штуках. Вибір тієї чи іншої одиниці виміру кількості товару залежить від характеру самого товару і від практики, що склалася в міжнародній торгівлі. Наприклад, при торгівлі деякими товарами (ртуть, сірники, кава, кишки) одиницею виміру кількості товару служить кількість товару, що знаходиться в певній упаковці (бутель, коробка, мішок, пачка).

Порядок встановлення кількості товару. Кількість товару, який належить до поставки, може бути визначена твердо фіксованою цифрою або у встановлених межах. Деколи твердо фіксована кількість супроводжується застереженням, що дає право продавцю або

покупцю закупити на тих або інших умовах у той чи інший строк додаткову кількість товару з указанням періоду, упродовж якого він може скористатися своїм правом. Це право виражається словами «за опціоном» або «за вибором».

У контрактах на товари, що поставляються насипом, навалом або наливом, визначення кількості доповнюється застереженням, що допускає відхилення товару, що фактично поставляється продавцем від кількості, обумовленої в контракті. Це застереження називається застереженням «біля» і може бути виражене одним із наступних способів:

- перед цифрою, яка визначає кількість товару, ставиться слово «біля»;
- після цифри, що визначає кількість, ставляться слова «більше (менше) на ...» або «більше (менше) на ...%».

Зазвичай у контракті встановлюється ціна поверх контрактного товару.

5.4. Якість.

Визначення якості товару в контракті передбачає встановлення якісних характеристик товару (сукупності властивостей, які визначають придатність товару для використання по призначенню).

Проблема забезпечення належної якості товару, який поставляється, повинна розглядатись у двох площинах: зобов'язання продавця по поставці товару відповідної якості і способи оцінки якості поставленого товару при прийомці уповноваженими представниками покупця.

Зазвичай продавець повинен підтвердити відповідність якості товару шляхом представлення сертифіката походження чи сертифіката якості.

Сертифікати якості, які не слід плутати із сертифікатами походження, час від часу застосовуються в міжнародній торгівлі. Сторони, наприклад, можуть домовитись про видання сертифіката якості «експертами», урядового сертифіката про те, що товар (фрукти) забезпечений «фітопатологічним сертифікатом про відсутність хвороб, або сертифікатом, який підтверджує, що якість товару відповідає якості «стандартного взірця» торгової асоціації. Сторони можуть також домовитись про те, що сертифікат про склад або якість товару

видає сам продавець. Сертифікати якості можуть бути двох типів:

адресований будь-якій особі сертифікат стандартної якості (відомий як сертифікат *in rem*);

адресований сторонам договору сертифікат про вимоги договору (названий сертифікатом *in personam*).

Від намірів сторін, що домовляються, залежить, який буде застосовано сертифікат. **Сертифікати *in rem*** – це сертифікати офіційної лабораторії або визнаної інжинірингової чи контролюючої організації, наприклад, сертифікат **Ллойда**. Іноді вимагається сертифікат ***in rem***, який видає інспектуюча організація, такий як сертифікат **SGS**.

Сертифікати *in personam* вказують іноді, що вони є «**відносно якості остаточними**». В цьому випадку сертифікат обов'язковий для продавця і покупця, навіть якщо він містить неточності або інспектор діяв необережно. Однак сертифікат перестає бути зобов'язуючим, якщо арбітраж, який судить, не визнає його.

Далі, сторони повинні провести межу між якістю товару і його станом. У цьому випадку сертифікат, хоча і сформульований як остаточний, повинен бути складений так, щоб він відносився лише до якості товару і не повинен позбавляти покупця можливості звернутися із скаргою про стан товару у суд. Якщо ж сторони не провели такої межі, то поняття «**якість товару**» включає в себе і його стан.

Сертифікат інспектування не ідентичний сертифікату якості, хоча він може бути виданий контрольною організацією, якщо це обумовлено договором. Мінімальним для такого сертифіката є вимога візуальної перевірки інспектором товару і констатації, що товар за зовнішніми даними є в хорошому стані. Якщо застосовувався спеціальний метод інспектування або при інспектуванні отримана якась спеціальна інформація, покупець повинен у зрозумілій формі це вказати. Із чисельних інспектуючих організацій, що займаються різними товарами, **слід назвати чотири з них**, які мають представництва в багатьох центрах міжнародної торгівлі: **Societe Generate de Surveillance (SGS)**, яка має штаб-квартиру в **Женеві** (вона вважається найкрупнішою і найнезалежнішою організацією); **Cargo Superindents Ltd.**, Лондон; **Superintendence Co. Inc.**, Нью-Йорк; **Bureay Veritas of France**, Париж.

У сучасній експортній торгівлі зростає значення такого типу інспектування як інспектування перед відвантаженням (**DSI**). Якщо

інспектор належним чином проінформований, то інспектування перед відвантаженням досить корисне. Це дозволяє надалі уникнути суперечок між продавцем і покупцем відносно відповідності товару умовам договору, а також між страховиком і страхувальником з питання про те, коли – до чи після переходу ризику – сталася втрата чи пошкодження товару.

Загальноприйнято перевіряти якість товару на момент його передання перевізникові. Контроль, як правило, полягає в перевірці якості товару і його стану, однак спосіб перевірки залежить від умов договору на інспектування товару. Ряд контрольних організацій мають лабораторії, інші підрозділи здатні здійснювати, у випадку необхідності, ряд складних тестів. Іноді контрольним органам, у придачу до перевірки якості, доручається контроль цін. У цьому випадку вони зобов'язані повідомити покупця, чи співставні ціни на товар з цінами на аналогічні товари, що пропонуються іншими постачальниками. Деякі країни, що розвиваються, не надають імпортової ліцензії до тих пір, поки контрольною організацією не видається чистий сертифікат, який включає перевірку цін.

(Іноді експортери жаліються, що контрольні організації наполягають на необумовленому зниженні ціни, твердо узгодженої з іноземним покупцем, або на розшифровці калькуляції ціни, яка визнається конфіденційною. Таке втручання в договірні відносини продавця і покупця третьої особи може породити правові проблеми, якщо це не обумовлено наперед у чіткій формі в договорі купівлі-продажу).

Тенденції експортерів щодо вмішання контролюючих організацій у вільнообумовлені договори купівлі-продажу не залишаються безрезультатними. В ряді країн, зокрема в **Німеччині**, жорстко регулюється інспектування перед відвантаженням, включаючи складання цін. Однак, щодо експортерів з багатьох країн, включаючи **США**, вирішення таких проблем повинно бути на міжнародному рівні (**ГАТТ, МТП, ЄС, ООН**). **SGS** опублікувала брошуру, в якій експортерам пояснюється процедура інспектування перед відвантаженням, включаючи співставлення цін.

Для цього можуть використовувати різні методи оцінки товару, який поставляється:

- 1) за міжнародними, державними, фірмовими і т.п. стандартами;
- 2) за технічними умовами;
- 3) за специфікаціями. Специфікація зазвичай містить необхідні

технічні параметри товару. Специфікації можуть складатися експортерами, імпортерами, різними асоціаціями та іншими національними і міжнародними організаціями. В контракті потрібно вказати організацію, яка склала специфікацію, та привести основні показники специфікації;

4) за зразком. Даний метод передбачає встановлення якості товару у відповідності з певним зразком, який узгоджується та підтверджується сторонами і є еталоном. У контракт вноситься вказівка про кількість відібраних зразків та порядок порівняння поставленого товару зі зразком. Передбачається зберігання сторонами (як правило трьома) зразків упродовж певного терміну з дати поступлення останньої партії товару;

5) за попереднім оглядом. Цей спосіб інакше називається «оглянуто – схвалено». Покупцю надається право оглянути всю партію товару у встановлений термін. Продавець гарантує якість товару таким, яким його оглянув та схвалив покупець; він несе відповідальність лише приховані недоліки, які покупець при огляді не зміг встановити. Найчастіше даний метод використовується при торгівлі зі складів та аукціонних торгах;

6) за вмістом окремих речовин у товарі. При цьому у контракті встановлюється мінімально допустимий процент вмісту корисних речовин та максимально допустимий процент вмісту небажаних елементів чи домішків;

7) за виходом готового продукту. Використовуючи його, в контракті визначається показник, за яким оцінюють кількість кінцевого продукту, який повинен бути отриманий з сировини в процентах чи абсолютній величині;

8) за справедливою середньою якістю (ФАК). У контрактах робиться вказівка, що якість товару повинна відповідати справедливій середній якості (наприклад, зерна) в певний період та у встановленому місці відвантаження;

9) за натуральною вагою. При цьому натуральна вага – це вага одиниці виміру об'єму товару (наприклад, вага, виражена в кілограмах). Вважається, що така вага відображає фізичні властивості товару (форму, величину, наповненість, питому вагу) та дає уяву про кількісний вихід продуктів переробки із нього (наприклад, муки та крупи);

10) за способом «тель-кель». Цей спосіб означає поставку та

прийом товару **«таким, яким він є»**. Продавець не несе відповідальності за якість товару, який поставляється. Використовується при продажу врожаю «на корню», при морських перевезеннях вантажів.

Крім перерахованих способів, можуть використовуватися й інші (наприклад, розмір окремих частин товару, колір товару і т.п.). Часто використовують два чи кілька способів. При відсутності вказівок відносно якості, вважається, що якість товару, який поставляється, повинна відповідати середній якості, прийнятій у країні продавця чи виробника.

5.5. Термін та дата поставки.

Під **терміном поставки** розуміють момент або період, коли продавець зобов'язаний передати товар у власність покупцю чи особі, яка діє від його імені.

Термін поставки в умовах контракту може бути визначено **наступними способами**:

1) календарним днем поставки;
2) шляхом визначення періоду, упродовж якого повинна бути здійснена поставка (**«упродовж»**, **«не пізніше»**). При періодичних поставках можуть використовуватись терміни **«щомісячна»**, **«щоквартальна»**;

3) за допомогою використання загальноприйнятих термінів: **«термінова поставка»**, **«швидка поставка»**, **«без затримки»**, **«товар на місці»**, **«зі складу»**. Дані терміни можуть використовуватись, якщо в момент укладання контракту товар знаходиться у розпорядженні продавця у місці виконання чи доступний для придбання перепродавцем;

4) шляхом вказання числа днів, тижнів і т.п., відрхунок яких починається з моменту виконання однією із сторін передбаченої у контракті дії.

Іноді не встановлюють точно термін поставки. У такому випадку він визначається умовами типу **«упродовж літа»**, **«після відкриття навігації»** і т.п.

Дата поставки – дата передачі товару у розпорядження покупця. В умовах контракту її визначення не є обов'язковим. Зазвичай, датою поставки вважається:

- дата документа, який видається транспортною організацією;
- дата розписки транспортно-експедиційної фірми про прийом

вантажу для подальшої відправки;

- дата складського свідоцтва (у випадку, якщо покупець несвоєчасно надає тоннаж і продавець скористається своїм правом передати товар на зберігання на склад за рахунок та ризик покупця);
- дата підписання прийомоздаточного акта комісією замовника та представником постачальника (в контрактах на судна постачальником передається замовнику сертифікат на право власності);
- дата підписання прийомоздаточного акта комісією замовника та представником постачальника після поставки останньої партії вантажу, без якої не можливе використання раніше поставленого (наприклад, обладнання в контрактах на комплектне обладнання).

5.6. Базисні умови поставки товару.

Базовими умовами поставки товару називаються спеціальні умови, які визначають зобов'язання продавця та покупця щодо доставки товару в узгоджений пункт, розподіляють витрати на транспортування, здійснення та оплату митних формальностей, встановлюють момент переходу ризиків, пов'язаних з випадковою втратою чи пошкодженням товару, з продавця до покупця.

З огляду на те, що Україна приєдналась до інтерпретації торгових термінів за «ІНКОМТЕРМС-1990», зараз використовується наступна класифікація базових умов поставки товару:

1) **перша група** – група «E», згідно умов якої продавець передає товар у розпорядження покупця в приміщенні продавця (умови групи «EXW» – «франко-завод»);

2) **друга група** – у якій продавець зобов'язаний доставити товар перевізнику, якого визначає покупець (умови групи «F», «FCA» – «франко перевізник», «FAS», «FOB»);

3) **третья група** – умови групи «C», згідно яких продавець укладає договір на перевезення товару, але без прийняття ризику загибелі чи пошкодження товару чи виникнення додаткових витрат, викликаних подіями, які виникли після навантаження та відправки товару (CFR-каф, CIF-сіф, CPT – «перевезення оплачене до ...», та CIP – «перевезення та страхування оплачені до...»);

4) **четверта група** – умови групи «D», за якими продавець повинен нести всі витрати та ризики, необхідні для доставки товарів у країну призначення (**DAF** – «поставка до кордону...», **DES** – «поставка з судна ...», **DEQ** – «поставка з пристані...», **DDU** – «поставка ... без оплати мита», **DDP** – «поставка ... з оплатою мита») (таблиця 25).

Таблиця 25

Групи базисних умов поставки товару

Група «E» (договори відправки)	EXW	франко-завод (територія відправника)
Група «F» (основне перевезення не оплачене)	FCA	франко-перевізник
	FAS	фас (вільно вздовж борту судна)
	FOB	фоб (франко-борт)
Група «C» (основне перевезення оплачене)	CAF	каф (вартість та фрахт)
	CIF	сіф (вартість, страхування і фрахт)
	CPT	перевезення оплачене до
	CIP	перевезення та страхування оплачені до
Група «D» (договори прибуття)	DAF	поставка до кордону ...
	DES	поставка з судна ...
	DEQ	поставка з пристані ...
	DDU	поставка ... без оплати мита
	DDP	поставка ... з оплатою мита

Торговці, які збираються використовувати ці правила, повинні вказувати, що у своїх договорах керуються «**ІНКОМТЕРМС-1990**».

Найчастіше у зовнішньоторговельних контрактах використовують умови **FOB** (при експорті товарів) і **CIF** (при імпорті товарів).

5.7. Ціна.

У даному розділі визначають одиницю виміру ціни, базис ціни, валюту ціни, спосіб фіксації та рівень фактурної ціни (тобто ціни контракту).

Базис ціни встановлює, чи входять транспортні, страхові, складські та інші витрати по доставці товару в ціну товару. Базис ціни визначається на основі використання відповідного терміну (**FAS**, **FOB**, **CAF**, **CIF** і т.п.) з вказанням назви пункту здачі товару (таблиця 26).

Таблиця 26

Основна умова базисних цін

№	Вартість	EXW	FAS	FOB	FCA	CAF	CIF
1	Фрахт та страхування до порту, аеропорту і т.п.	пок	прд	прд	прд	прд	прд
2	Навантаження товарів на борт (якщо воно не входить у плату за перевезення)	пок	пок	прд	пок	прд	прд
3	Експортні податки, ліцензії і т.п.	пок	пок	прд	прд	прд	прд
4	Перевезення від порту (аеропорту) до країни призначення	пок	пок	пок	пок	прд	прд
5	Страхові витрати від порту (аеропорту) до країни призначення	пок	пок	пок	пок	пок	прд
6	Розвантаження (якщо воно не входить у вартість перевезення)	пок	пок	пок	пок	пок	прд
7	Фрахт та страхування від порту призначення до кінцевого пункту доставки вантажів	пок	пок	пок	пок	пок	прд

5.8. Хто оплачує витрати.**Спосіб фіксації ціни.**

У міжнародній торгівлі використовують кілька способів фіксації:

1. Тверді або незмінні ціни – узгоджуються при укладанні контракту та не підлягають зміні у ході його виконання. Супроводжується застереженням «ціна не підлягає зміні».

2. Рухомі ціни – зафіксована в процесі укладання контракту ціна, яка може бути переглянута пізніше при зміні ринкової ціни. При такому способі фіксації вноситься застереження про підвищення і

зниження ціни. В контракті обумовлюється прийнятний мінімум відхилень ринкової ціни від контрактної (2-5%), у межах якого сторони не переглядають зафіксовану ціну.

3. Ціни з подальшою фіксацією – встановлюються у визначені договором терміни на основі узгоджених джерел. Так, наприклад, контрактом може бути передбачено, що ціни на продані по ньому товари будуть встановлені на рівні цін світового ринку на певну дату чи у день поставки товару покупцю. У якості джерел інформації про рівень цін контракт може передбачати біржові котирування, ціни, які публікуються у різних довідниках та галузевих журналах, а також ціни, які реально складаються на світовому ринку та визначаються по достовірних конкурентних матеріалах.

4. Ковзаючі ціни – використовуються в контрактах з тривалими термінами поставок, упродовж яких умови виробництва товарів можуть суттєво змінитися. Найчастіше ковзаючі ціни встановлюються при торгівлі машинами та обладнанням із термінами поставки, які перевищують один рік, а також при виконанні великих по об'єму та тривалих по часу підрядних робіт. Ковзаюча ціна складається із двох частин: базової, яка встановлюється на дату пропозиції чи підписання контракту, та змінна, яка визначається на період виготовлення чи поставки товару. Базова ціна розраховується продавцем на основі конкурентних матеріалів чи інших джерел та узгоджується з покупцем при підписанні контракту. Кінцева ціна зазвичай розраховується за такою формулою:

$$P_1 = \frac{P_0}{100} \left(a + b \frac{M_1}{M_0} + c \frac{S_1}{S_0} \right),$$

де: P_1 – кінцева ціна;

P_0 – базова ціна;

a, b, c – частки, які займають у ціні окремі складові, наприклад вартість матеріалів, вартість робочої сили і т.п.;

$\frac{M_1}{M_0}$ – індекс цін на матеріали, використовувані для виробництва

ва проданої продукції, на періоди їх закупки постачальником (M_1) та встановлення базової ціни (M_0);

$\frac{S_1}{S_0}$ – індекси заробітної плати у галузі, яка виробляє продукцію,

на періоди перерахунку ціни (S_1) та встановлення базової ціни (S_0).

Якщо у вартості продукції суттєву частку займають витрати на паливо чи інші компоненти, змінна частина приведеної формули може бути розширена на необхідне число складових елементів. При цьому сума всіх часток цих елементів повинна бути завжди рівною одиниці. Незмінна частка змінної частини ціни зазвичай встановлюється у межах від 0.1 до 0.2 і в основному відображає ту частину вартості основних фондів, яка переноситься на продукцію.

Індекси зміни цін на товари та ставок заробітної плати публікуються у більшості промислово розвинутих країн в офіційних та приватних економічних виданнях. Продавці та покупці мають можливість узгодити та обумовити у контракті джерело, з якого будуть використовуватися індекси. При угодах купівлі-продажу зазвичай використовуються індекси країн-постачальників. При підрядному будівництві промислових об'єктів на обладнання, як правило, використовуються індекси країн-постачальників, а на роботи, виконувані національними підрядними фірмами – індекси країн, де споруджуються об'єкти.

У практиці міжнародної торгівлі використовується близько 20 видів цінових знижок. Цінові знижки – метод встановлення ціни з урахуванням стану ринків і умов контракту. Найпоширенішими є такі види:

1. **Прості знижки (загальні)** – надаються з преїскурантної чи довідкової ціни, їх розмір складає **20-30%**, а у деяких випадках доходить до **30-40%**. Використовуються при торгівлі машинами і обладнанням. При поставках сировини прості знижки складають **2-5%**. До цих знижок можна віднести знижку, яка надається при розрахунках готівкою («сконто»). Ця знижка становить **2-3%** довідкової ціни чи відповідає величині позичкового процента на ринку.

2. **Бонусні знижки (націнки)** – надаються крупним оптовим покупцям, постійним клієнтам за обумовлений річний об'єм обороту, а не за кожен окрему поставку. Досягають **7-8%** вартості обороту, по деяких видах обладнання – **15-30%**.

3. **Експортні знижки** – надаються при продажах лише іноземним покупцям, їх мета – підвищити конкурентоспроможність товару на зовнішньому ринку.

4. **Сезонні знижки (націнки)** – використовуються переважно при торгівлі продукцією масового попиту, що має сезонний харак-

тер. На початку сезону мають вигляд націнок, а у кінці – знижок.

5. Дилерські знижки (націнки) – надаються оптовим та роздрібним продавцям, агентам чи посередникам. Ці знижки повинні покривати витрати дилерів на продаж та сервіс, забезпечувати їм певний розмір прибутку. Величина дилерської знижки залежить від товару і об'єму посередницьких послуг (**15-20%**).

6. Кількісні (прогресивні) знижки – розмір їх залежить від величини чи серійності замовлення. При поставках товарів масового попиту розмір їх відносно невеликий, а для товарів, що випускаються малими серіями чи за індивідуальними замовленнями, ця знижка має велике значення, оскільки збільшення серії веде до зменшення витрат виробництва. По окремих контрактах складають до **15%**.

7. Спеціальні знижки – надаються покупцям, з якими фірма має довгострокові зв'язки та інші форми відносин. До цієї ж категорії відносяться знижки на пробні партії і замовлення, знижки для давніх партнерів і т.п. Розмір цих знижок складає комерційну таємницю (за приблизними оцінками – **5-8%**).

Крім цього, існують різноманітні види знижок за особливі умови виготовлення та поставки продукції: підвищену якість, поставку до точно встановленого терміну і т.п.

5.9. Платежі.

В умовах контракту зазвичай визначають валюту платежу, термін його здійснення, спосіб платежу та форму розрахунку, вказують банки, які вестимуть розрахунки. Сюди ж включають валютно-фінансові застереження (застереження від валютного та фінансового ризиків).

Способи платежу визначають, коли виконується оплата товарів по відношенню до їх фактичної поставки. Основними способами платежу є готівковий платіж, платежі з авансом, платежі в кредит.

Основними формами розрахунків є інкасо, акредитив, по відкритому рахунку, шляхом телеграфного і поштового переказу, чекова, вексельна.

5.10. Упаковка та маркування товару.

В умовах контракту повинні міститися вказівки щодо забезпечення звичайної чи спеціальної упаковки товару.

Під **звичайною упаковкою** товару розуміють загальноприйнятую на ринку чи фірмі-виробнику упаковку товару, яка повинна забезпечувати його збереження від механічних чи інших пошкоджень при транспортуванні.

Спеціальні вимоги до упаковки товару можуть висуватися покупцем у зв'язку з:

- природно-кліматичними особливостями країни-покупця;
- фізичними та хімічними особливостями товару;
- наявними у покупця транспортними та розвантажувальними пристроями (висуваються обмеження щодо габаритів та ваги вантажів);
- побажаннями покупця щодо розфасовки товару чи іншого, що впливає з його інтересів подальшого використання чи збуту.

Маркування вантажів повинне містити таку інформацію:

- товаропросувну (реквізити експортера, номер контракту, номер трансу, номер місця, число місць у партії чи трансі);
- вказівки по поводженню із вантажем;
- може наноситися рекламне маркування.

5.11. Порядок відвантаження.

У контракті визначається термін, упродовж якого продавець зобов'язаний по телеграфу повідомити покупця у відповідній формі про готовність товару до відвантаження, приводиться перелік відвантажувальних документів, які повинен продавець передати покупцю.

5.12. Здача-приймання товару.

У контракті встановлюється порядок здачі-приймання товару (вид здачі-приймання товару, місце та термін фактичної здачі-приймання, спосіб перевірки якості товару, спосіб приймання товару по якості, метод визначення кількості і якості фактично поставленого товару, ким здійснюється здачі-приймання товару).

За **видами** здачі-приймання може бути **попередньою** (для загального огляду товару на території продавця) і **остаточною** (її мета –

встановити фактичне виконання поставки у встановленому місці і на певну дату).

Приймання товару по якості може відбуватись двома способами: на основі документа, який підтверджує якість товару умовам контракту, і шляхом перевірки якості фактично поставленого товару в місці поставки.

Приймання товару не слід змішувати з його отриманням чи схваленням. Отримання товару має менше значення, ніж його приймання, і не повинно розглядатись як таке. З'ясуємо, коли вважається, що покупець прийняв товар:

1. Коли покупець дає зрозуміти продавцеві, що він прийняв товар. Цей випадок є очевидним і не потребує коментарів.

2. Коли товар був зданий покупцеві, а він здійснює по відношенню до нього якусь дію, несумісну з правом власності продавця. Цей випадок має особливе значення. **По-перше**, така ситуація складається тільки після того, як покупцеві була надана розумна можливість огляду товару. **По-друге**, дія, несумісна з правом власності продавця, тлумачиться як прийняття товару тільки після його здачі покупцеві, але здача не обов'язково повинна бути фізичною: достатньо здати товар перевізнику для передання покупцеві, наприклад, при поставці на умовах **FOB і CIF**. Дія, несумісна з правом власності, – це будь-яка дія покупця, який веде себе так, ніби власником товару є він. Будь-яке розпорядження товаром, наприклад, перепродаж і відправка товару своєму покупцеві або передання його під заставу, є дією, несумісною з правом власності продавця, оскільки цим самим покупець приймає титул на товар, хоча він міг і не приймати його якості.

3. Коли після закінчення розумного строку покупець тримає товар у себе, не даючи продавцеві зрозуміти, що він відмовляється від нього. Закон утримується від встановлення фінансового періоду часу, протягом якого покупець повинен повідомити про свою відмову. **«Розумний строк»** – гнучке визначення, яке залежить від обставин справи; питання про те, що вважати розумним строком, завжди є питанням факту. Розумний покупець огляне товари, як тільки вони прибудуть до місця огляду, а потім прийме рішення про відхилення або прийняття.

Почуєць, бажаючи відмовитись від товару, зобов'язаний протягом розумного строку повідомити продавцеві про те, що відмовля-

ється прийняти його. Це повідомлення повинно бути зрозумілим, конкретним і не протирічити діям покупця відносно товару, які не сумісні з правом продавця на товар, для повідомлення про відмову не передбачено ніякої форми; воно може бути дано усно, по телексу, телеграфу або в письмовій формі, але покупець повинен переконатись у тому, що повідомлення досягло продавця, в протилежному випадку воно не дійсне. Покупець, що відмовляється від товару, не зобов'язаний відправляти його назад продавцеві, якщо немає відповідної домовленості; однак, будучи відповідальним за збереження, він повинен проявити відносно товару розумні дії. При умові дотримання цього зобов'язання, якщо товар відхилений обґрунтовано і своєчасно, ризик втрати чи пошкодження товару лежить на продавцеві. Право власності на відхилений покупцем товар повертається до продавця в момент прийняття ним відмови. Якщо ж він не приймає відмови і суд чи арбітраж визнає відмову обґрунтованою, то вважається, що право власності також повертається до продавця, оскільки право власності переходить до покупця лише при умові, що при огляді товар виявився таким, що відповідає договору.

5.13. Рекламациї.

Рекламация – претензія, яка висувається покупцем до продавця у зв'язку з невідповідністю якості та кількості поставленого товару умовам контракту.

Рекламациї можуть висуватися покупцем лише по тих питаннях, які не були предметом приймання товару, а також у випадках, коли виявлено, що представлені продавцем документи не відповідають фактичним даним.

Сторони у **контракті встановлюють:**

- порядок подачі рекламациї;
- термін, упродовж якого рекламациї можуть бути заявлені;
- права та обов'язки сторін у зв'язку з подачею рекламациї;
- способи врегулювання рекламациї.

Рекламациї, як правило, пред'являються у письмовій формі і містять такі дані: найменування товару, який рекламується, його кількість та місце знаходження, привід для рекламациї з вказанням, по яких саме недоліках вона може бути представлена, конкретні вимоги покупця по врегулюванню рекламациї.

5.14. Гарантії.

Визначається об'єм гарантії, гарантійний термін, зобов'язання продавця у випадку виявлення дефектності товару чи невідповідності його контракту. Якщо упродовж терміну гарантії товар виявиться дефектним, то **продавець зобов'язаний:**

- за свій рахунок ліквідувати дефект власними силами чи за домовленістю з покупцем;
- за свій рахунок замінити дефектований товар;
- вернути гроші або уцінити товар.

В умовах контракту перераховуються всі випадки, на які гарантія не розповсюджується (на запасні частини, швидкозношувані частини, на фізичний чи природний знос і т.п.).

5.15. Умови, які забезпечують виконання договору, і санкції.

Умовами, які забезпечують виконання договору, є:

1) умова, яка містить застереження про те, що жодна із сторін не має права передати свої права по контракту третій стороні без письмової згоди іншої сторони;

2) умова про те, що після укладання контракту вся попередня переписка та переговори по контракту втрачають свою силу;

3) умови, які визначають порядок його зміни чи анулювання;

4) умови, які містять гарантії, достатні для захисту інтересів контрагентів на випадок порушення умов договору однією із сторін. Зазвичай вони містять визначення різного роду санкцій у вигляді пені, неустойок, штрафів. Найбільш поширеним видом санкцій є неустойка – конвенційний штраф за запізнення в поставці товару.

Права продавця, що не отримав платежу за товари. В угодах міжнародної купівлі-продажу продавець, як правило, розлучається з володінням товаром до отримання його вартості, оскільки він вважає здійснити відвантаження товару. Навіть у тих випадках, коли оплата здійснюється готівкою, до моменту отримання продавцем переказу від покупця проходить певний час. При угодах з надання кредиту проходить ще більше часу, перш ніж буде оплачено вексель, виписаний покупцем на продавця. Протягом цього часу може багато чого статись: покупець може стати неплатоспроможним, він може видати торгові зобов'язання, що мають переважаче значення в порівнянні

із звичайними торговими боргами, він може об'єднатися з фірмою, яка має велику заборгованість, або країна покупця може заборонити платіж у визначеній валюті. У цих ситуаціях права продавця повинні бути захищеними. Право не виконувало б свого завдання, якщо б не містило спеціальних норм, спрямованих на захист продавця протягом уразливого періоду, який починається з моменту виходу товару із його володіння і продовжується до отримання ним його вартості. Для продавця найкращим способом захистити себе є передбачливість. Продавець, що розлучається зі своїм товаром до отримання його вартості, повинен був би включити контракт купівлі-продажу застереження про збереження за ним права власності на товар до отримання їх вартості. В тих випадках, коли продавець цього не зробив, його права визначені в **Законі «Про купівлю-продаж товару» 1979 року**. Мова йде про наступні права, які можна висувати на основі Закону:

1. Право утримання товару до виплати його вартості, коли він володіє товаром.

2. У випадку неплатоспроможності покупця – право затримки товару в дорозі після його виходу з володіння продавця.

3. Право перепродажу з обмеженнями, встановленими в Законі.

Перехід права власності. Існує дві можливості: 1) продавець може обумовити перехід права власності на товар до виконання певних умов, наприклад, отримання ним покупної ціни; 2) продавець може не робити перехід права власності умовним.

У першому випадку право власності не переходить на покупця до виконання ним висунутих продавцем умов, це стається у випадку передання товару як самому покупцеві, так і його агентові чи перевізникові. Така умова може бути висунута продавцеві шляхом включення в договір статті про збереження права власності, тобто статті, що обумовлює перехід права власності в залежності від отримання готівкою покупної ціни – дана умова не є чимось звичайним, особливо в міжнародній торгівлі, якщо тільки в наміри продавця не входить надання незабезпеченого кредиту. **Закон передбачає дві презумпції на користь умовного переходу права власності:**

1) якщо товар відвантажений і підлягає переданню по ордерному коносаменту продавця або його агента, передбачається, що продавець зберігає право власності на товар до тих пір, поки він або його агент не передасть коносамент покупцеві або його агентові;

2) якщо продавець оформив тратту разом з коносаментом покупцеві для забезпечення акцепту або платежу по тратті, право власності не переходить до покупця, якщо він не акцептує тратту.

Ці правила однаково застосовуватись на умовах **FOB і CIF**.

Якщо продавець не обумовить перехід права власності в контракті, то жодна із правових резолюцій, передбачених у Законі про купівлю-продаж, не може бути використана в якості правового захисту в такому випадку. Оформлення продавцем коносамента на ім'я покупця не обов'язково свідчить про намір продавця передати покупцеві право власності. Якщо ж коносамент передано покупцеві або його агентові, то майже неминучим є висновок про наміри продавця передати покупцеві право власності на товар. Дані правила застосовуються до всіх договорів, по яких в обов'язки продавця входить передання коносамента. В тих випадках, коли такого зобов'язання немає, наприклад, у договорах на умовах заводу, **FOB** (покупець укладає договір із перевізником) або франко, фізичне передання товару покупцеві або перевізникові вважається дією, згідно якої право власності переходить до покупця. Якщо продавець зобов'язаний виписати коносамент по договору на умовах **CIF, CFR** або **FOB** і коносамент переданий покупцеві або його агентові, то право власності до покупця переходить лише умовно, тобто це право може бути повернене продавцеві у випадку, коли виявиться невідповідність товару умовам договору. Навмисне затримання продавцем коносамента може означати, що в наміри сторін входило те, що право власності не передається покупцеві в такій майбутній поставці. Більше того, не слід забувати, що, з комерційної точки зору, затримка права власності визнається «засобом забезпечення» платежу за товар, якщо ж такий засіб забезпечення реалізується іншим чином, наприклад, шляхом включення положення про представлення акредитива, виданого банком, що користується хорошою репутацією, наміри сторін можуть полягати в тому, що право власності на товар переходить після видання банком такого акредитива.

5.16. Застереження про обставини нездоланної сили («форс-мажор»).

Майже всі контракти містять умови, які дозволяють переносити термін виконання договору чи звільняють сторони від виконання зобов'язань у випадку виникнення «форс-мажорних» обставин.

«Форс-мажорні» обставини можна поділити на дві категорії:

1) довготривалі – заборона експорту внаслідок військових дій, блокад, валютних обмежень та інших заходів уряду;

2) короткотривалі – пожежі, повені, стихійні лиха, замерзання морських шляхів чи порту, закриття морських проток, відхилення на шляху транспортування в результаті військових дій і т.п.

В умовах контракту визначається тривалість дії обставин нездоланної сили. Він встановлюється з урахуванням терміну поставки, характеру товару, способу продажу, торгових звичаїв. Так, для товарів, які швидко псуються, даний термін становить **15-30 днів**, для обладнання – **3-6 місяців**. Сторона, яка не може виконати свої зобов'язання в силу виникнення «форс-мажорних» обставин, повинна в письмовій формі повідомити іншу сторону про їх виникнення та закінчення. Ці повідомлення повинні підтверджуватися довідкою **Торгово-промислової палати** країни, на території якої виник «форс-мажор».

5.17. Арбітраж.

Встановлюється порядок вирішення спірних питань, які сторони не можуть врегулювати мирним шляхом. Разом з тим, сторони повинні враховувати положення про такі договори, встановлені міжнародними угодами.

5.18. Транспортні умови.

У даному розділі вказується:

- найменування порту навантаження (розвантаження) товару, пункту перевалки чи передачі вантажу;
- розподіл витрат по навантаженню (розвантаженню) товару між продавцем та покупцем;
- вибір проформ коносаменту (при чартерних договорах, морських перевезеннях) для оформлення договору перевезення;
- порядок передачі інформації про прибуття судна в порт навантаження (розвантаження) та визначення готовності судна до виконання вантажних операцій;
- норми часу на навантаження (розвантаження) і порядок визначення сталійного часу. **Сталійний час** – максимальний період, упродовж якого фрахтувальник має право за умови договору

тримати судно під навантаженням і розвантаженням, не оплачуючи нічого, крім обумовленого фрахту;

- умови призначення **стивідорів** та **агентів**. **Стивідори** – призначені фрахтувальником особи, які здійснюють навантаження, укладку в трюм та розвантаження вантажу. **Агенти** – призначені фрахтувальником особи, які обслуговують судно та виконують вимоги капітана;
- ставки, умови та порядок оплати перевізнику **демереджу** та **диспачу**. **Демередж** – обумовлена компенсація (штраф), яку власник судна має право отримати від фрахтувальника за перевищення обумовленої норми обробки судна (сталійного часу). **Диспач** – винагорода власника судна, яка виплачується фрахтувальнику за дострокову обробку судна.

5.19. Експортні та імпорتنі ліцензії.

У даному розділі визначається порядок отримання дозволів на товари, які ввозяться та вивозяться. Може бути коротко викладений у тексті контракту або детально викладений у загальних умовах поставки, які складають його невід’ємну частин.

Тема 6. Основні платежі у зовнішньоекономічній діяльності

6.1. Умови платежу.

Вони визначають спосіб і порядок фінансових розрахунків і гарантії виконання сторонами взаємних платіжних зобов’язань. Використовуються два види платежів – готівкою та розрахунки при кредиті. До готівкових розрахунків належать розрахунки з допомогою чеків, банківських переказів, акредитивів та інкасо.

Розрахунки чеками – це розрахунки з використанням письмових розпоряджень чекодавця платникові здійснити платіж вказаної на чеку суми чекодержателєві (пред’явникові чи конкретним особам і організаціям) готівкою чи шляхом перерахування на рахунок власника чека у банку.

Розрахунки з допомогою банківських переказів у міжнародній торгівлі відбуваються, як і в зовнішньому платіжному обороті, через платіжні доручення. Однак, платіжні доручення міжнародного

платіжного обороту підпадають під особливі міжнародні правила.

Банківський переказ – це розрахункова банківська операція, яка реалізується через спрямування платіжного доручення від одного банку до іншого. Платіжне доручення являє собою наказ банку, складений на основі вказівок переказувача-клієнта банку й адресований своєму банку-кореспонденту, про сплату певної суми грошей переказоодержувачу (бенефіціару).

Платіжні доручення посилаються поштою, телеграфом, телексом чи іншими засобами телетрансмісійного зв'язку. Виконання платіжного доручення у міжнародному обороті здійснюється доволі довго (в заокеанській торгівлі – декілька тижнів). Загальний строк виконання платіжного доручення йде за рахунок кредитора.

Запровадження **електронної обробки** даних забезпечило нові можливості для значного скорочення часу, потрібного на виконання платежів. Ці можливості використали провідні банки, які створили систему «СВІФТ», що стала новою організаційною формою передачі даних між банками-кореспондентами у міжнародному платіжному обороті (у 1973 р. 239 банків із 15 країн (Австрія, Бельгія, Англія, Данія, Італія, Канада, Франція, Люксембург, Нідерланди, Норвегія, США, Фінляндія, ФРН, Швейцарія, Швеція) заснували Товариство **всесвітнього міжбанківського фінансового телезв'язку («Society for Worldwide Interbank Financial Telecommunication – SWIFT»)**. Нині до цього товариства приєдналися банки 82 країн світу включаючи Україну.

При розрахунках банківськими переказами зазвичай включаються зобов'язання покупців надати продавцям фінансові гарантії платежів. Такими гарантіями можуть бути гарантії банків.

Гарантія банку означає поруку банку щодо зобов'язань клієнта по відношенню до третіх осіб.

Найпоширенішою формою платежу при розрахунку готівкою є **акредитив** – зобов'язання банку переказати на рахунок продавця гроші.

Із врахуванням умов зовнішньоекономічного контракту покупець (імпортер) звертається в обслуговуючий його банк із проханням про відкриття акредитиву на користь експортера, вказуючи при цьому суму та термін дії акредитиву, його вид, умови виплати експортеру коштів тощо. Відкриваючи акредитив, банк бере на себе зобов'язання здійснити за дорученням клієнта і за його рахунок пла-

тежі у межах суми та на умовах, вказаних у дорученні. Акредитив відкривається на певний термін, але імпортер може продовжити його. Банк інформує експортера про відкриття на його користь акредитиву та повідомляє всі необхідні умови. Виконавши їх, експортер отримує суму акредитиву, а товарна документація пересилається банку імпортера та передається ним імпортеру.

Існує кілька видів акредитивів.

Відзивний акредитив – може бути у будь-який момент анульований чи змінений як за вказівкою імпортера, так і самостійно його банком.

Безвідзивний акредитив протягом встановленого строку не може бути відкликаний чи змінений без згоди на те експортера, на користь якого він відкритий. Це абсолютне зобов'язання банку, що не залежить від його відносин з імпортером.

Підтверджений акредитив означає, що уповноважений чи будь-який третій банк на прохання банку, який відкрив акредитив, поряд з останнім бере на себе відповідальність за платіж за акредитивом при виконанні експортером усіх необхідних умов.

Непідтверджений акредитив таких гарантій не дає.

Таким чином, з погляду експортера найвигіднішими видами акредитивів є **безвідзивний і підтверджений акредитиви**.

Трансферабельний (перевідний) акредитив дозволяє експортеру передавати свої права стосовно акредитиву третій особі.

Револьверний акредитив автоматично відновлюється на попередніх умовах після використання початкової суми й отримання виконуючим банком відшкодування. Так відбувається доти, поки не буде виплачена вся гранична сума акредитиву.

У контракті пункт про умови платежу з допомогою акредитиву містить **такі відомості**:

- коли імпортер повинен дати своєму банку інструкції про відкриття акредитиву;
- коли експортер повинен повідомити імпортера про готовність товару до відвантаження;
- які банки виступатимуть у ролі емітента, авізуючого, підтверджуючого та виконуючого;
- які документи, що підтверджують здійснення відвантаження, повинен подати експортер у свій банк, щоб отримати гроші за товар;

- який термін дії акредитиву (від 30 до 150 днів, але не більше одного року);
- вид акредитиву;
- спосіб виконання акредитиву (шляхом негайного платежу за пред'явленням документів, платежу з розстрочкою в обумовлені строки і т.д.);
- інші умови, залежно від виду акредитиву.

При інкасовій формі розрахунку експортер після поставки товарів передає в банк своєї країни, який інкасує, комплект товарних документів із доданим до нього інкасовим дорученням.

Інкасо – це доручення продавця своєму банку отримати від покупця проти товарних документів гроші і перерахувати їх продавцеві.

Банк, який інкасує, пересилає комплект документів банкові платника, який, у свою чергу, пред'являє їх імпортеру для перевірки. Якщо документи відповідають умовам контракту, то імпортер підтверджує банку свою згоду на оплату поставлених товарів. Для зменшення ризику при інкасовій формі розрахунків експортер має настоювати на наданні банківської гарантії платежу.

Переважно зовнішньоторговельні угоди, особливо при торгівлі машинами й обладнанням, укладаються на **умовах кредиту**, що виступає одним із найдієвіших способів підвищення конкурентоспроможності товарів і розвитку експорту. Платіж у кредит передбачає, що покупець сплачує суму, обумовлену в контракті, через деякий час після поставки товару.

За строками комерційні кредити поділяються на **короткострокові (до 1 року), середньострокові (від 1 до 5 років) і довгострокові (від 5 до 10 і більше років).**

Середньо-, коротко-, а іноді й довгостроковий кредит веде за собою сплату покупцем відсотків за користування кредитом. Межа кредиту, тобто максимальний розмір кредиту, що надається покупцеві одночасно, зазвичай не повинен перевищувати 10% від капіталу покупця. Кредит виділяється не на всю суму контракту, а на 80-85%, решту покупець оплачує авансом.

6.2. Комерційні документи.

Конкретний комплект комерційних документів, необхідний для успішної реалізації зовнішньоторговельної угоди, обумовлюється у

кожному контракті в статтях «Умови платежу», «Умови поставки», «Страхування», «Відвантажувальні документи», «Упаковка та маркування».

Комерційні документи продавця:

- комерційний лист;
- упаковочний аркуш;
- сертифікат про походження товару;
- транспортні документи;
- страховий поліс;
- проспекти товарів.

Покупець, зі свого боку, повинен дотримуватися правил, прийнятих у його країні, для одержання дозволу на імпорт до часу прибуття товарів.

Особливу увагу треба звернути на документи зовнішньоторговельних перевезень чи транспортні. У додатку до основних транспортних документів покупці та вантажоодержувачі можуть вимагати **додаткові документи:**

- рахунки-фактури й упаковочні аркуші, необхідні для проходження вантажу через митницю;
- квитанцію експедитора для заповнення рахунка-фактури поставальника товару та проведення оплати;
- документи, які може вимагати митниця у країні призначення: легалізовані рахунки-фактури; консульські фактури; декларацію про характер вантажу з обмеженнями, яка потрібна перевізникам до того, як вони приймуть даний вантаж для транспортування; ветеринарні сертифікати; посвідчення про перевірку виконання певних умов контракту.

ЛІТЕРАТУРА

- 📖 Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» // Відомості Верховної Ради України. – 1991. – №29.
- 📖 Концепція створення і розвиток системи правового регулювання зовнішньоекономічної діяльності України // Політика і час. – 1993. – №6.
- 📖 *Аверьянов В., Нагребельный В., Чернов Е., Алексеенко А.* Юридическая памятка участнику внешнеэкономической деятельности

- сти в Україні. – М., 1992.
- 📖 Беклешов Д., Бердников А. Основы коммерческой деятельности на внешнем рынке. – М., 1990.
- 📖 Економічний словник-довідник. / За ред. С.В. Мочерного. – К.: FEMINA, 1995.
- 📖 Хом'як С. Зовнішньоекономічний контракт. Облік (реєстрація) окремих видів зовнішньоекономічних договорів. // Баланс. – 1999. – №50. – С. 59.
- 📖 Сухарський В.С. Економічний словник-довідник. – Тернопіль: Навчальна книга – БогДан, 2001.
- 📖 Сухарський В.С. Словник-довідник зовнішньоекономічної діяльності. – Тернопіль: Астон, 2007.
- 📖 Сухарський В.С. Управління зовнішньоекономічною діяльністю: теорія, методологія, практика. – Тернопіль: Астон, 2001.
- 📖 Сухарський В.С., Сухарський В.В., Охота В.І. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: теорія, методологія, практика: Навчальний посібник. – Тернопіль: Астон, 2005.
- 📖 Сухарський В.С. Зовнішньоекономічна діяльність: організація, технологія, практика, управління. – Тернопіль: Астон, 2006.
- 📖 Хом'як С. Складання зовнішньоекономічного контракту: загальні положення // Баланс. – 1999. – №47. – С. 51
- 📖 Чмир О. Проблеми і перспективи ВЕЗ в Україні // Економіка України, 1994. – №7. – С. 51.
- 📖 Экспортно-импортные операции: контракты, формы расчетов. – К., 1992.

РОЗДІЛ 16

ПРИНЦИПИ УПРАВЛІННЯ КОНТРАКТНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ. ПРАКТИКА ВЕДЕННЯ ПЕРЕГОВОРІВ

Тема 1. Типові контракти.

Тема 2. Вивчення умов та підготовка до укладення контракту.

2.1. Вибір ринку та його вивчення.

2.2. Вибір контрагента.

2.3. Практика ведення переговорів.

Робота з укладення та виконання контракту з іноземним контрагентом є підсумковим результатом будь-якої зовнішньоекономічної операції.

Тема 1. Типові контракти

На світовому ринку, за деякими підрахунками, діють понад 10 мільйонів типових контрактів. Складання контракту – нелегка справа, що вимагає значних витрат, зусиль і часу з боку контрагентів. Завдання уніфікувати, стандартизувати контракти, зробити їх типовими назріло уже давно. Ще наприкінці ХХ століття в Англії вперше з'явилися типові контракти. Ці контракти складаються зі статей, більшість яких уніфіковані. Статей, які потрібно обов'язково узгодити, мінімум чотири – найменування товару, кількість, термін поставки, ціна.

Найпоширенішою формою є **виклад контракту друкарським способом**, причому там, де статті потребують додаткового узгодження, ставляться крапки або рисочки.

Друга форма передбачає наступний варіант: всі узгоджені статті, друковані друкарським способом, вміщуються на зворотному боці контракту, а неузгоджені – на лицьовому. Третя форма відносить усі узгоджені статті контракту до заздалегідь обговорених загальних умов поставок.

Сфера дії типових контрактів постійно розширюється. Типові контракти розробляють, в основному, великі експортери даного виду продукції. Створенням типових контрактів займаються також торгові палати та федерації експортерів, біржі. Умови типових конт-

рактів з часом змінюються. Юридичне формулювання окремих статей контракту постійно уточнюється, щоб уникнути зайвих суперечок і неузгоджень.

Тема 2. Вивчення умов та підготовка до укладення контракту

2.1. Вибір ринку та його вивчення.

Вивчення ринку проводиться за програмою маркетингу. Сучасна міжнародна торгівля пов'язана з величезною кількістю товарів.

Методи вивчення, що застосовуються різними фірмами, також можуть бути різними. Разом з тим, існує ряд найважливіших факторів, які скрупульозно вивчаються під час підготовки зовнішньоекономічної операції.

Політичні відносини з країною-контрагентом. Не рекомендується шукати можливості укладення контракту з партнером із країни, з якою ваша держава має натягнуті політичні стосунки.

Ємність товарного ринку. Моніторинг ємності ринку, куди фірма прагне експортувати свій товар, – одна з перших вимог маркетингових досліджень. Необхідні відомості отримують із статистики країни, митних органів.

Кон'юнктура товарних ринків. Моніторинг ємності товарного ринку допомагає визначити загальні умови, в яких можлива торгівля. Кон'юнктурні ж спостереження дають змогу перевіряти правильність прийнятого рішення стосовно ємності ринку, визначати коливання і найвигідніші умови продажу і закупок, методи здійснення зовнішньоторговельних операцій, час виходу на ринок. На основі вивчення цін створюються графіки, діаграми. **Визначають:**

- чи дійсно ціни відповідають складеним ринковим умовам;
- які зміни цін відбувалися недавно;
- чи стосуються причини зміни цін до сезонних коливань чи до таких чинників, як якість, упаковка тощо;
- чи впливає на ціни підвищена конкуренція.

Торгово-політичні умови. Аналіз даних умов вкрай важливий і разом з тим дуже складний. Для сучасної практики капіталістичних держав характерне встановлення великої кількості винятків із режиму найбільшого сприяння (у т.ч. пільг, що впливають з митного союзу).

Дослідження та визначення таких винятків дає широкі можливості для конкурентної боротьби. В ЄС середній митний тариф щодо 125 груп товарів дорівнює 13%; у деяких країнах, що розвиваються (Сирія, М'янма), він іноді перевищує 50%.

Є й додаткові збори (ліцензійні, за розпакування та ін.), які інколи досягають 75% основного мита.

Крім тарифу, вивчається:

- контингентування ввозу;
- ліцензована система та порядок отримання ліцензій;
- валютні обмеження та приписи, прийняті у даній країні;
- умови торгових договорів даної держави з іншою країною-контрагентом;
- встановлення санітарно-гігієнічних правил.

Транспортні умови. Умови перевезень впливають на ціну товару, тому їх слід скрупульозно вивчати. Це наявність прямих рейсів; тарифи лінійного судноплавства; фрахтові поставки; залізничні тарифи тощо.

Умови платежу та кредиту. Важливо познайомитися з формами розрахунку. Для цього треба визначити доцільність надання кредиту, його форми, вартість, строки, з'ясувати отримання експортером авансу.

Правові питання. Вирішальне значення має вивчення законоположень щодо здійснення торгових операцій.

Правила торгівлі – це не закони і не застигли положення. Вони охоплюють значне коло питань:

- зміст окремих пунктів контракту;
- тлумачення на практиці таких термінів, як «близько», «негайно»;
- специфічні умови торгівлі окремими товарами;
- специфічні правила в окремих містах, портах, областях.

Специфічні вимоги ринку. В країнах склалися певні вимоги щодо номенклатури, асортименту товарів, їхньої якості. Вони пояснюються географічними, кліматичними умовами, традиціями, смаком. При експорті електротехнічних виробів враховують напругу, при експорті автомашин – рух (право- чи лівосторонній), при експорті сільськогосподарських машин – топографію місцевості.

Канали та методи збуту. Експортери вивчають товаропровідну

мережу збуту, роль оптових і роздрібних фірм, роль посередників.

Джерела вивчення ринку. Найчастіше застосовуються такі методи вивчення ринку.

1. Кабінетний метод. Він полягає в тому, що службовці фірми обробляють велику кількість матеріалу, аналізуючи бюлетені бірж, торгових палат, матеріали власних агентів.

2. Наведення довідок шляхом замовлення у спеціальних інформаційних агентствах.

3. Безпосереднє вивчення ринку.

4. Метод пробного продажу.

2.2. Вибір контрагента.

Хто може виступати контрагентом? Практика показує, що **85% контрактів підписують підприємства, 15% – міністерства, відомства та спілки підприємців.**

Класифікація підприємств. Підприємства в обов'язковому порядку реєструються у торговому реєстрі. Це робиться для стягнення державою відповідних податків.

Особливо важливим є **юридичний статус підприємств.** Під час укладення угоди потрібно ознайомитися з правовим становищем підприємства, щоб знати, хто платитиме борги, кому надається право укладення угод, які межі повноважень.

Підприємства за правовим становищем діляться на **одноосібницькі й об'єднані підприємства.** У більшості країн континентальної Європи прийнято поділ об'єднаних підприємств на такі види:

- повне товариство;
- командитне товариство;
- товариство з обмеженою відповідальністю;
- акціонерне товариство.

Повне товариство (ФРН – offene Handelsgesellschaft) – це об'єднання двох і більше осіб для здійснення підприємницької діяльності на основі особистої участі у справах. Повне товариство не зобов'язане публікувати відомості про результати господарської діяльності. Воно може бути розпущеним, якщо один із учасників забажає з нього вийти. Законодавство забороняє продати свою частку іншій особі без згоди учасників.

В основному у формі повного товариства створюються коопера-

тивні об'єднання.

Командитне товариство (ФРН – Kammanditgesellschaft) – це об'єднання двох чи кількох осіб, в якому одні учасники несуть відповідальність як своїм вкладом; так і своїм майном, інші вкладники (командисти) – тільки своїм вкладом. Перші беруть участь у діяльності й особисто, й капіталами, другі – лише капіталом.

У товаристві з обмеженою відповідальністю (ФРН – **Gesellschaft mit beschrahter Haftung**) сторони договору несуть відповідальність тільки своїми вкладами, а не майном. Кожному учаснику товариства дається письмове свідоцтво про сплату паю, який не є цінним папером, не може дробитися і бути проданим без згоди загальних зборів пайовиків.

Акціонерне товариство – це об'єднання капіталів шляхом випуску акцій, які є цінними паперами (це документ на пред'явника, він котирується на біржі, вільно продається). Відповідальність вкладника обмежується тільки сумою акцій.

В Англії розрізняють товариства (об'єднання осіб) і компанії (об'єднання капіталів).

Товариства (Partnership) бувають двох видів: з необмеженою відповідальністю і з обмеженою відповідальністю.

Товариство з необмеженою відповідальністю (Unlimited Partnership) відповідає повному товариству країн континентальної Європи. Воно тільки англійським правом не визнається юридичною особою і не підлягає обов'язковій реєстрації.

Товариство з обмеженою відповідальністю (Limited Partnership) відповідає командитному товариству. Воно є юридичною особою і підлягає реєстрації.

Компанії (Company) бувають з необмеженою відповідальністю, з обмеженою відповідальністю, з відповідальністю у межах обмеженої суми.

Компанія з необмеженою відповідальністю відрізняється від товариства з обмеженою відповідальністю тільки тим, що вона є юридичною особою. Їх кількість невелика.

Компанії з обмеженою відповідальністю (Limited liability Company. Co Ltd) відрізняються від акціонерних тим, що тут створюється пайовий капітал. Пай не дробиться.

У США функціонують два види об'єднань: товариства (об'єднання осіб), корпорації (об'єднання капіталів).

Товариства не визнаються за законом юридичною особою. Вони бувають повні (General Partnership) і командитні (Limited Partnership).

Корпорація – це акціонерне товариство (**Corp. Incorp.**). Капітал ділиться або на акції, або на паї, між якими немає відмінності. Корпорації у різних штатах мають різне правове становище щодо податків і зборів.

Одноосібницькі підприємства несуть відповідальність усім своїм майном (ФРН – einzeluntenehmen, США – Ownership). Це дрібні та середні фірми. Але є і гіганти: «Шнейдери» у Франції, «Юнсон» у Швеції.

У довідку вибраного товариства **вносяться:**

- адреса фірми, телефон, телекс;
- рід діяльності;
- список керівних осіб;
- коротка історія;
- список дочірніх компаній, філій;
- баланси фірми;
- останні операції;
- висновок-оцінка комерційної репутації.

Відомості можна отримати з товарофірмових довідників, адресних довідників про акціонерні товариства і т.д.

Після вибору фірми проводяться переговори.

2.3. Практика ведення переговорів.

Основними способами ведення переговорів є: **переписка; особисті зустрічі; використання технічних засобів (телефон, телегайп, факс).**

Технічні засоби для ведення переговорів застосовуються рідко, зокрема, **тоді, коли:**

- країни, де перебувають контрагенти, розташовані далеко одна від одної;
- фірми добре знають одна одну і підтримують довгострокові контакти;
- необхідно повторити замовлення за раніше укладеним контрактом.

Переговори шляхом переписки. Письмову заяву продавця про бажання укласти договір купівлі-продажу називають **офертою**, а

особу – **оферентом**. Розрізняють два види оферт – твердо та вільну.

Тверда оферта робиться продавцем на певну партію товару лише одному можливому покупцю з вказанням терміну, протягом якого продавець зв'язаний своєю пропозицією. Це означає, що при беззастережному прийнятті усіх умов оферти покупцем експортер зобов'язаний поставити товар на запропонованих ним умовах, інакше оферент несе відповідальність за можливі збитки покупця. Строк дії оферти обумовлюється в самій оферті.

Вільна оферта – це пропозиція без зобов'язань, які зв'язують продавця. Вона робиться на одну і ту ж партію товару кільком покупцям. Згода покупця з умовами оферти додатково мусить акцентуватися продавцем. Про те, що оферта вільна, має бути зроблена відповідна помітка.

Якщо ініціатива придбання товару виходить від покупця, тоді він розсилає замовлення, що має силу твердої оферти, чи запит, аналогічний вільній оферті.

Переговори шляхом особистих зустрічей. Склалися певні правила, звичаї та традиції проведення комерційних переговорів. Більшість контрактів укладаються завдяки особистим зустрічам.

Як правило, переговори проходять у місцерозташуванні менш цікавленої фірми – у службовому приміщенні. Приймаюча фірма складає план проведення переговорів, в якому бажано передбачити:

1. Дату, місце, час, регламент переговорів.
2. Склад учасників зі сторони фірми, що приймає.
3. Обговорення питань.

4. Альтернативи на випадок контрпропозицій партнера. За можливість у портфелі учасників має бути три варіанти: оптимальний; менш оптимальний, але прийнятний; прийнятний, але малоцікавий.

5. Визначення осіб, які зустрічають учасників переговорів, виконують протокольні функції.

6. Визначення осіб, які готують довідково-інформаційний матеріал, копії контрактів і т.д.

7. Частування під час переговорів, а також організацію коктейлю, прийомів.

8. Культурну програму.

Зустріч гостей на вокзалі, в аеропорту – це завжди офіційно.

Як правило, під'їжджаючи за гостями, машину ставлять із лівого боку вздовж тротуару. Першим сідає пасажир, який займає най-

почесніше становище. До місця призначення автомашина під'їжджає таким чином, щоб пасажири виходили через праві двері. Першим виходить найбільш шанований пасажир. У призначений час гостей у вестибюлі офісу приймає помічник керівника, який проводить їх до шефа. Шефові самому не потрібно зустрічати гостей біля входу в установу.

В основному, ініціатива у веденні переговорів у того, хто приймає гостей. Бесіду слід вести за спеціально призначеним для цих цілей столом. Перше почесне місце – справа від приймаючого візит.

Прийнято передбачати частування. На стіл ставиться мінеральна вода, сигарети. Через п'ять-десять хвилин після початку розмови може бути подано каву чи чай. Спиртні напої не пропонуються. Вони доречні тільки на прийомах і коктейлях. Відразу починати вести переговори по суті не прийнято. Спочатку представляють кожного учасника (бажаний обмін візитними картками). Не можна забувати, що у країнах **Заходу** в офіційних випадках називають один одного за прізвищем. А в народів **Сходу** взагалі немає прізвищ. Люди звертаються один до одного по іменах. **Переговори від початку до кінця веде одна й та ж особа.** Її не перебивають, не виправляють. Інші члени делегації висловлюються після надання їм слова.

За порадами Гамільтона, треба:

- з'ясувати ступінь зацікавленості партнера;
- уникати зайвої поспішності;
- бути уважним і спостережливим;
- бути ввічливим і передбачливим;
- не доводити невимушеність до панібратства;
- бути небагатослівним;
- старатися подавати аргументи у питальній формі;
- не згадувати про невдалі угоди;
- добиватися згоди щодо окремих елементів, якщо цього не можна зробити у цілому;
- ініціативу переговорів брати на себе, а кінцеву відповідь залишати за партнером.

Не рекомендується:

- висловлювати категоричне «ні», якщо не можна дати відповіді на заперечення;
- переносити укладення контракту на завтра, якщо це можна зробити сьогодні;
- концентрувати увагу на незгоді, якщо вона є;

- ображатися на партнера, якщо умови угоди неприйнятні;
- після підписання контракту висловлювати своє задоволення.

Гамільтон дає поради і щодо ділового лексикону. Наприклад, не слід казати:

- Я дуже спішу, я все Вам зразу розповім.
- Я вважаю...
- Я зараз Вам доведу.
- Ви мене добре зрозуміли?
- Поза сумнівом...
- На мою думку...
- Як я вже говорив...
- Що стосується мене...

Рекомендується говорити:

- Ви дуже зайняті, я Вам постараюсь швидко розповісти.
- Чи не вважаєте Ви?
- Тепер Ви легко можете переконатися.
- Я зрозуміло висловлююсь?

Після переговорів проводиться робота з парафування окремих статей контракту, що веде до укладення контракту загалом.

ЛІТЕРАТУРА

- 📖 *Быков Г.* Хорошо дома – хорошо и за рубежом // Капитал. – 1995. – №7.
- 📖 *Вавилов Г.* Торговая реклама. – М., 1993.
- 📖 *Герчикова И.* Организация и техника внешнеэкономических операций на капиталистическом рынке. – М., 1990.
- 📖 *Завадський Й.С.* Менеджмент. Том I. – К.: Українсько-фінський інститут менеджменту і бізнесу, 1998.
- 📖 *Кредісов А.І. та ін.* Управління зовнішньоекономічною діяльністю. – К.: ВІРА-Р, 1998.
- 📖 *Синецький Б.* Организация и техника внешнеторговых операций. – М., 1990.
- 📖 *Стровский Л.Е. и др.* Внешнеэкономическая деятельность предприятия. – М.: ЮНИТИ, 1999.
- 📖 *Сухарський В.С.* Економічний словник-довідник. – Тернопіль: Навчальна книга – БогДан, 2001.
- 📖 *Сухарський В.С.* Менеджмент (загальний з основами спеціального). – Тернопіль: Астон, 2004.

РОЗДІЛ 17

ОРГАНІЗАЦІЯ ТА ОБЛІК ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНИХ ЗВ'ЯЗКІВ ПІДПРИЄМСТВ

Тема 1. Особливості обліку зовнішньоекономічних операцій підприємств.

Тема 2. Облік експортних операцій.

Тема 3. Облік імпортних операцій.

Тема 1. Особливості обліку зовнішньоекономічних операцій підприємств

У сучасну епоху зростає роль зовнішньоекономічних зв'язків у народному господарстві кожної держави.

Зближення націй впливає на темпи і характер економічного та соціального розвитку, відкриває нові можливості для практичного мирного співробітництва країн.

У процесі інтеграції у світовий економічний простір суб'єкти господарювання **України** відчувають великі труднощі, які спричинені не лише зовнішніми, але й внутрішніми чинниками. Часто виникають запитання, як визначити ефективність операції, як відтворити її в бухгалтерському обліку, дотримати чинне законодавство щодо податків і валютного регулювання та ін.

Зовнішньоекономічні зв'язки підприємств – це сукупність господарських операцій, які з погляду бухгалтерського обліку можна поділити на:

- операції з руху товарів і надання послуг;
- операції з руху капіталів.

Облік операцій з руху товарів і надання послуг – це облік традиційних у зовнішньоекономічному відношенні операцій експорту, імпорту, реекспорту, бартеру, продажу та придбання ліцензій, ноу-хау, технічної документації, оренди імпортного обладнання.

Облік руху капіталів – це облік інвестицій, у т.ч. придбання та продаж цінних паперів, а також надання і отримання фінансових (банківських) кредитів.

Бухгалтерський облік операцій в іноземній валюті здійсню-

ється на підставі «Положення про бухгалтерській облік операцій в іноземній валюті», затвердженого наказом Мінфіну України від 14.02.96 р. №29 (із змінами і доповненнями) з врахуванням П(С)БО і Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарчих операцій підприємств і організацій, затвердженого наказом Мінфіну України від 30.11.99 р. №291.

В обліку експортно-імпорتنих операцій суттєвого значення надано субрахункам і аналітичним рахункам, які відображають усю специфіку й особливості експортно-імпорتنих операцій. Використання субрахунків дає змогу вести облік, здійснювати контроль над товарами за місцями їх зберігання, етапами та напрямками руху.

Однією з особливостей бухгалтерського обліку зовнішньоекономічної діяльності є наявність такого поняття, як **облікова одиниця**. За облікову одиницю береться **товарна партія**, якою вважається:

- при відвантаженні товарів українським постачальником у порти – відправка однорідного товару, оформлена однією чи кількома залізничними накладними в одному напрямку та відфактурована постачальником-підприємством одним рахунком;
- при морських перевезеннях – відправка товару за кордон, оформлена одним коносаментом;
- при відправках товарів через прикордонні залізничні пункти з переоформленням накладних на прикордонній станції – відправка однорідного товару відповідно до договору з постачальником товару в одному чи кількох вагонах, в один пункт призначення, для одного покупця, оформлена однією чи кількома залізничними накладними;
- при перевезеннях авіаційним транспортом – відправка однорідного товару за кордон, оформлена однією авіанакладною;
- при відправці експортних товарів поштою – відправка товарів за кордон, оформлена однією поштовою квитанцією.

При відправках експортних товарів ешелонами за одну облікову одиницю може бути прийнятий ешелон. У такому разі слід організувати облік вагонів.

Коли при перевалці, концентрації вантажів у портах, на прикордонних базах тощо початкова партія не може бути збережена, тоді встановлюється нова облікова партія за етапами експортних товарів (товари у дорозі по **Україні**, товари у портах і на складах в **Україні**,

товари у дорозі за кордоном і т.д.).

Вибір ознак облікової партії завжди повинен забезпечувати ув'язку партії, яка відображається на рахунках для обліку товарів із пред'явленням рахунків іноземним покупцям за поставлені товари, а також можливість контролю за рухом і залишками експортних товарів у дорозі, у місцях їх зберігання та перевалки.

Якщо окремі облікові партії, що надходять у порти, знеосіблюються (руда, вугілля, добрива і т.д.), то на кожний товар відкривається окрема картка.

Тема 2. Облік експортних операцій

Існують такі основні види експортних операцій:

- а) поставка експортного товару за готівку;
- б) експорт товару на умовах комерційного кредиту;
- в) експорт товару в рахунок державного кредиту (**України**), наданого країні іноземного покупця;
- г) експорт товару при компенсаційній угоді;
- ґ) експорт товару при бартерній угоді;
- д) експорт товару в рахунок надання допомоги.

Окрім товарів, можливий ще експорт робіт (наприклад, будівництво об'єктів за кордоном) і експорт послуг (технічні послуги, навчання спеціалістів тощо).

Експорт товару оформлюється контрактом. У контракті обов'язково вказується порядок розрахунків: готівкою чи в кредит, тобто з розстрочкою платежу. У міжнародних розрахунках під словом «готівка» розуміють повну оплату товару до чи в момент переходу товару у розпорядження покупця. Розрахунки готівкою здійснюються через банки. Форми розрахунків готівкою такі: банківський переказ; документарне інкасо; документарний акредитив; розрахунки за відкритим рахунком; розрахунки чеками.

Розрахунки готівкою – це в основному розрахунки у безготівковій формі.

Розрахунок у кредит чи розрахунок із розстрочкою платежу має дві форми: 1) комерційний кредит (кредит експортера імпортеру); 2) видача авансу імпортером експортеру. Оплата товарів за рахунок банківських кредитів не розглядається як розстрочка платежу, оскільки покупець розраховується з постачальником готівкою, але за

рахунок кредиту, отриманого в банку. В імпортних операціях доцільніше користуватися комерційним кредитом, враховуючи умови його надання.

За час обліку експортних операцій потрібно чітко визначити, хто експортер товарів: підприємство-виробник чи зовнішньоторговельна фірма, що була створена на підприємстві для цих цілей і не виступає юридичною особою, чи спеціалізована зовнішньоторговельна фірма, чи уповноважені організації, визначені постановою Кабінету Міністрів від 22 березня 1993 року №212.

Схема бухгалтерських записів при експорті товарів безпосередньо підприємством-виробником:

1) Виготовлена на експорт партія товару надійшла з виробництва і була оприбуткована на склад за фактичною собівартістю:

Дт 261 «Готова продукція, призначена на експорт» 200 000 г. од.

Кт 23 «Основне виробництво» 200 000 г. од.

2) Відвантажено товар (готову продукцію) нерезиденту:

Дт 362 «Розрахунки з іноземними покупцями» 200 000 г. од.

Кт 701 «Дохід від реалізації готової продукції» 200 000 г. од.

3) Списана собівартість реалізованої готової продукції:

Дт 901 «Собівартість реалізованої готової продукції» 200 000 г. од.

Кт 26 «Готова продукція» 200 000 г. од.

3а) Оплачено мито і митні збори при експорті:

Дт 377 «Розрахунки з іншими дебіторами» 200 000 г. од.

Кт 311 «Поточні рахунки в національній валюті» 200 000 г. од.

3) Мито і митні збори списано на витрати:

Дт 92 «Адміністративні витрати» 200 000 г. од.

Кт 377 «Розрахунки з іншими дебіторами» 200 000 г. од.

Експедиторне обслуговування вантажів (як експортних, так і імпорتنих) у портах здійснюють спеціалізовані організації, а на залізничних прикордонних пунктах – транспортно-експедиторські контори **Міністерства транспорту на комісійній основі**.

Вони супроводжують прибуття вантажів, здійснюють їх приймання, збереження і відправляють експортні вантажі за кордон, імпорتنі – на адресу одержувача. В їхні функції входить також і висилання документів.

При відправленні експортних вантажів із порту морським транспортом не пізніше, ніж через дві години після повантаження товару на теплохід управління порту повинне передати організації, яка здійснює експедиторське обслуговування вантажу, коносамент. **Коносамент** – це документ, що підтверджує факт прийняття вантажу капітаном корабля.

Протягом 48 годин організація, яка здійснює експедиторське обслуговування вантажу, мусить висилати на адресу постачальника коносамент із комплексом товаросупроводжувальних документів.

Фірма, окрім того, повинна факсом повідомити постачальника про здійснене повантаження.

Із прикордонного залізничного пункту Міністерство транспорту у ті ж строки висилає постачальнику дублікат переоформленої залізничної накладної разом із комплектом товаросупроводжувальних документів. На дублікаті залізничної накладної має стояти штампель і дата проходження вантажу через кордон. Ця дата і є датою поставки.

Якщо під час збереження вантажу у порту чи на закордонному пункті виникла нестача, то складається комерційний акт, який служить підставою для пред'явлення претензії порту (чи відповідним службам на прикордонному пункті).

Нестача відноситься на рахунок **374 «Розрахунки за претензіями»**.

4) У такому разі бухгалтерський запис виглядатиме так:

Дт 374	«Розрахунки за претензіями»	200 000 г. од.
Кт 26	«Готова продукція»	200 000 г. од.
Дт 4515	На суму фактично відвантаженого товару	X г. од.
Дт 374	«Розрахунки за претензіями» – на суму недостачі	Y г. од.
Кт 4514	На суму	X+Y г. од.

5) Товар прибув за кордон. Можливі два варіанти:

1. Товар, відвантажений на адресу іноземного покупця за контрактом, тимчасово поміщається на склад у порту чи відправляється для зберігання на комерційний склад. Варіант складається з двох частин – розписки про прийняття вантажу на зберігання та заставного свідоцтва, яке може використовуватися для отримання кредиту під заставу товару.

2. Товар відправляється за кордон на адресу посередницької іноземної фірми. Таке відвантаження називається поставкою на консигнацію.

Постачальник після отримання документів, які підтверджують надходження товарів на склад за кордон, робить у бухгалтерському обліку запис.

б) На фінансовий результат віднесена собівартість реалізованої продукції:

Дт 791	«Результат основної діяльності»	200 000 г. од.
Кт 901	«Собівартість реалізованої готової продукції»	200 000 г. од.
Дт 701	«Дохід від реалізації продукції»	200 000 г. од.
Кт 791	«Результат основної діяльності»	200 000 г. од.

Витрати на збут – це витрати, пов'язані з реалізацією експортних товарів на шляху їх просування від постачальника до покупця: оплата за транспортування, перевалку та зберігання вантажів; оплата страхування і митних процедур, недостачі в межах норм у гривнях і т.д. Ці витрати на території **України** оплачуються в українській національній валюті, на іноземній території – в іноземній валюті. Облік накладних витрат ведеться паралельно з врахуванням товароруху.

Оплачено витрати на збут експортної продукції у національній валюті:

Дт 93	«Витрати на збут»
Кт 311	«Поточні рахунки в національній валюті»

Оплачено витрати на збут експортної продукції:

Дт 93	«Витрати на збут»
Кт 312	«Поточні рахунки в іноземній валюті»

Витрати на збут віднесено на фінансові результати:

Дт 791 «Результат основної діяльності»

Кт 93 «Витрати на збут»

Яка частина накладних витрат на іноземній території лягає на постачальника, залежить від умов поставки товару, на яких укладений контракт. Включення витрат у накладні витрати мусить бути економічно обґрунтованим. Не можна відносити до накладних витрат ті затрати, котрі виникли з вини підприємства чи іноземного партнера, хоч вони і пов'язані з продажем товарів (затрати на переадресування вантажів, збитки від анульованих контрактів і т.д.). Такі витрати повинні покриватися за рахунок винної сторони і відображатися на рахунку **94 «Інші витрати операційної діяльності»**. Не допускається списання на накладні витрати штрафів, пені та неустойок, оскільки вони економічно не виправдані: їх можна було б уникнути.

Рахунок-фактура виписується на суму товарів чи, як прийнято говорити, на контрактну вартість товару, яка вказується в іноземній валюті. Рахунок-фактура виписується в такій кількості примірників, яка передбачена умовами контракту або акредитивною формою розрахунків, на бланках уніфікованої форми, іноземною мовою, визначеною у контракті або умовами акредитиву. Рахунки-фактури рекомендується реєструвати у спеціальному журналі з вказанням країни, фірми, номера та суми рахунка, дати виписки. Це необхідно для контролю за випискою рахунків і надходженням за ними платежів.

За умов, коли рахунок виписується в іноземній валюті, а бухгалтерський облік ведеться у національній валюті **України**, то при відображенні реалізації товару у бухгалтерському обліку необхідно суму рахунка в іноземній валюті перерахувати у національну валюту **України**.

Валютна виручка за експортний товар надійшла від іноземного покупця в уповноважений банк і зарахована на валютний рахунок:

Дт 5312 «Поточні рахунки в іноземній валюті»

Кт 1362 «Розрахунок з іноземними покупцями»

Підставою для банківської проводки є заява уповноваженого банку про надходження валютних коштів для підприємства на валютний рахунок банку. До повідомлення додається виписка з валютного рахунка.

На практиці дати виписки рахунків і надходження коштів не співпадають. Курс іноземної валюти, по якому виписаний рахунок і який склався на момент надходження коштів, може змінитися.

Різниця між еквівалентом у національній валюті однієї і тієї ж кількості іноземної валюти на різні дати, спричинена зміною курсу валюти, називається **курсовою різницею**.

Поняття курсової різниці визначено в П(С)БО 21 «Вплив змін валютних курсів». Для обліку доходів курсових різниць використовують рахунок 714 «Дохід від операційних курсових різниць», для обліку витрат – 945 «Втрати від операційної курсової різниці».

Ще можуть бути неопераційні курсові різниці. Їх обліковують на рахунках 744 «Дохід від неопераційної курсової різниці» і 974 «Втрати від неопераційної курсової різниці».

Визначення курсових різниць проводиться на дату здійснення розрахунків чи на дату балансу.

При зростанні курсу іноземної валюти при експорті на курсові різниці роблять запис:

Дт 362 «Розрахунок з іноземними покупцями»
Кт 714 «Дохід від операційних курсових різниць»

При зменшенні курсу:

Дт 945	субрахунок «Курсові різниці»	на суму від'ємної курсової різниці
Кт 362	«Розрахунок з іноземними покупцями за інкасо»	на суму від'ємної курсової різниці

Сума податку на додану вартість при експорті товарів у відповідності до **Закону України «Про податок на додану вартість»** від 03.04.1997 р. № 168/97-ВР із змінами і доповненнями від 26.09.1997 р. № 550/97-ВР нараховується за нульовою ставкою.

Підприємство, як відомо, на зовнішній ринок може виходити і через посередників. Тоді між підприємством-власником продукції та фірмою-посередником укладається договір поставки чи комісії.

При наявності договору поставки до посередника з певного моменту переходить право власності на товар і відповідальність за нього.

За договором комісії право власності до посередника не переходить. Він зобов'язується за дорученням підприємства за винагороду укласти контракт з іноземною фірмою на реалізацію продукції.

Тема 3. Облік імпорتنих операцій

На практиці можливі такі варіанти придбання імпортного товару (чи послуг):

- 1) за готівку;
- 2) на умовах комерційного кредиту, наданого іноземним постачальником;
- 3) у рахунок погашення кредиту, наданого Україною країні іноземного постачальника, погашуваних постачальниками імпорتنих товарів підприємствами країни іноземного постачальника;
- 4) у порядку компенсації операції;
- 5) у порядку реекспортної операції;
- 6) у порядку бартерної операції.

Розрахунки з іноземними постачальниками за імпортні товари відображаються на рахунку **632 «Розрахунки з постачальниками та підрядчиками»** за такими субрахунками:

632 «Розрахунки з іноземними постачальниками за акцептованими рахунками»

На рахунку **632** облікуються розрахунки з іноземними постачальниками:

- за імпортні товари, а також послуги з доставки чи переробки їх за кордоном, передбачені контрактом, розрахункові та товаро-супроводжувальні документи, які акцептовані й оплачуються через банк;
- за імпортні товари та послуги, розрахунки за які проводяться на відкритому рахунку шляхом переказу авансів чи оплати банківським переказом;
- за імпортні товари та послуги, розрахунки за які здійснюються на умовах комерційного кредиту, наданого іноземним постачальником відповідно до контракту;
- за імпортні товари та послуги, на які розрахункові документи від іноземних постачальників не надійшли (так звані невідфактуровані поставки);
- за гарантійними сумами у розрахунках з іноземними постачальниками.

Головними документами для відображення у бухгалтерському

обліку придбання імпортованих товарів і розрахунків за них з іноземними постачальниками є акцептований рахунок іноземного постачальника з доданими до нього товаросупроводжувальними документами.

Рахунок **632** кредитується згідно з розрахунковими документами іноземного постачальника у межах суми акцепту. На вартість придбаних імпортованих товарів робиться запис на кредит рахунка **632** та дебет рахунка **281 «Товари»**. За послуги щодо доставки імпортованих товарів записи на кредит рахунка **632** проводяться у кореспонденції з рахунком **285 «Витрати обігу»**.

Облік імпортованих операцій. Імпорт – купівля (в т.ч. з оплатою в негрошовій формі українськими суб'єктами ЗЕД в іноземних суб'єктів господарської діяльності товарів з ввезенням або без ввезення цих товарів на територію **України**, включаючи купівлю товарів, призначених для власного споживання закладами і організаціями **України**, розташованими за її межами.

Товари, що імпортуються на територію **України**, підлягають **обов'язковій сертифікації**. Облік імпортованих товарів ведуть у фактурній вартості, під якою розуміють вартість самого товару, вартість тари і упаковки, яка оплачується іноземному постачальнику за його рахунком згідно з контрактом.

Для митного оформлення ввезених імпортованих товарів у митно-вантажний відділ митниці подають такі документи:

- картку акредитації на митниці;
- вантажну митну декларацію;
- договір;
- рахунок-фактуру (накладну);
- товарно-транспортну накладну;
- довідку валютної інспекції;
- копію паспорта митного брокера;
- копію ліцензії митного брокера;
- довідку про транспортні витрати;
- копії платіжних доручень.

Статтею 2 Закону України «Про порядок здійснення розрахунків в іноземній валюті» визначено, що імпортовані операції резидентів, які здійснюються на умовах відстрочення поставки, у випадку, коли таке відстрочення перевищує 90 календарних днів з момен-

ту здійснення авансового платежу або виставлення векселя на користь постачальника продукції, що імпортується, потребує наявності індивідуальної ліцензії НБУ.

За перевищення термінів без ліцензії – пеня 0,3% від суми платежу за кожен день прострочення.

Датою фактичного надходження продукції на територію **України** є проставлення митницею штампа «**Під митним контролем**», «I» – імпорт у ввізній вантажній митній декларації та товаросупроводжувальних документах.

Митна вартість товарів, ввезених на територію **України**, визнається згідно з **Законом України «Про єдиний митний тариф»** і перераховується за курсом **НБУ** на дату подання вантажної митної декларації митними органами з врахуванням фактично сплачених сум мита і митних зборів. Тобто, при визначенні митної вартості товару до неї включають ціну, що передбачена договором і зазначена в рахунку-фактурі. Поряд з цим можуть враховуватися такі фактичні витрати, які не включені до рахунка-фактури:

- за транспортування, навантаження, розвантаження та страхування від пункту постачальника до пункту перетину митного кордону **України**;
- комісійні та брокерські витрати;
- плата, що повинна бути сплачена імпортерами прямо чи побічно як умова їх ввезення за використання об'єктів **НА** (наприклад, товарні знаки тощо).

За відсутності рахунка-фактури митниця має право визначати митну вартість на підставі митної вартості аналогічних товарів, а також за митною вартістю, визначеною митною декларацією країни-імпортера.

На товари, що ввозяться на митну територію **України**, нараховують митні збори, ставка яких залежить від виду товару і нараховується у відсотках до фактичної вартості товару.

Мито і митні збори, не сплачені своєчасно або у терміни, на які була надана відстрочка (відстрочка може бути надана суб'єктами ЗЕД за їх заявою лише на основі пред'явленого гарантійного зобов'язання банку), стягується митними органами в обов'язковому порядку, при цьому нараховується пеня 0,5% за кожний день прострочення.

Товари, що ввозяться в **Україну**, обкладаються **ПДВ** і акцизним

збором. Об'єктами оподаткування є митна вартість товарів, перерахована за курсом НБУ на дату подання вантажної митної декларації з урахуванням фактично сплачених сум мита, митних зборів та акцизного збору (при нарахуванні ПДВ на підакцизні товари).

ПДВ: та акцизний збір сплачуються покупцем товарів одночасно зі сплатою мита і митних зборів.

Ввезення деяких товарів вимагає наявності ліцензії.

Бухгалтерські проводки з обліку імпорту товарів:

1) Оприбутковано товари, отримані від нерезидента:

Дт 281	«Товари на складі»
Кт 632	«Розрахунки з іноземними покупцями»

2) Сплачено митні збори і мито:

Дт 377	«Розрахунки з іншими дебіторами»
Кт 311	«Поточні рахунки в національній валюті»

3) Митні збори і мито віднесено до первісної вартості товару:

Дт 281	«Товари на складах»
Кт 377	«Розрахунки з іншими дебіторами»

4) Сплачено ПДВ на імпорт:

Дт 643	«Податкові зобов'язання»
Кт 311	«Поточні рахунки в національній валюті»

5) Відображено курсову різницю на останній день звітного періоду:

Дт 945	«Втрати від операційної курсової різниці» (при зростанні курсових різниць)
Кт 632	«Розрахунки з іноземними покупцями»
Дт 632	«Розрахунки з іноземними покупцями»
Кт 714	«Доходи від операційної курсової різниці»

6) Курсову різницю, що утворилася, віднесено на фінансові результати:

Дт 791	«Результати основної діяльності»
Кт 945	«Втрати від операційної курсової різниці»
Дт 714	«Доходи від операційної курсової різниці»
Кт 971	«Результати основної діяльності»

7) Перераховано іноземну валюту за отриманий товар:

Дт 632 «Розрахунки з іноземними покупцями»

Кт 312 «Валютний рахунок»

8) Отримавши документи на відвантажений на його адресу імпортований товар і рахунок-фактуру іноземного постачальника, покупець акцептує рахунок:

Дт 281 «Товари імпортовані у дорозі за кордоном»

Кт 632 «Розрахунки з іноземними постачальниками за акцептованими рахунками»

9) Оплачений рахунок-фактура іноземного постачальника (при інкасовій формі розрахунків і банківському переказі):

Дт 632 «Розрахунки з іноземними постачальниками за акцептованими рахунками»

Кт 312 «Валютний рахунок»

Якщо у покупця немає валюти, то, згідно з чинним законодавством, він може при наявності контракту на імпорт дати доручення уповноваженому банку купити її на Міжбанківській валютній біржі безпосередньо в уповноваженому банку або на міжбанківському ринку. Куплені валютні кошти зараховуються банком на спеціальний рахунок клієнта і протягом п'яти банківських днів мають бути використані на вказані цілі. Інакше уповноважений банк зобов'язаний її продати. Збитків при цьому зазнає підприємство. Якщо після розрахунків із продавцем товарів у покупця залишилась невикористана валюта у розмірі одного лота, то вона зараховується на валютний рахунок підприємства (Постанова Правління НБУ від 28 вересня 1995 р. №245 «Про вдосконалення надання послуг у сфері розрахунків комерційними банками та регіональними управліннями банків України»).

Бухгалтерські записи при купівлі іноземної валюти:

1) Сума, перерахована на купівлю іноземної валюти, включаючи комісійну винагороду банку і збір до Пенсійного фонду.

Дт 333 «Грошові кошти в дорозі»










Кт 311 «Поточні рахунки в національній валюті»

2) Перераховано і віднесено на витрати збір до Пенсійного фонду:

2а) **Дт 651** «Розрахунки за страхуванням з пенсійним забезпеченням»

- Кт 333** «Грошові кошти в дорозі»
- 26) **Дт 84** «Інші операційні витрати»
- Кт 651** «Розрахунки за страхуванням з пенсійним забезпеченням»
- 3) Відображено витрати на виплату комісійної винагороди банку:
- 3а) **Дт 685** «Розрахунки з іншими кредиторами»
- Кт 333** «Кошти в дорозі»
- 3б) **Дт 84** «Розрахунковий рахунок»
- Кт 685** «Розрахунки з іншими кредиторами»
- 4) Зараховано на валютний рахунок придбану валюту за курсом НБУ:
- Дт 312** «Поточні рахунки в іноземній валюті»
- Кт 333** «Кошти в дорозі»
- 5) Відображено курсову різницю між фактичним курсом купівлі і курсом НБУ:
- Дт 919** «Інші витрати операційної діяльності»
- Кт 333** «Кошти в дорозі»

ЛІТЕРАТУРА

-  Балабанов И. Валютные операции. – М., 1993.
-  Белова Т. Текущие валютные счета организаций. – М., 1995.
-  Бунько В. Валютно-кредитные операции и расчеты по внешне-торговым контрактам: Справочно-методическое издание. – С-Пб., 1995.
-  Бутинець Ф.Ф. та ін. Облік і аналіз зовнішньоекономічної діяльності. – Житомир: ПП «Рута», 2001.
-  Григорьев Ю. Бухгалтерский учет валютных операций и анализ внешнеэкономической деятельности предприятий и посреднических организаций. – М., 1993.
-  Кредісов А.І. та ін. Управління зовнішньоекономічною діяльністю. – К., ВІРА-Р, 1998.
-  Шалашов В., Шалашова Н. Валютные расчеты и бухгалтерский учет. – М., 1993.
-  Сухарський В.С. Економічний словник-довідник. – Тернопіль: Навчальна книга – БогДан, 2001.
-  Сухарський В.С. та інш. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: теорія, методологія, практика. – Тернопіль: Астон, 2005.

РОЗДІЛ 18

СИСТЕМА РОЗРАХУНКІВ У ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНИХ ОПЕРАЦІЯХ

Тема 1. Міжнародні розрахунки.

- 1.1. Суть та значення міжнародних розрахунків.
- 1.2. Особливості міжнародних розрахунків.

Тема 2. Способи платежу.

- 2.1. Платіж готівкою.
- 2.2. Платіж у кредит.

Тема 3. Засоби платежу.

- 3.1. Платіж за допомогою чека.
- 3.2. Платіж векселем.

Тема 4. Форми платежів.

- 4.1. Авансовий платіж.
- 4.2. Розрахунки акредитивами.
- 4.3. Інкасова форма розрахунків.
- 4.4. Розрахунки через відкритий рахунок.
- 4.5. Банківський переказ.
- 4.6. Розрахунки кредитними картками.
- 4.7. Валютний кліринг.
- 4.8. Інші форми платежів.

Тема 1. Міжнародні розрахунки

1.1. Суть та значення міжнародних розрахунків.

Динаміка змін у міжнародних розрахунках пов'язана з розвитком і інтернаціоналізацією товарного виробництва і обміну. Міжнародні розрахунки охоплюють розрахунки по зовнішній торгівлі за товари і послуги, а також по некомерційних операціях, кредитах та руху капіталів між країнами.

Міжнародні розрахунки – це регулювання платежів по грошових вимогах і зобов'язаннях, що виникають у зв'язку з економічними, політичними і культурними відносинами між юридичними особами і громадянами різних країн, а також між урядами країн світу. Міжнародні розрахунки включають, з одного боку, умови і порядок здійснення платежів, із іншого, – щоденну практичну діяльність

банків по їх проведенню. Найбільший обсяг розрахунків здійснюється через записи на рахунках банків. Провідну роль у міжнародних розрахунках відіграють великі банки. Міра їх впливу на міжнародні розрахунки залежить від масштабів зовнішньоекономічних зв'язків країни базування, застосування її національної валюти, спеціалізації, фінансового стану, ділової репутації, мережі банків-кореспондентів. Для здійснення розрахунків банки використовують свої закордонні відділення і кореспондентські відносини з іноземними банками, що супроводжуються відкриттям рахунків «**Лоро**» (іноземних банків у даному банку) і «**Ностро**» (даного банку в іноземних).

Кореспондентські угоди, які укладаються між банками, визначають порядок розрахунків, розмір комісії, засоби поповнення витрачених коштів. Для своєчасного здійснення міжнародних розрахунків банки підтримують необхідні валютні позиції в різних валютах відповідно до структури і термінів майбутніх платежів. Для одержання високих прибутків банки прагнуть підтримувати на рахунках «**Ностро**» мінімальні кошти, розміщуючи валютні активи на світовому ринку позичкових капіталів. Діяльність банків у сфері міжнародних розрахунків, з одного боку, регулюється їх національним законодавством, із іншого, – визначається практикою, що існує у вигляді встановлених правил або закріплюється окремими документами.

У поточних міжнародних розрахунках використовуються національні кредитні гроші провідних країн. До Першої світової війни перевідні векселі (тратти), виписані в фунтах стерлінгів, обслуговували **80%** міжнародних розрахунків. Внаслідок нерівномірності розвитку країн частка фунта стерлінгів у міжнародних розрахунках упала до **40%** в 1948 р. і **5%** на початку 1990-х років, а долара США – зросла (майже до **75%** в 1982 р.), а після цього знизилася до **55%** в першій половині 1990-х років. Замість них німецька марка, японська ієна, швейцарський франк і інші провідні валюти стали також використовуватися як міжнародні платіжні засоби. Із 1970-х років новим явищем стало використання міжнародних розрахункових валютних одиниць: **СДР** – здебільшого в міждержавних розрахунках і особливо **ЕКЮ** – в офіційному і приватному секторі як валюти ціни і валюти платежу.

Історична закономірність розвитку платіжно-розрахункових відносин підпорядкована принципу витіснення золота кредитними

грошима не тільки із внутрішніх, але і міжнародних розрахунків. Але навіть у період панування золотого стандарту золото служило лише засобом погашення пасивного сальдо платіжного балансу. Зі скасуванням золотого стандарту і припиненням розміну кредитних грошей на метал необхідність оплати золотом міжнародних зобов'язань пропала. Проте золото використовують як світові гроші при непередбачених обставинах або коли інші можливості вичерпані. Наприклад, у роки Другої світової війни більшість міжнародних платежів здійснювалися стандартними зливками. Після війни сальдо по багатосторонньому клірингу (**Європейська платіжна спілка 1950-1958 рр.**) погашалося золотом (спершу 40%, із 1955 р. – 75%). У сучасних умовах країни при надзвичайній ситуації використовують продаж частини офіційних золотих запасів на валюти, в яких виражені їх міжнародні зобов'язання. Золото використовується також у міжнародних розрахунках опосередковано через операції на ринках золота. Використання національних валют у міжнародних розрахунках посилює залежність їх від курсових коливань, економічної і валютної політики країн-емітентів цих валют.

Стан міжнародних розрахунків залежить від таких чинників:

- економічних і політичних відносин між країнами;
- валютних законодавств країн;
- міжнародних торговельних правил і банківської практики;
- умов зовнішньоторговельних контрактів і кредитних угод.

Найбільш складними є розрахунки за міжнародними торговельними контрактами. Від вибору форм і умов розрахунків залежать швидкість і гарантія одержання платежу, сума видатків на операції через банки. Тому зовнішньоторговельні партнери в процесі переговорів погоджують деталі умов платежу і після цього закріплюють їх у контракті. При складанні валютно-фінансових і платіжних умов контрактів часто проявляється неспівпадання інтересів експортера, що прагне одержати максимальну суму валюти в найкоротший термін, і імпортера, зацікавленого у виплаті найменшої суми валюти, прискоренні одержання товару і відстрочці платежу до моменту кінцевої реалізації.

1.2. Особливості міжнародних розрахунків.

Міжнародні розрахунки мають певні особливості:

Імпортери і експортери, та їх банки вступають у відокремлені від зовнішньоторговельного контракту відносини, їх стосунки зв'язані з оформленням, пересилкою, обробкою товаророзпорядних і платіжних документів та здійсненням платежів. Обсяг зобов'язань і розподіл відповідальності між ними залежать від конкретної форми розрахунків.

Міжнародні розрахунки регулюються нормативними національними законодавчими актами, а також міжнародними банківськими правилами.

Міжнародні розрахунки – об'єкт уніфікації, що зумовлено інтернаціоналізацією господарських зв'язків, універсалізацією банківських операцій. На конференціях у **Женеві** в 1930 і 1931 рр. прийняті міжнародні **Вексельна і Чекова конвенції**, спрямовані на уніфікацію вексельних і чекових законів і усунення складностей використання векселів і чеків у міжнародних розрахунках. **Вексельний закон** є базою національного законодавства в більшості країн. **Конференція ООН з торгівлі та розвитку (ЮНКТАД)** здійснює уніфікацію вексельного законодавства. **Міжнародна торговельна палата**, створена в **Парижі** на початку **XX** століття, опрацьовує і видає **Уніфіковані правила** для документарних акредитивів та інкасо. Більшість банків світу приєдналися до **Уніфікованих правил** по акредитивах і інкасо. **Міжнародна торговельна палата** розробила **Правила** по контрактних гарантіях, веде роботу по підготовці **Правил** по платіжних гарантіях.

Міжнародні розрахунки мають документарний характер. До **фінансових** документів відносяться **прості і переказні векселі, чеки, платіжні розписки**. До комерційних документів відносяться:

а) **рахунки-фактури;**

б) **документи**, які підтверджують відвантаження або відправлення товарів, чи прийняття до навантаження (коносаменти, залізничні, автомобільні і авіаційні накладні, поштові квитанції, транспортні документи на змішані перевезення);

в) **страхові документи** страхових компаній морських страховиків або їх агентів;

г) **інші документи** – сертифікати, що посвідчують походження, вагу, якість чи аналіз товарів, а також митні і консульські рахунки тощо.

Міжнародні платежі здійснюються в різноманітних валютах. На вибір форм міжнародних розрахунків впливають: вид товару, наявність кредитної угоди, платоспроможність і репутація контрагентів, характер компромісу між ними, рівень попиту і пропозиції на товар на світових ринках. Умови і форми розрахунків обумовлюються контрактами.

Отже, **Міжнародні розрахунки** – це здійснення платежів за грошовими вимогами та зобов'язаннями, вони охоплюють розрахунки із зовнішньої торгівлі товарами та послугами, а також некомерційних операцій, кредитів, руху капіталу між країнами.

Міжнародні розрахунки включають умови, порядок здійснення платежів та практичну діяльність банків щодо їх проведення.

Найскладнішими є розрахунки з міжнародних торгових контрактів.

У зовнішньоторговельних операціях діє ціла система способів, засобів і форм платежів, що створюють цілісний, гнучкий і динамічний механізм розрахунків.

Тема 2. Способи платежу

Існує три способи платежу: **платіж готівкою, авансовий платіж і платіж у кредит.**

2.1. Платіж готівкою.

У міжнародному платіжному обороті **платіж готівкою** означає, що розрахунки ведуться наявними грошовими знаками (банкнотами). У цьому разі поняття «**готівковий платіж**» використовується як протиставлення авансовому та кредитному способам платежу.

Готівковий платіж, залежно від вибраної сторонами у контракті форми розрахунків, проводиться, якщо дотримано таких умов: імпортер одержав від експортера повідомлення про готовність товару до відвантаження; імпортер отримав телеграфне повідомлення про закінчення повантаження товару; імпортер отримав комплект документів і повідомлення про право відстрочки оплати на кілька годин чи днів, якщо перед цим імпортер надав банківську гарантію, що він заплатить проти прийому товару. Для експортера буде вигіднішою перша умова, а для імпортера – остання.

Платіж готівкою здійснюється через банки за угодами типу «**спот**».

2.2. Платіж у кредит.

Платіж передбачає, що покупець сплачує суму, обумовлену у контракті, через деякий час після поставки товару (покупець надає продавцеві комерційний (товарний) кредит). Оскільки одна фірма дає кредит іншій, такий кредит називається ще й **фірмовим товарним кредитом**. Максимальний розмір кредиту, що надається покупцю одночасно, як правило, не перевищує **10%** від капіталу покупця.

Кредит дається не на всю суму контракту, а на **80-90%**, решту покупець оплачує авансом, що дає змогу продавцю покрити свої витрати, якщо покупець порушить свої зобов'язання за контрактом.

За термінами комерційні кредити поділяються на **короткострокові** (до 1 року), **середньострокові** (1-5 років) та **довгострокові** (5-10 років і більше).

При оформленні комерційного кредиту виникає питання про гарантії платежу: гарантійні листи першокласних банків, підтверджені (резервні) акредитиви першокласних банків, векселі, банківський акцепт і аваль векселів, аваль чеків.

Гарантії бувають **платіжні та договірні**.

Тема 3. Засоби платежу

Поширення комерційного кредиту зумовлює використання кредитних засобів платежу – **чеків та векселів**.

3.1. Платіж за допомогою чека.

Чек – це безумовна пропозиція чекодавця платнику здійснити платіж вказаної на чекові грошової суми чекодержателеві готівкою чи перерахуванням грошей на рахунок власника чека у банку. Використання чека як засобу платежу дозволяє економити витрати на обіг дійсних грошей і прискорює платежі, позаяк всі чеки оплачуються після подання (рисунок 11).

Виписаний чекодавцем документ повинен мати **покриття**. (Законодавство багатьох країн передбачає кримінальну відповідальність за виставлення чека без покриття). Чеки, що виписуються клієнтом банку, видаються у межах суми, що є на його поточному та інших рахунках, включаючи суми, які надійшли на ці рахунки у результаті надання банками кредиту.

Чек можна використовувати для отримання готівки, для безготі-

вкового платежу і в інших формах, пов'язаних із обігом чеків як засобу платежу. Форми чеків і їх обіг регламентуються **національним законодавством і нормами міжнародного права**. Країни, які не входять у систему **Женевського чекового права**, регулюють обіг чеків національними нормами права, а країни **англо-американського права** – нормами цього права.

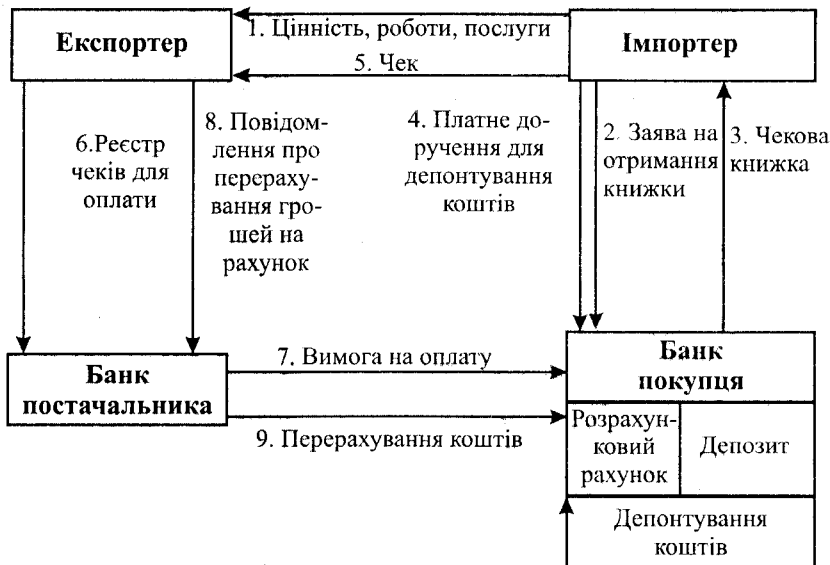


Рисунок 11. Механізм розрахунку чеками

За міжнародним правом, для розв'язання спорів, пов'язаних із формою чеків та їх обігом, застосовується право тієї країни, де був виписаний чек.

Текст чека повинен містити такі елементи:

1. Найменування «чек» (чекова помітка), виражене тією мовою, на якій виписаний чек.

2. Просте і нічим не зумовлене розпорядження платнику сплатити вказану на чековій суму. За «Положенням про чек», сума чека також повинна бути вказана прописом від руки.

3. Найменування платника, яким є банк (інша кредитна інституція), де чекодавець має свій поточний та інші рахунки.

4. Місце платежу, яке переважно збігається з місцем розташування банку-платника.

5. Дата та місце складання чека. За «Положенням про чек», необхідно вписати дату, місяць (вказується прописом) і рік видачі чека.

6. Підпис чекодавця.

Ніякі поправки чи виправлення на чекові не допускаються. Наведемо зразок чека за формою «**Однотипного закону про чеки**». У дужках зазначені номери названих елементів чека (рисунок 12).

(2) EURO – 5000	(5) Париж, 1 грудня 2003 р.
(3) Ейробанк, Париж	
Платіть проти цього (1) чека наказу фірми «Сяйво», Київ, Україна.	
(2) П'ять тисяч євро	
(4) Місце платежу: Париж	(6) АТ «Атокен», Париж (підписи)

Рисунок 12. Реквізити чека

Згідно з **Женевською конвенцією**, строк подання чека до оплати у країні його видачі становить **8 днів**, у платіжному обороті між країнами **Західної Європи, Східної Європи та Середземномор'я – 20 днів**, а в міжконтинентальному платіжному обороті – **70 днів**. Ці терміни діють із дня, вказаного у чеку як дата виставлення чека.

Чек може передаватися однією особою іншій шляхом внесення у нього передавального надпису (**індосаменту**). Індосамент здійснюється на зворотному боці чека і підписується особою, котра зробила цей надпис (індосантом).

Умови передачі чека від однієї особи до іншої визначають вид чека та характер його використання в обігу як засобу платежу. Розрізняють **такі види чеків**:

1. Іменний, або чек на користь певної особи (рисунок 13).

EURO 5000	Париж, 1 грудня 2003 р.
Ейробанк, Париж	
Платіть проти цього чека фірми «Сяйво», Київ, Україна, а не наказу п'ять тисяч євро	
Місце платежу: Париж	АТ «Атокен», Париж (підписи)

Рисунок 13. Реквізити чека

2. Ордерний, тобто чек, виписаний на користь певної особи чи його наказом. Передається такий чек при допомозі індосаменту із застереженням «Наказу» чи без нього.

3. Чек на пред'явника виписується пред'явникові і може бути переданий іншій особі як з індосаментом, так і без нього. Чек виставляється клієнтам на свій банк (рисуюнок 14).

EURO 5000	Париж, 1 грудня 2003 р.
Ейробанк, Париж	
Платить пред'явникові цього чека п'ять тисяч євро	
Місце платежу: Париж	АТ «Атокен», Париж
	(підписи)

Рисуюнок 14. Реквізити чека

Чекодавець висилає його своєму партнерові за кордоном, який при отриманні чека виставляє його своєму банку для кредитування свого розрахунку.

Чеки поділяються на **фірмові** та **банківські**.

Банківський чек – чек, виписаний банком на свій банк-кореспондент. У тексті таких чеків чекодавцем виступає банк боржника. Оплата за цими чеками здійснюється за рахунок засобів банку чекодавця на його рахунок у банку-кореспонденті за кордоном.

Фірмовий чек – чек, виписаний фірмою на одержувача. Документи виписуються в національній чи іноземній валюті на пред'явника і виставляються фірмою на свій банк. Оплата за ним проводиться за рахунок засобів чекодавця.

3.2. Платіж векселем.

Вексель – це цінний папір, що оформлюється у строгій відповідності з вимогами закону та містить безумовне абстрактне грошове зобов'язання.

За розрахунками із зовнішньоторговельних операцій використовуються **простий і переказний вексель (тратта)**. Частіше застосовується переказний вексель, який являє собою безумовну пропозицію трасанта (кредитора), адресовану трасату (боржнику), сплатити третій особі (ремітенту) в установленний термін вказану суму.

Простий вексель виставляється не кредитором, а боржником, який називається **векседавцем**. Останній бере зобов'язання спла-

тити кредиторі певну грошову суму в обумовленому місці у визначений термін.

Форма і вид векселя визначаються національним законодавством. У країнах СНД форма і вид векселів, а також їх обіг регламентується «Положенням про переказний і простий вексель» (рисунок 15).



Рисунок 15. Розрахунок покупця з продавцем за поставлені в кредит товари за допомогою простого векселя

У сфері міжнародного платіжного обороту застосовуються норми і національного, і міжнародного права. У міжнародних розрахунках необхідно враховувати нормативні акти, що є у вексельному законодавстві різних країн, і передбачати у контрактах, який з діючих нормативних актів регулюватиме фінансові відносини за угодою.

За вимогами «**Однотипного вексельного закону**», вексель складається у письмовому вигляді і містить визначений перелік обов'язкових реквізитів.

Реквізити простого векселя:

1. Вексельна помітка.
2. Просте і нічим не обумовлене зобов'язання сплатити певну суму грошей.
3. Вказання терміну платежу.
4. Місце платежу.

5. Найменування одержувача.**6. Вказання дати та місця складання платежу.****7. Підпис векселедавця.**

Зразок простого векселя за формою «**Однотипного вексельного закону**» (рисунок 16) (у дужках зазначено номер вказаних елементів цього векселя).

(2) EURO 5000

(5) Париж, 1 грудня 2003 р.

(3) 29 березня 2004 р. ми заплатимо проти цього (1) простого векселя наказу (5) фірми «Сяйво», Київ, Україна.

(4) П'ять тисяч євро.

(6) Місце платежу:

(7) АТ «Атокен», Париж

Париж

(підписи)

Рисунок 16. Реквізити векселя

Згідно з «**Однотипним вексельним законом**», переказний вексель (тратта) повинен містити:

1. **Найменування «вексель»**, включене у сам текст документа.
2. **Просту і нічим не обумовлену пропозицію** сплатити певну суму грошей.
3. **Найменування трасата (боржника)**.
4. **Вказання терміну платежу**.
5. **Місце платежу**.
6. **Найменування особи** (ремітента, одержувача), якому чи за чий наказом має бути здійснений платіж.
7. **Вказання дати та місця складання векселя**.
8. **Підпис особи** (векселедавця, трасанта, кредитора), який видає вексель.

Зразок переказного векселя за формою «**Однотипного вексельного закону**» (рисунок 17) (у дужках зазначено номер вказаних елементів цього векселя).

(2) EURO 5000

(7) Київ, 1 грудня 2003 р.

(4) 29 березня 2004 р. платіть проти цього (1) переказного векселя наказу (6) фірми «Сяйво», Київ, Україна.

(6) П'ять тисяч євро.

(3) АТ «Атокен», Париж

(5) Місце платежу:

(8) «Сяйво», Київ

Париж

(підписи)

Рисунок 17. Реквізити векселя

Для зручності операцій із векселями, що використовуються у комерційному обороті, у багатьох країнах світу розроблені вексельні формуляри, які відповідають вимогам вексельного законодавства.

Оскільки переказний вексель сам по собі не має сили законного платіжного засобу, а є лише представником дійсних грошей, прийнято, що боржник-трасат зобов'язаний письмово підтвердити свою згоду провести платіж за векселем в означений термін, тобто здійснити **акцепт тратти**. Акцепт здійснюється у вигляді **надпису на лицьовому боці векселя** і підписується акцептантом.

Зразок акцепту:

«Акцептований»

(3) АТ «Атокен», Париж

(підпис)

Акцепт тратти може бути **загальним чи обмеженим**. **Обмежений (частковий) акцепт** – це письмове погодження боржника сплатити тільки частину суми, вказаної у тратті. Печатка не ставиться.

Для виконання трасатом своїх зобов'язань експортер, передаючи у банк з інкасовим листом товарівдвантажувальні документи, додає до них тратту.

Коли тратта підлягає акцепту до поставки товару, експортер передає тратту імпортеру, імпортер акцептує її і передає акцептовану тратту банкові з дорученням видати її експортеру тільки після отримання трасатом товаророзпорядчих документів.

Акцепт тратти може здійснювати і банк. Такий банківський акцепт використовується для дострокового обліку тратти.

Надійнішою **гарантією**, порівняно з акцептом за траттами та простими векселями, у міжнародній торгівлі є їх **авальювання** (підтвердження) банками. **Аваль** виступає як вексельна порука, до якої застосовується вексельне право.

Аваль робиться на лицьовому боці векселя чи на додатковому аркуші.

Підпис, поставлений на лицьовому боці векселя трасантом чи платником, згідно з **Женевським законодавством**, не вважається авалем.

У платіжному обороті вексель виступає як оборотний фінансовий документ. Це означає, що з передачею векселя іншій особі до нього переходять усі права, вимоги та ризик за цим документом. Передача векселя здійснюється шляхом простого вручення чи з до-

помогою передавального надпису (індосаменту). Такий надпис ставиться на зворотному боці векселя і підписується індосантом.

Індосаменти бувають таких видів:

1. Бланковий індосамент. Це зроблений на зворотному боці векселя передавальний надпис, в якому не вказано, наказом якої особи треба здійснити платіж. Він являє собою найменування індосанта та його підпис.

2. Іменний (повний) індосамент. Із його допомогою індосант передає всі права та вимоги за векселем іншій особі, чие найменування або ім'я вказується в індосаменті.

3. Перепоручницький індосамент. Такий передавальний підпис робиться тримачем векселя при передачі цього документа на інкасо банку з проханням отримати за ним платіж і забезпечити виконання останнім усіх вимог за векселем.

Борг трасата вважається погашеним при оплаті векселя готівкою перерахуванням вказаної у ньому суми на банківський рахунок пред'явника чеком чи переказом. Після оплати пред'явник цього документа повинен повернути трасату вексель із поміткою про оплату, яка ставиться на зворотному боці векселя.

Сума отримана
Київ, 29 березня 2004 р.
Інторгбанк
(підпис)

Важливим засобом платежу, що використовується у міжнародній торгівлі, є банківський переказ. Це розрахункова банківська операція яка полягає у пересиланні платіжного доручення одного банку іншому. Платіжними дорученнями розраховуються з постачальниками та підрядчиками у разі передоплати ними за узгодженням із різними кредиторами. Платіжні доручення приймаються банками тільки за наявності грошей на рахунках платників.

При розрахунку дорученнями скорочується час і документообірот операції (рисунок 18).

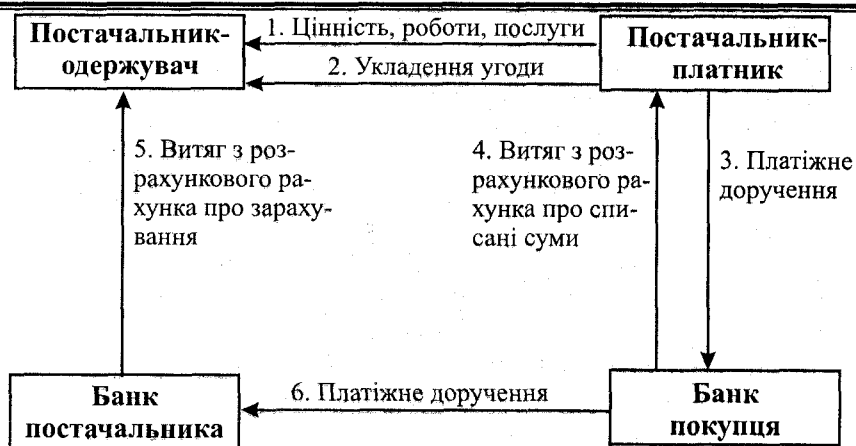


Рисунок 18. Розрахунок платіжними дорученнями

Впровадження електронної обробки даних забезпечило нові можливості для скорочення часу здійснення платежів.

Українські підприємства, які розраховуються з іноземними контрагентами за куплені товари за допомогою банківського переказу, складають заяву про переказ.

У документі переказодавач вказує:

- повне найменування платника;
- найменування банку платника;
- номер банківського рахунка, який дебетується;
- код валюти та суму платежу;
- повне найменування бенефіціара, його адресу;
- найменування банку бенефіціара та номер його рахунка;
- найменування, номер і дату документа (контракту і т.п.), за яким проводиться оплата;
- особу, що несе витрати на здійснення переказу (банківська комісія та поштові чи телеграфні витрати);
- ціль і призначення переказу (найменування товару та послуг, за які здійснюється оплата).

Під час переказу засобів за кордон у рахунок оплати інкасованих документів переказодавач повинен вказати у заяві, на оплату яких документів здійснюється платіж, тобто номер інкасового доручення.

Тема 4. Форми платежів

4.1. Авансовий платіж.

Авансовий платіж (payment in advance) найбільш привабливий для експортера. Оплата товарів проводиться імпортером до відвантаження, а інколи навіть до їх виробництва. Якщо імпортер оплачує товар авансом, він кредитує експортера. Наприклад, авансові платежі на частину вартості контракту включаються в умови контрактів на будівництво об'єктів за кордоном. При імпорті дорогого устаткування, суден, літаків, вироблених за індивідуальним замовленням, також практикуються частково авансові платежі. Достатньо розповсюджено для контрактів продажу вимагати часткові авансові платежі (**partial payments in advance**). По дорученню експортера на суму авансового платежу банк експортера зазвичай видає на користь імпортера гарантію повернення одержаного авансу в разі невиконання умов контракту і недопоставки товарів.

Згода імпортера на ці умови розрахунків пов'язана або із його зацікавленістю в постачанні товару, або з натиском експортера. Незважаючи на те, що повний авансовий платіж очевидно найбільш бажаний для експортера, він зможе одержати такі умови, коли існує ринок продавця, чи якщо такі умови є звичайними при торгівлі конкретними товарами.

У формі авансу прийнято оплачувати такі товари як дорогоцінні метали, ядерне паливо, зброю та ін.

Він передбачає виплату покупцем обумовлених у контракті сум до передачі товаророзпорядних документів і самого товару у розпорядження покупця, а найчастіше під час і навіть до виконання замовлення.

Авансовий платіж відіграє подвійну роль. З одного боку, авансом імпортер кредитує експортера, з іншого, – забезпечує виконання зобов'язань, взятих імпортером за контрактом.

Аванс може надаватися у **грошовій і товарній формі**. Аванс у товарній формі передбачає надання замовником-імпортером сировини і комплектуючих, необхідних для виконання замовлення (давальницька сировина). Аванс у грошовій формі визначається у процентах від контрактної вартості замовлення.

Найчастіше аванс складає **15-33%** від вартості замовлення і ви-

плачується після підписання контракту.

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

4.2. Розрахунки акредитивами.

Відкриття та виконання документарних акредитивів реалізується «Уніфікованими правилами та звичаями для документарних акредитивів» (Публікація міжнародної торгової палати №400, 1983 р.).

За акредитивної форми розрахунків беруть участь такі сторони:

1. **Заявник наказодавець (applicant)** – це покупець-імпортер, що просить свій банк, банк-емітент, ставити акредитив. Наказодавець інколи називається «**opener**» або «**accreditor**».

2. Банк-емітент (issuing bank).

Наказодавець є клієнтом банку-емітента і саме банк-емітент дає умовну гарантію на користь бенефіціара і повідомляє банк (advising bank). Це банк, доміційований в країні бенефіціара, що одержав прохання від банку-емітента повідомити бенефіціару про терміни і умови акредитива. Якщо банк, що повідомляє, погодився повідомити про акредитив, він взяв на себе зобов'язання перевірити безперечну достовірність цього акредитива. Якщо банк, що повідомляє вирішив не повідомляти про акредитив, він повинен інформувати про це банк-емітент. Якщо банк, що повідомляє, не може встановити безперечну достовірність акредитива, він повинен інформувати негайно банк, від якого були одержані інструкції. Додатково банк, що повідомляє, може, якщо хоче, повідомити про невстановлений на достовірність акредитив, але в той же самий час повинен інформувати бенефіціара, що він був не в змозі установити достовірність акредитива. Банк, що повідомляє, не несе ніякої відповідальності по оплаті акредитива.

3. **Бенефіціар (beneficiary)** – це продавець чи експортер, на користь якого діє гарантія.

4. Банк, що підтверджує* (confirming bank).

Банк, що підтверджує – це банк, що на прохання чи із дозволу банку-емітента додає своє безвідкличне зобов'язання оплатити акредитив, якщо банк-емітент не виконає свої зобов'язання. Банки підтверджують тільки безвідкличні акредитиви. Це прийняте зо-

бов'язання є доповненням, а не заміною уже наданого банком-емітентом. Фактично, бенефіціар одержує користь від двох банків-гарантів. Перше – право регресу до банку-емітента, а після цього банку, що підтверджує, у випадку невиконання зобов'язань.

Акредитив, який використовується під час розрахунків із зовнішньоторговельних угод, являє собою одностороннє умовне грошове зобов'язання банку, видане ним за дорученням клієнта-наказодавця акредитиву на користь його контрагента за контрактом – бенефіціара. Банк, що відкрив акредитив (банк-емітент), повинен або акцептувати втрати бенефіціара й вчасно оплатити їх, або уповноважити інший банк провести такі платежі (рисунок 19).



Рисунок 19. Реалізація акредитивної форми розрахунків

Отже, імпортер доручає своєму банку виплатити гроші за куплений товар тільки за поданням експортером комплексу товаророзпорядчих документів, які підтверджують, що товар дійсно відвантажений згідно до контракту.

Акредитив може бути призначений лише для розрахунків з **одним постачальником**. Термін дії та порядок розрахунків за акредитивом встановлюється у контракті, в якому слід **вказати**:

- найменування банку-емітента;
- вид акредитиву;

- вид акредитиву та спосіб його виконання;
- повний перелік і точну характеристику документів;
- строки подання документів після відвантаження товарів, вимоги до їх оформлення;
- інші необхідні документи й умови.

Акредитиви можуть бути **покриті** (депоновані) та **непокриті** (гарантовані), відзивні та безвідзивні.

Покриті (депоновані) – акредитиви, при відкритті яких банк-емітент перераховує власні кошти платника чи поставлений йому кредит у розпорядження банку-постачальника на весь термін дії зобов'язань.

Непокритий (гарантований) акредитив може відкриватися у виконуючому банку шляхом надання йому права списувати всю суму акредитиву з відкритого у ньому рахунка банку-емітента.

Найпоширенішою формою є розрахунки **покритими акредитивами**.

Особливістю відзивних є те, що **відзивний** акредитив може бути змінений чи анульований банком-емітентом без попереднього узгодження з постачальником.

Розпорядження про зміну умов відзивного акредитиву платник може давати постачальнику тільки через банк-емітент, який повідомляє банк постачальника, а той уже в свою чергу – постачальника.

Безвідзивний акредитив не може бути анульований чи змінений без згоди постачальника, на користь якого він відкритий.

Неділимий акредитив передбачає, що вся належна експортерові сума буде виплачена після завершення всіх поставок чи після останньої часткової поставки. Такий акредитив захищає інтереси покупця.

Для експортера **найвигіднішим акредитивом** є акредитив **безвідзивний, підтверджений, ділимий**.

У рахунках по документарному акредитиву беруть участь: імпортер (наказодавець), що звертається до банку з проханням про відкриття акредитива; банк-емітент, банк, що відкриває акредитив, а після цього буде вимагати відшкодування платежу у банка-емітента (по непокритих акредитивах). Якщо у виконуючого банку і банку-емітента немає взаємних кореспондентських рахунків, то в розрахунках приймає участь третій (рамбурсуючий) банк, в якому відкриті кореспондентські рахунки зазначених банків. При відкритті акреди-

тива банк-емітент дає інструкції (рамбурське повноваження) рамбурсуючому банку оплачувати вимоги виконуючого банку впродовж терміну дії і в межах суми акредитива.

У світовій практиці використовуються **чотири умови по акредитивах**:

1. Платіж (payment).

Номінований банк сплатить бенефіціару по одержанні зазначених документів і при виконанні всіх умов акредитива. Інколи банк-емітент називає сам себе у вигляді банку-платника, при цьому платіж буде зроблений по одержанні правильно оформлених документів в його банку за кордоном. Умова «платіж» застосовується тільки до тратти по пред'явленні.

2. Негоціація (negotiation).

Банк-емітент назначає банк, що авізує негоціювати акредитив, або зробити акредитив вільно негоційованим, при цьому будь-який банк є номінованим банком. Якщо банк негоціює акредитив, він оплатить авансом гроші бенефіціару при поданні необхідних документів при необхідності і нарахує процент на платіж. Такі негоційні аванси називають авансовими платежами з правом регресу (with recourse). Якщо платіж у підсумку не одержаний із банку-емітента, що негоціює банк, буде мати можливість вимоги зворотнього платежу у бенефіціара (авансовий платіж + відсотки). Проте банк, що негоціює, тільки в тому випадку буде мати можливість одержати регресійну вимогу із бенефіціара, якщо банк-емітент не в змозі зробити відшкодування через неплатоспроможність або урядові обмеження. При умові, коли банк, що негоціює, пропустив неузгодженість (discrepancy) у документах після їх перевірки, тоді у нього немає ніякого права регресу по відношенню до бенефіціара – це збитки банку. Якщо банк, що негоціює, підтвердив акредитив, тоді авансовий платіж буде без права регресу, за умови, що умови акредитива були дотримані.

3. Акцепт (acceptance).

Умова «акцепт» може застосовуватися тільки, якщо акредитив вимагає термінову тратту, тобто переведення векселя, сплачуване в обумовлений час після акцепту трасатом. Акцептний акредитив називають також терміновим акредитивом (term credit або usance credit). Це означає, що продавець виписує тратту на номінований банк, що вимагає платіж на певну дату в майбутньому. Цей акцепт

представляє прийняте банком зобов'язання зробити оплату тратти на належну дату.

4. Акредитиви з відстроченим платежем (deferred payment credits). Умови документарного акредитива включають інструкції бенефіціару по випуску перевідного векселя, і банк-емітент гарантує, що такі тратти будуть оплачені, за умови, що всі інші умови акредитива виконані. При акредитивах з платежем у розстрочку, немає потреби для експортера випускати перевідний вексель. Банк-емітент гарантує, що платіж буде зроблений на фіксовану дату, за умови, що інші умови виконані. Незважаючи на те, що експортер не виставляє тратту, в усіх інших відносинах ці акредитиви схожі з іншими документарними акредитивами. Перевага акредитивів з відстроченим платежем полягає в тому, що вони дозволяють уникнути необхідність сплати гербового збору (stamp duty) по перевідному векселю. В деяких країнах гербовий збір встановлений по низькій ставці чи взагалі відсутній, тоді як в інших країнах гербові збори можуть бути значними.

Акредитив за природою є угодою, відокремленою від контракту купівлі-продажу, і банки не відповідають за порушення умов контракту кимось із контрагентів. Банк відкриває акредитив, тобто бере на себе певні зобов'язання, на основі інструкцій імпортера-наказодавця. У контракті повно та чітко повинні бути визначені всі умови майбутнього акредитиву, зокрема:

- коли імпортер має дати своєму банкові інструкції щодо відкриття акредитиву;
- коли експортер повинен повідомити імпортера про готовність товару до відвантаження;
- які банки виконуватимуть роль емітента, банку, що авізує, підтверджує та виконує;
- які документи, що свідчать про здійснення відвантаження, мусить подавати експортер у свій банк, щоб отримати гроші за товар;
- який термін дії акредитиву, тобто протягом якого часу експортер може отримувати гроші проти подання документів;
- вид акредитиву;
- спосіб використання акредитиву (шляхом негайного платежу за поданням документів; платежу з розстрочкою у визначені стро-

ки, відновлених бенефіціаром, строком за поданням на наказодавця акредитиву, на банк-емітент чи інший банк, вказаний банком-емітентом; акцепту банком тратт, виставлених бенефіціаром на виконуючий банк, банк-емітент чи уповноважений ним банк або на наказодавця акредитиву);

- інші умови, залежно від виду акредитиву.

4.3. Інкасова форма розрахунків.

Застосування інкасової форми розрахунків регулюється «Уніфікованими правилами з інкасо», прийнятими у 1978 р. Міжнародною торговою палатою. 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).

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.

Крім банківської гарантії, забезпечення платежу здійснюється шляхом використання **телеграфного інкасо**.

Інкасо може бути **документарним і чистим**.

Документарне інкасо – це інкасо фінансових документів, які супроводжуються комерційними документами (рахунки, транспортні страхові документи), а також інкасо тільки комерційних документів.

Чисте інкасо – це інкасо фінансових документів (векселі, чеки та інші документи, що використовуються для отримання платежів), які не супроводжуються комерційними документами.

При чистому інкасо банк-ремітент приймає від довірителя-експортера названі фінансові документи, а репрезентуючий банк у країні платника пред'являє платникові інкасовані фінансові документи до оплати.

Існує п'ять основних сторін документарного інкасо:

1. Довіритель (принципал)-експортер.

2. Банк-ремітент.

Це банк, якому довіритель доручає операцію по інкасуванню.

3. Банк, що інкасує.

Це будь-який банк, що повідомляє трасата про прибуття інкасо і що вимагає від нього платіж і акцепт.

4. Банк, що представляє.

5. Імпортер.

Операції по документарному інкасо такі:

1. Експортер відвантажує товар і одержує товаророзпорядні (титульні) документи від судової лінії.

2. Експортер, що відомий як довіритель (принципал), передає такі документи в свій банк (банк-ремітент):

а) перевідний вексель, випущений на імпортера;

б) титульні документи (наприклад, повний комплект чистих бо-тових коносаментів, випущених за наказом на індосованому бланку) і інші документи (страховий поліс або сертифікат, за умови GIF);

в) інкасове доручення (collection order), що містить інструкції експортера банку-ремітенту;

3. Банк-ремітент заповнює своє власне інкасове доручення, що адресується банку імпортера. Це інкасове доручення буде містити такі ж інструкції, що і початкове інкасове доручення експортера. Це доручення після цього пересилається в банк імпортера разом з іншими документами.

4. Якщо інструкції «документи проти платежу» (Д/Р) (5), банк імпортера передасть документи імпортеру тільки проти платежу. Якщо інструкції «документи проти акцепту» (Д/А) (5), банк імпортера передасть документи проти акцепту перевідного векселя імпортера.

5. Коли перевідний вексель оплачений, банк імпортера пересилає фонди банку-ремітенту.

6. Банк-ремітент кредитує рахунок довірителя.

Іноді розрахунки проводяться через банк, що підтверджує.

7. Зарахування грошей на рахунок банк, що підтверджує.

8. Зарахування грошей на рахунок банку-ремітента.

9. Кредитування рахунка довірителя.

При застосуванні інкасової форми розрахунків використовуються документи двох типів:

1) фінансові документи – документи, які використовуються для цілей одержання грошей (перевідний вексель; чек; платіжна розписка);

2) комерційні документи – документи, пов'язані з товаром, для яких фінансові документи існують, щоб забезпечити платіж (коносамент, страховий документ).

Існують два основні різновиди інкасового доручення:

- а) документи видаються платнику проти платежу (Д/П);
- б) документи видаються платнику проти акцепту (Д/А).

Інкасо практикується видавання документів імпортеру без оплати проти його письмового зобов'язання зробити платіж у встановлений період часу. Використовуючи такі умови, імпортер має можливість продати куплений товар, одержати виручку і після цього оплатити інкасо експортеріві.

4.4. Розрахунки через відкритий рахунок.

Відкритий рахунок – це найменш вигідна форма розрахунків для експортера, оскільки вона не дає йому ніяких гарантій своєчасного отримання платежу. Експортер поставляє покупцеві товар разом із товаророзпорядчими документами і записує у своїх бухгалтерських документах у дебет відкритого покупцеві рахунка суму покупки.

Імпортер записує суму відвантаження в кредит рахунка поставальника. 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 оборотні записи.

Така форма міжнародних розрахунків пов'язана з кредитом по відкритому рахунку. Сутність цієї форми розрахунків складається у періодичних платежах імпортера експортеріві після одержання товару. Інколи використовують такі умови, як чистий наявний розрахунок по одержанні товару. При платежі по відкритому рахунку експортер губить повний контроль над товаром у момент, коли він його відвантажує, вважаючи, що імпортер проведе платіж. Порядок розрахунків по погашенню заборгованості по відкритому рахунку визначається угодою між контрагентами. Зазвичай передбачаються періодичні платежі у встановлені терміни (після завершення поставки чи перепродажу товару імпортером у середині чи в кінці місяця). Після перевірки розрахунків остаточне погашення заборгованості по відкритому рахунку проводиться через банки, як правило, з використанням банківського переказу чи чека.

Відкритий рахунок використовується при розрахунках між:

- підприємствами, зв'язаними традиційними торговельними відносинами;

- транснаціональними корпораціями і її закордонними філіями по експортних поставках;
- змішаними підприємствами з участю експортера за товари, що відправляються на консигнацію для продажу зі складу.

Найчастіше розрахунки по відкритому рахунку застосовуються при регулярних поставках, коли довіра підкріплюється тривалими діловими відносинами, а покупець – солідне підприємство.

Особливістю даної форми є те, що поставки товару випереджають оплату. Розрахунки при цій формі відірвані від товарних поставок і пов'язані з комерційним кредитом – експортер кредитує імпортера. Коли йдеться про взаємні поставки, то відбувається двобічне кредитування і залік взаємних зобов'язань.

4.5. Банківський переказ.

Банківський переказ – це доручення одного банку іншому виплатити переказоотримувачу певну суму. В міжнародних розрахунках банки найчастіше виконують перекази по дорученню своїх клієнтів. У цих операціях беруть участь:

- 1) переказодавець-боржник;
- 2) банк переказодавця, що прийняв доручення;
- 3) банк, що здійснює зарахування суми переказу на рахунок переказоотримувача;
- 4) переказоотримувач.

У формі банківського переказу здійснюються оплата по інкасо, платежі в рахунок остаточних розрахунків, авансові платежі. Крім того, шляхом переказу проводяться перерахунки й інші операції. Банківський переказ здійснюється по пошті чи телеграфу відповідно поштовими чи телеграфними платіжними дорученнями. В банківських переказах широко використовується система **SWIFT**.

4.6. Розрахунки кредитними картками.

Із 60-х років XX ст. в міжнародних розрахунках активно використовуються кредитні картки. **Кредитна картка** – іменний грошовий документ, що дає право власникові купувати товари і послуги з використанням безготівкових розрахунків. Переважають кредитні картки американського походження (**Visa International, MasterCard, American Express та ін.**). У кінці 1990 р. 21,6 тис. банків близько 200 країн випускали понад 300 млн. кредитних карток **Visa**, 29

тис. банків понад 70 країн – 150 млн. **Master Card**. Система **American Express** обслуговує майже 100 млн. кредитних карток по всьому світу. Для їх обробки використовується комп'ютерний, електронний і космічний зв'язок. Комп'ютери банків і крамниць через телефон підключаються до центральних комп'ютерів системи, що опрацьовують інформацію. Обслуговування клієнтури кредитними картками – зручна форма, яка постійно розширюється.

4.7. Валютний кліринг.

Втручання держави в сферу міжнародних розрахунків відбувається у періодичному використанні **валютних клірингів** – угод між урядом двох і більше країн про обов'язковий взаємний залік міжнародних вимог і зобов'язань. Валютний кліринг відрізняє від внутрішнього міжбанківського клірингу. **По-перше**, заліки по внутрішньому клірингу між банками здійснюється в добровільному порядку, а по валютному клірингу – в обов'язковому: при наявності клірингової угоди між країнами експортери і імпортери не мають ухилятися від розрахунків по клірингу. **По-друге**, по внутрішньому клірингу сальдо заліку негайно перетворює в гроші, а при валютному клірингу виникає проблема ліквідації сальдо.

Причинами введення валютних клірингів у 1930-х роках були:

- нестабільність економік;
- нерівноваженість платіжних балансів;
- нерівномірність розподілу золотовалютних резервів;
- скасування золотого стандарту у внутрішньому грошовому обігу;
- інфляції;
- валютні обмеження;
- загострення конкурентної боротьби.

Вперше валютний кліринг був запроваджений у 1931 р. в період світової економічної кризи. В березні 1935 р. було підписано 74 клірингових угоди, в 1937 р. – 169. Вони охоплювали 12% обсягу міжнародної торгівлі. Після Другої світової війни в зв'язку з кризою платіжних балансів, «доларовим голодом», підсиленням інфляції і валютних обмежень, виснаженням золотовалютних резервів більшості країн **Західної Європи** кількість двосторонніх клірингів збільшилась із 200 у 1947 р. до 400 в 1950 р. На них приходилося 2/3 внутрієвропейського товарообігу. Характерною рисою валютних кліри-

нгів є заміна валютного обігу закордонними розрахунками в національній валюті із кліринговими банками, що здійснюють остаточні заліки взаємних вимог і зобов'язань.

Кліринг – головний, але не єдиний вид платіжної угоди. Платіжні угоди між державами регулюють різноманітні питання міжнародних розрахунків, зокрема порядок використання валютних надходжень, стан платіжного балансу і його окремих статей, взаємне надання валют для поточних платежів, режим обмеженої конвертованості валют і т.д.

У залежності від валютно-економічного становища країни цілі валютного клірингу мають:

- 1) вирівнювання платіжного балансу без витрат золото-валютних резервів;
- 2) одержання пільгового кредиту від контрагента, що має активний платіжний баланс;
- 3) відповідний захід впливу на дискримінаційні дії іншої держави;
- 4) безповоротне фінансування країною з активним платіжним балансом країни з пасивним платіжним балансом.

Форми валютного клірингу – різні і можуть бути класифіковані за такими знаками:

1. Залежно від числа країн-учасниць розрізняються односторонні, двосторонні, багатосторонні і міжнародні кліринги. Односторонній кліринг життєздатний. Про це свідчить досвід **Італії**, що ввела односторонній кліринг по відношенню до **Великобританії** на початку 1930-х років. Внаслідок цього італійські експортери воліли одержувати фунти стерлінгів, обминаючи кліринговий рахунок, а імпортери – розрахунки по клірингу, вносячи в свій банк ліри і звільняючи себе від необхідності купувати англійську валюту. В підсумку утворилася одностороння заборгованість Банку **Італії** англійцями.

Розповсюджені двосторонні кліринги, при яких рахунки ведуться в обох країнах. При цьому застосовуються прийняті в міжнародній практиці форми розрахунків (інкасо, акредитив, переказ та ін.), але імпортери вносять у свій банк національну валюту, а експортери замість інвалютної виручки одержують національну валюту. Залік взаємних вимог і зобов'язань здійснюють банки через провідні клірингові рахунки.

Багатосторонній кліринг включає три і більше країни. Багатосторонній валютний кліринг відрізняється від двостороннього тим,

що залік взаємних вимог і зобов'язань, а також балансування міжнародних платежів здійснюються всіма країнами, охопленими кліринговою угодою. Вперше в історії подібний кліринг у формі **Європейської платіжної спілки** функціонував із червня 1950 р. по грудень 1958 р. В ньому брали участь **17 країн Західної Європи**.

Міжнародний кліринг поки що не створений.

2. За обсягом операцій розрізняються повний кліринг, що охоплює до 95% платіжного обігу, і частковий, що розповсюджується на певні операції.

3. За засобом регулювання сальдо клірингового рахунка розрізняються кліринги:

1) з сальдо, що вільно конвертується;

2) з умовною конверсією;

3) сальдо, що не конвертується, по якому не може бути обміняно на іноземну валюту і яке погашається в основному товарними поставаннями.

Регулювання сальдо здійснюється або в період дії клірингової угоди (якщо цю умову порушено, то подальші поставання припиняються), або після закінчення його терміну (наприклад, через 6 місяців сальдо погашається товарними поставаннями, при порушенні цієї умови кредитор має право вимагати оплати сальдо конвертованою валютою).

Ліміт заборгованості по сальдо клірингового рахунка залежить від розміру товарообороту і зазвичай фіксує на рівні **5-10%** його обсягу, а також від сезонних коливань товарних поставань (у цьому випадку ліміт вищий). Наданий ліміт визначає можливість одержання кредиту у контрагента. Кредит по клірингу в принципі взаємний, але на практиці більше використовується одностороннє кредитування країнами із активним платіжним балансом країн із пасивним сальдо балансу міжнародних розрахунків.

Валюта клірингу може бути будь-якою. Інколи застосовуються дві валюти чи міжнародна розрахункова валютна одиниця. Із економічної точки зору, все одно, в якій валюті здійснюються клірингові розрахунки, якщо використовується одна валюта. При розрахунках за допомогою валютного клірингу гроші виконують функції міри вартості і засобу платежу. При клірингових розрахунках виникають дві категорії валютного ризику: заморожування валютної виручки при неконвертованому клірингу і втрати при зміні курсу.

Обсяги товарообороту і клірингу практично ніколи не співпадають. Можливі різноманітні їх поєднання в залежності від виду клірингу. При частковому товарообороті перевищує обсяг клірингових розрахунків: при повному клірингу – навпаки, бо по клірингу минають поточні операції платіжного балансу, включаючи угоди з цінними паперами.

4.8. Інші форми платежів.

Поштовий переказ.

Поштовий переказ – форма безготівкових розрахунків, що рідко використовується в міжнародній торговій практиці через велику тривалість у часі переказу та широку інтеграцію сучасних електронних засобів зв'язку у світі. Проте, цілком можливе використання даної форми розрахунків з країнами «третього світу». Суть поштового переказу полягає в тому, що платіж здійснюється з розрахункового рахунка покупця за допомогою списання коштів з рахунків покупця чи з наступним пересиланням цих коштів за допомогою поштових організацій постачальнику.

Передоплата.

Передоплата – це оплата за ще не отриману продукцію, це не форма розрахунків, а спосіб оплати. Якщо передоплата є ключовою умовою контракту – це форма розрахунку, якщо ні – то це форма оплати. Існує кілька способів передоплати: платіжним дорученням, чеком, кредитною карткою і ін. Передоплата здійснюється за кілька днів до постачання. Передоплата може бути розбита на частини, наприклад: 50% передоплата, а інший платіж – після одержання товару.

Товарний кредит.

Товарний кредит відноситься до способу постачання, але коли розглядати товарний кредит з боку фінансових інструментів, якими він може бути здійснений, тоді даний механізм можна віднести до форм розрахунків. Суть даного механізму в тому, що постачальник надає покупцю, обумовлену в контракті відстрочку платежу на визначений період. Це можуть бути і консигнаційні механізми, коли досягається мета одержати гроші від продажу отриманого товару, і ними розрахуватися з постачальником.

При товарному кредиті існує можливість розрахунку не відразу за всю партію отриманого товару, а частинами. Товарний кредит

зручно використовувати при закупівлях сировини чи устаткування. Це дозволяє знизити оборотні кошти в першому випадку і знизити капітальні витрати в іншому або отримати грошові кошти для розрахунків з постачальником безпосередньо після реалізації власної продукції.

Платежі в режимі «on-line».

Платежі в режимі «on-line» – це електронний платіж, який ще не широко розповсюджений. При цьому використовується наступний механізм: клієнт банку-платник дає наказ своєму банку, використовуючи визначений шифр, списати грошову суму з підконтрольного йому рахунка і зарахувати її на рахунок постачальника. Такі платежі здійснюються за допомогою всесвітньої мережі «Інтернет». Клієнт банку, ввівши «пароль», сам керує своїм рахунком. На відміну від кредитних карт, при цьому способі є широкі можливості, але вони і вимагають високих знань. Нам здається, що такі форми розрахунків незабаром стануть поширеними. Багато банків за рубежом уже користуються такою формою розрахунків.

ЛІТЕРАТУРА

- 📖 Закон України «Про банки та банківську діяльність», 2002 р..
- 📖 Банковский портфель 3 / Под ред. Ю.И. Коробова, Ю.Б. Рубина, В.Й. Солдаткина. М.: Соминтек, 1994.
- 📖 Банковское дело / Под ред. О.Й. Лаврушина. – М.: Банковский и биржевой научно-консультационный центр, 1992.
- 📖 Банковское дело: Учебник / Под ред. В. Колесникова, Л. Кроливецкой. – М., 1995.
- 📖 Бицька Н.З. Кризові явища в банківській системі України та шляхи її подолання // Фінанси України. – 1996. – №9.
- 📖 Бланк Й. Экономические основы биржевой торговли и брокерской деятельности. – К., 1992.
- 📖 Бутинець Ф.Ф., Жиглей І.Б., Пархоменко В.М. Облік та аналіз зовнішньоекономічної діяльності. – Житомир: ПП «Рута», 2001.
- 📖 Кредісов А.І. та ін. Управління зовнішньоекономічною діяльністю. – К.: ВІРА-Р, 1998.
- 📖 Майборода Т. Цуканова Н. «Гордіїв вузол» банківських проблем // Фінанси України. – 1996. – №8.
- 📖 Международные документы по внешнеэкономической деятельности. – М., 1993.

- 📖 *Международные кредитные и финансовые отношения / Под ред. М.Н. Красавиной.* – М.: Финансы и статистика, 1994.
- 📖 *Международные правила толкования торговых терминов ИНКОТЕРМС. Новая редакция.* – М., 1989.
- 📖 *Олійник О.М. Банківські кредитні картки // Фінанси України.* – 1996. – №11.
- 📖 *Основы банковского дела / Под ред. А.Н.Мороза.* – К.: Либра, 1994.
- 📖 *Поллард А.Н. и др. Банковское право США.* – М.: Прогресс, Универс, 1992.
- 📖 *Синецкий Б. Внешнеэкономические операции: организация и техника.* – М., 1989.
- 📖 *Стровский Л.Е. и др. Внешнеэкономическая деятельность предприятия.* – М.: ЮНИТИ, 1999.
- 📖 *Сутормина В.Н. Федосов В.М., Рязанова Н.С. Фінанси зарубіжних корпорацій.* – К.: Либідь, 1993.
- 📖 *Сухарський В.С. Економічний словник-довідник.* – Тернопіль: Навчальна книга – БогДан, 2001.
- 📖 *Сухарський В.С. Словник-довідник зовнішньоекономічної діяльності.* – Тернопіль: Астон, 2006.
- 📖 *Сухарський В.С. Управління зовнішньоекономічною діяльністю: теорія, методологія, практика.* – Тернопіль: Астон, 2001.
- 📖 *Сухарський В.С., Сухарський В.В., Охота В.І. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: теорія, методологія, практика: Навчальний посібник.* – Тернопіль: Астон, 2005.
- 📖 *Сухарський В.С. Зовнішньоекономічна діяльність: організація, технологія, практика, управління.* – Тернопіль: Астон, 2006.

РОЗДІЛ 19

МЕХАНІЗМИ ТА ПРАКТИКА ВАЛЮТНОГО РЕГУЛЮВАННЯ

Тема 1. Регулювання – властивість валютного ринку.

- 1.1. Характеристика валютного ринку.
- 1.2. Необхідність валютного регулювання.
- 1.3. Суб'єкти валютного ринку.
- 1.4. Розміри валютного ринку.
- 1.5. Світові валютні центри.
- 1.6. Види валюти та валютних операцій.

Тема 2. Система та механізми валютного регулювання.

- 2.1. Рівні валютного регулювання.
- 2.2. МВФ у системі валютного регулювання.
- 2.3. Світовий банк у валютному регулюванні.
- 2.4. Національний рівень валютного регулювання.
- 2.5. Стан валютного ринку України.
- 2.6. Валютне законодавство України.
- 2.7. Валютна політика. Її основні складові.

Тема 3. Головні об'єкти валютного регулювання.

- 3.1. Валютний курс.
- 3.2. Встановлення валютного курсу.
- 3.3. Види валютних курсів.
- 3.4. Валютне угруповання.
- 3.5. Множинність валютних курсів.
- 3.6. Індекси валютних курсів.

Тема 4. Головні інструменти валютного регулювання.

- 4.1. Девальвація валюти.
- 4.2. Ревальвація валюти.
- 4.3. Валютна інтервенція.
- 4.4. Корекція облікових ставок Національного банку.
- 4.5. Валютні обмеження.
- 4.6. Механізм регулювання платіжного балансу.
- 4.7. Конвертованість валют.

Тема 1. Регулювання – властивість валютного ринку

1.1. Характеристика валютного ринку.

Валютний ринок включає у себе розгалужену систему механізмів, функціонування яких покликане забезпечити купівлю і продаж національних грошових одиниць та іноземних валют для обслуговування міжнародних платежів.

Важливим функціональним призначенням валютного ринку є забезпечення реальної свободи вибору та дій власника валюти.

Валютному ринку властиві **атрибути будь-якого ринку**. **По-перше**, він завжди виступає як конкурентний ринок. **По-друге**, будь-які обмінні операції на валютному ринку містять у собі елементи валютного ризику.

Валютний ринок як економічна категорія – це система стійких економічних та організаційних відносин, пов'язаних з операціями купівлі і продажу іноземних валют. На валютному ринку здійснюються безліч операцій щодо зовнішньоторговельних розрахунків, туризму, міграції капіталів та робочої сили, які передбачають використання іноземної валюти покупцями, продавцями, посередниками, банківськими установами та іншими структурами.

1.2. Необхідність валютного регулювання.

Найсуттєвішим атрибутом валютного ринку є присутність функціональних елементів його регулювання. Уся система міжнародних валютних організацій, союзів і угод, які діють на міждержавній і транснаціональній основі, та система страхування від валютного ризику являють собою відповідні атрибути валютно-ринкової діяльності.

Заходи регулювання валютного ринку реалізуються тільки у певних межах. І за своєю формою, і за своїм змістом вони не можуть і не повинні підмінювати ринкові саморегулятори. Вони лише доповнюють і відповідним чином коригують дії останніх.

Валютний ринок, побудований тільки на інституційно регульованих структурах, перестає бути ринком по суті: взаємний інтерес контрагентів, валютний доход, конструктивна конкуренція, комерційний ризик, системи інституційних регуляторів – ось далеко не повний перелік основних, органічно пов'язаних між собою ланок, на якому ґрунтується сучасна структура валютного ринку.

1.3. Суб'єкти валютного ринку.

Суб'єктами валютного ринку є:

- фірми, організації та приватні особи;
- комерційні банківські установи;
- брокерські фірми, контори й окремі брокери;
- державні установи, валютні банки та державні казначейства окремих країн.

Основним споживачем валютного ринку є світові транснаціональні компанії. На них припадає близько 90% всього валютного обороту.

Банки та інші учасники валютного ринку пов'язані між собою в режимі реального часу за допомогою телефонних, телекських і комп'ютерних засобів зв'язку.

1.4. Розміри валютного ринку.

Даних про щорічні обсяги операцій на валютному ринку немає, проте відомо, що сучасний сукупний оборот валютних ринків досягає **100 трлн. доларів у рік**. Ця астрономічна цифра пояснюється багаторазовістю валютних переказів як готівкою, так і на безготівковій основі.

1.5. Світові валютні центри.

Технічне оснащення валютного ринку суттєво прискорює оборот валютних ресурсів і міжнародних платіжних документів, міграцію капіталу, забезпечує органічне поєднання територіальних структур і функціональних центрів світового ринку в єдину глобальну цілісну систему.

Найбільшим у світі центром торгівлі валютою як щодо обсягу обороту, так і кількості валюти є **Нью-Йорк**. Характерно, що в США немає валютної біржі, де б щоденно встановлювалися офіційні котирування.

Тут валютою торгують виключно на міжбанківському ринку, де формується середній курс, який служить основою для встановлення курсів продавця і покупця. Інші фінансові центри є в **Бостоні, Чикаго, Сан-Франциско та Новому Орлеані**.

Найвідомішим не лише в Європі, а й у всьому світі є **Лондонський валютний ринок**.

У світі сформувалися такі найбільші **регіональні валютні ринки**:

- європейський (Лондон, Франкфурт-на-Майні, Париж, Цюріх);
- американський (Нью-Йорк, Чикаго, Лос-Анджелес, Монреаль);
- азійський (Токіо, Гонконг, Сінгапур).

Специфічним міжнародним ринком валют країн **Західної Європи** є ринок євровалют, де операції здійснюються у валютах цих країн, а сам ринок євровалют є одним із секторів євrorинку. Поглиблення інтеграційних процесів, посилення ролі ТНК, зростання потреб у міжнародній валюті та введення взаємної конвертованості національних валют – фактори, які стали стимулом для виникнення і розвитку ринку євровалют. Сьогодні він існує по всьому світу.

Євровалютний ринок – це автономний і незалежний оптовий ринок, де оперують, як правило, великими сумами. Він майже не піддається регулюванню, не підлягає національному законодавству, майже не оподатковується. Ринок євровалют обслуговується за допомогою євродоларів. Це тимчасово вільні грошові кошти в **доларах США та євро**, які розміщені організаціями і приватними особами різних країн у європейських банках і використовуються останніми для кредитних операцій. Головним джерелом ринку євродоларів виступають держави, юридичні чи фізичні особи, які зберігають долари не в **США**, а також ТНК із записами готівки понад поточні потреби та офіційні резерви центральних банків. Найбільшою перевагою ринку євровалют є його більш висока прибутковість порівняно з рядом національних валютних ринків.

Важливим інструментом валютного ринку виступає **Співтовариство всесвітніх міжбанківських фінансових телекомунікацій – СВІФТ**, яке було створено в 1973 р. 239 банками.

Сьогодні в **СВІФТ** бере участь понад 3000 банків 82 країн, у тому числі банки **України**. Для банків-учасників системи були розроблені міжнародні стандарти, що прискорили процес передачі інформації при здійсненні розрахунків до мінімуму (від 1 год до 20 хв).

1.6. Види валюти та валютних операцій.

Багато валютних операцій здійснюється у доларах **США (близько 2/3 загального обсягу)**, а також у євро, англійських фунтах стерлінгів, японських ієнах, швейцарських франках.

Але активи валютного ринку не зводяться тільки до грошових

одиниць іноземних держав. Під валютою розуміють:

а) у вузькому розумінні цього поняття – грошові знаки іноземних держав;

б) у широкому розумінні у дане поняття включаються також цінні папери – платіжні документи (чеки, векселі, акредитиви, сертифікати та ін.), фондові цінності (акції, облигації тощо) в іноземній валюті та інші цінності (благородні метали, дорогоцінне каміння і т.д.).

У діяльності валютного ринку використовуються дві групи валютних операцій. По-перше, це операції, що проводяться на умовах «спот» (spot) – поставка валюти здійснюється впродовж 48 годин. Відповідно до цього визначається і валютний курс «спот» – курс на момент укладання угоди.

По-друге, операції форвардного (forward) типу. Це – термінові операції, розрахунки за якими ведуться не більше як 48 годин після їх складання.

Однією з функціональних форм термінових угод є опційні операції (option), згідно з якими суб'єкти ринку набувають право купити чи продавати валюту в майбутньому за курсом, зафіксованим на момент укладання відповідної угоди.

Форвардні валютні курси відрізняються від курсів «спот» на величину «знижки» чи «премії», пов'язаної з відстроченням платежів.

Тема 2. Система та механізми валютного регулювання

2.1. Рівні валютного регулювання.

Механізм функціонування валютного регулювання має два рівні: міждержавний і національний. Сучасний механізм валютного регулювання склався після впровадження на основі **Ямайської угоди** плаваючих валютних курсів і принципу поліцентризму в структурі побудови всієї валютної системи.

Регулювання міжнародних валютних відносин покладено світовою співдружністю на **Міжнародний валютний фонд (МВФ)**.

Регулювання на національному рівні, його інституційні структури, принципи та нормативні параметри визначаються законодавчими актами кожної країни.

2.2. МВФ у системі валютного регулювання.

Рішення про створення МВФ було прийняте Бреттон-вудською конференцією у 1944 році. Угода про МВФ після відповідної ратифікації країнами-учасницями набула чинності у грудні 1945 року. У 1992 році у члени МВФ були прийняті країни колишнього СРСР, у т. ч. й Україна. Завдяки цьому фактично завершено процес глобалізації економічного простору валютного регулювання, яке ведеться цією важливою міжнародною організацією. Сьогодні її членами є практично всі (за невеликим винятком) країни світу.

У статті IV Статуту МВФ зазначено: «Фонд повинен слідкувати за розвитком міжнародної валютної системи і забезпечувати її ефективне функціонування».

МВФ також може здійснювати аналіз виконання кожною країною-членом загальних зобов'язань. У Статуті МВФ вказується, що «...Фонд буде слідкувати за політикою країн-учасниць у сфері валютних курсів».

У 1977 році директорат МВФ у межах своїх повноважень щодо спостереження за політикою у сфері валютних курсів визначив три основні принципи, якими мусять керуватися країни-учасниці Фонду.

По-перше, кожна країна-член Фонду повинна не допускати такої маніпуляції валютними курсами, яка б дала їй змогу отримати несправедливі конкурентні переваги над іншими країнами.

По-друге, обов'язком кожної країни є здійснення валютного регулювання, спрямованого на уникнення руйнівних наслідків, які викликані короткостроковими коливаннями обмінних курсів.

По-третє, при проведенні політики регулювання валютного курсу мають враховуватися інтереси інших членів Фонду, включаючи інтереси тих країн, у валютах яких здійснюється інтервенція.

Стабілізаційні програми пов'язані з наданням кредитів на фінансування тимчасових дефіцитів платіжних балансів окремих країн. У встановленому порядку кредит надається в іноземній валюті строком на 3-5 років в обсязі 25% квоти автоматично.

2.3. Світовий банк у валютному регулюванні.

Надзвичайно важливою ланкою у системі валютних відносин є Світовий банк – міжнародний інвестиційний інститут, заснований одночасно з МВФ у Бреттон-Вудсі (США, штат Нью-Гемпшир) у

1944 році (попередня назва Світового банку – Міжнародний банк реконструкції та розвитку).

Причому вступ країни в **МВФ** автоматично забезпечує їй членство у Світовому банку. Вся кредитна діяльність банку, яка зазвичай має довгостроковий характер і пов'язана з фінансуванням об'єктів виробничого призначення, прямо та безпосередньо синхронізується з відповідними експертними оцінками **МВФ**.

Вступивши у члени **МВФ**, **Україна** одночасно ввійшла у структуру Світового банку. Їй виділена квота в **10 678 акцій** на загальну суму **1,3 млрд. доларів**. Валютну готівку за членство **України** в банку в сумі **7,9 млн. доларів** внесла **Голландія**, яка є країною-опікуном нашої країни у названій банківській структурі.

2.4. Національний рівень валютного регулювання.

На національному рівні регулювання здійснюється на основі принципів і методів, що визначаються **МВФ** і регіональними союзами, в які входять окремі країни.

Зміст валютного регулювання констатується діючим законодавством і правовими нормами окремих держав.

2.5. Стан валютного ринку України.

Нині **Україна** здійснює зовнішньоторговельні операції майже зі 200 країнами світу. Валютний ринок в **Україні** – це переважно міжбанківський ринок. Шляхом проведення міжбанківських операцій на валютному ринку забезпечується обслуговування міжнародного обороту товарів, послуг і капіталів (міжнародних платежів).

Центральним банком нашої держави є **Національний банк України (НБУ)**, який було утворено у березні 1991 р. відповідно до Закону «Про банки і банківську діяльність» на базі **Української контори Держбанку СРСР**. За роки своєї діяльності колектив **НБУ** розробив і втілює у життя специфічну, притаманну **Україні**, стратегію і тактику поведінки банку залежно від змін соціально-економічної ситуації в державі.

Серед комерційних банків найміцніші позиції на валютному ринку **України** займає **Промінвестбанк**, де створена унікальна електронна система, що дає можливість вести розрахунки з єдиного кореспондентського рахунка. На сьогодні це найбільший банк **України**, фінансовий капітал якого, включаючи власний, становить 1/3 від

усього банківського капіталу **України**.

Для того, щоб захистити грошові кошти своїх клієнтів, **Промінвестбанк** став у **1994 р.** засновником першого російсько-українського кредитного банку – **Кредітімпекс Банку**, який сьогодні проводить **80%** усіх рубльових розрахунків між **Україною** і **Росією**.

У зв'язку з функціонуванням на валютному ринку **України** значної кількості малих і середніх банків, останнім часом все частіше виявляється тенденція до зменшення їх кількості за рахунок злиття. Цьому процесу сприяє прийнятий **ВРУ Закон «Про внесення змін до закону України», «Про банки і банківську діяльність»**. Згідно змін, **НБУ** встановлює мінімальний розмір статутного фонду комерційних банків з участю іноземного капіталу в сумі, збільшеній не менш як у **три рази** від суми, передбаченої для комерційних банків без участі іноземного капіталу, а для комерційних банків зі **100%-м** іноземним капіталом – не менше як у **п'ять разів**. Згідно з чинним законодавством, національна валюта **України** – **гривня** – єдиний законний засіб платежу на території нашої держави. Суб'єкти господарської діяльності можуть мати у своїй касі готівкову іноземну валюту в межах ліміту залишку іноземної валюти.

Ці ліміти встановлюються установами уповноваженого банку як у номіналі, так і в гривневому еквіваленті на підставі клопотань підприємств з детальною аргументацією необхідності такого ліміту.

Нормативними документами **НБУ** і **Держмиткому України** передбачається порядок переміщення національної та іноземної валюти через митний кордон **України** громадянами нашої держави, іноземними громадянами і особами без громадянства. Суми у валюті, що були вивезені, переказані, переслані на законних підставах за кордон, можуть бути вільно ввезені, переслані, переказані назад в **Україну**.

Валюту **України** сьогодні можна вивозити у кількості: резидентам **України** – **10000** та нерезидентам **України** – **2000** доларів США або суму, яку ввезли. Вказані розміри можуть змінюватися.

Громадяни-резиденти, які виїжджають за кордон з метою туризму або у приватних справах, можуть також вивозити дорожні чеки й інші платіжні документи. Перетинаючи кордон **України**, всі громадяни, в тому числі й ті, хто прямує через **Україну** транзитом, зобов'язані задекларувати в митній декларації іноземну валюту незалежно від суми, а також чеки, ощадні книжки, платіжні документи

та інші цінні папери.

Резиденти **України** мають право на здійснення інвестицій за кордоном з метою отримання прибутку. У зв'язку з цим виникає проблема декларування резидентами валютних цінностей та майна за межами **України**. Декларування валютних цінностей, доходів та майна здійснюється суб'єктами підприємницької діяльності за спеціальною формою в обласному управлінні **НБУ** і державних податкових адміністраціях за місцем знаходження підприємств. **Постановою правління НБУ №129 від 7 липня 1994 р.** було затверджено «**Положення про пункти обміну іноземної валюти**». Вони організуються для забезпечення валютного обслуговування фізичних осіб-резидентів і нерезидентів. Обмінні пункти відкриваються уповноваженими банками та іншими кредитно-фінансовими установами, що одержали ліцензію **НБУ**, а також іншими юридичними особами-резидентами, що уклали агентську угоду з уповноваженим банком. Усі операції з купівлі та продажу іноземної валюти в обмінному пункті підлягають обов'язковому обліку. Пункти обміну іноземної валюти здійснюють розрахунки з використанням електронних контрольних-касових апаратів. Про проведення обмінної операції фізичним особам надається довідка встановленої форми.

2.6. Валютне законодавство України.

У фінансовій діяльності **України** важливу роль відіграє валютне законодавство. **Валютне законодавство** – сукупність нормативних актів, до яких включаються норми, що регулюють суспільні відносини, пов'язані з порядком здійснення угод з валютними цінностями в межах країни та у відносинах з іноземними державами і громадянами (резидентами і нерезидентами), а також порядок ввезення, вивезення, переказування і пересилання з-за кордону і за кордон національної та іноземної валюти й інших валютних цінностей.

Валютне законодавство **України** характеризується нормативними актами різної юридичної сили, змісту і форми. Сюди належать «**Правила здійснення операцій на міжбанківському валютному ринку України**» від 15 квітня 1998 р., **Закон України «Про порядок здійснення розрахунків в іноземній валюті»** від 23 вересня 1994 р.

Важливе місце належить указам **Президента України** від 7 вересня 1994 р. «**Про вдосконалення валютного регулювання**», від

30 червня 1998 р. «Про комісію з питань повернення в Україну валютних цінностей, що незаконно знаходяться за її межами». Значна частина нормативних актів щодо регулювання валютних відносин видана у формі постанов і декретів **Кабінету Міністрів України**. Одним з найважливіших нормативних актів є декрет **Кабінету Міністрів України від 19 лютого 1993 р. «Про систему валютного регулювання і валютного контролю».**

В основу валютного законодавства **України** покладено принцип обмеження використання іноземної валюти в господарському обігу держави. Іноземна валюта і валютні цінності обмежені у цивільному обороті. Крім того, використання іноземної валюти в грошових зобов'язаннях також обмежене. Грошові зобов'язання мають бути виражені та підлягають оплаті в українській валюті (гривні). Вираження і оплата грошових зобов'язань в іноземній валюті допускаються лише у випадках і порядку, встановлених законодавством **України**. За допомогою валютного законодавства встановлюється правовий режим здійснення валютних операцій на території **України**, держава визначає принцип валютного регулювання та порядок здійснення валютного контролю.

Відповідно до Закону **України «Про зовнішньоекономічну діяльність» від 16 квітня 1991 р.**, передбачено, що на території **України** запроваджується обов'язковий розподіл виручки в іноземній валюті від зовнішньоекономічної діяльності між валютними фондами суб'єктів цієї діяльності та Державним валютним фондом і валютними фондами місцевих Рад народних депутатів. Обов'язковому розподілу підлягає виручка в іноземній валюті від зовнішньоекономічної діяльності всіх суб'єктів, які займаються цією діяльністю та мають постійне місце проживання на території **України**.

Суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності зобов'язані продавати частину від загальної суми виручки в іноземній валюті, одержаної ними в результаті зовнішньоекономічної діяльності. За стабільними п'ятирічними нормативами, що встановлюються **Верховною Радою України** за поданням **Кабінету Міністрів України** залежно від виду експортного товару і нормативи є однаковими для всіх суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності незалежно від форм власності і організації господарювання.

За кошти, що передаються у **Державний валютний фонд України**, валютні фонди місцевих Рад народних депутатів, суб'єкти

зовнішньоекономічної діяльності одержують з відповідного бюджету компенсацію у діючій на території **України** валюті за спеціально встановленим **НБУ** курсом, який діє на момент надходження валютних коштів на рахунок суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності.

2.7. Валютна політика. Її основні складові.

У системі державною регулювання економічного життя кожної країни виділяють сукупність заходів, які проводяться центральними банками у сфері грошового обігу і валютних відносин, з метою впливу на купівельну спроможність грошей, валютні курси та на економіку загалом, що становить сутність певної валютної політики держави. Ця політика держави здійснюється переважно у двох формах: обліковій (дисконтній) та девізійній.

Облікова політика означає зміну облікової ставки центрального банку з метою регулювання валютного курсу впливом на рух короткострокових капіталів. Такий приплив короткострокових капіталів поліпшує стан платіжного балансу, створює додатковий попит на національну валюту, а отже, сприяє підвищенню її курсу. Досить неординарним прикладом застосування облікової валютної політики на сучасному етапі розвитку грошово-валютних відносин можуть послужити дії Центрального банку Швеції, коли в другій половині 1992 р. виникла паніка на валютних ринках **Європи** і шведська крона опинилася у досить скрутному становищі. Для того, щоб терміново підвищити валютний курс крони, було оголошено рішення Центрального банку про підняття ставки позикового відсотка до **75%**, а згодом ця ставка була встановлена на небаченій досі в практиці валютних відносин цифрі **500%**. До такого неординарного заходу вдався Центральний банк **Швеції**, щоб зупинити вплив валюти за кордон. Саме в той час до аналогічних заходів вдався і Центральний банк **Норвегії**.

При значному активному сальдо платіжного балансу, що буває досить рідко, центральні банки відповідних країн вдаються до протилежних дій. Вони знижують облікову ставку і тим самим стимулюють вплив іноземного і національного капіталу з метою зменшення активного платіжного сальдо. За цих умов зростає попит та іноземну валюту, її курс зростає, а курс національної валюти, відповідно, падає.

Девізна політика спрямована на регулювання валютного курсу

через купівлю та продаж іноземної валюти (девіз). У сучасних умовах девізна валютна політика часто приймає форму валютної інтервенції – прямого втручання центрального банку в операції з іноземною валютою на валютних ринках при одночасному введенні обмежень у сфері валютної діяльності на внутрішньому ринку.

При використанні девізної валютної політики у разі падіння курсу національної валюти центральний банк країни продає на валютному ринку, як правило, значні суми іноземної валюти, що призводить до зростання курсу національної валюти по відношенню до іноземної валюти, та, навпаки, скуповування іноземної валюти веде до падіння курсу національної.

Девізна валютна політика має тимчасовий і обмежений вплив на рівень валютного курсу, якщо відсутні корінні порушення платіжного балансу. За наявності таких порушень активне використання девізної політики може призвести до широкого виснаження валютних резервів країни, не запобігти при цьому процесу знецінення національної валюти. Тому проведення валютної інтервенції передбачає наявність у центральних емісійних банках країн, що її проводять, значних валютних резервів і можливе тоді, коли неврівноваженість платіжного балансу незначна та характеризується періодичною зміною пасивного сальдо на активне. У протилежному випадку проведення валютних інтервенцій загрожує не тільки повним виснаженням валютних резервів, а й розладнанням грошового обігу всередині країни.

Часто валютна інтервенція використовується для підтримання курсу валюти на заниженому рівні, використовуючи **валютний демпінг** – зміцнення масового експорту товарів за цінами, нижчими за світові.

Валютний демпінг використовується для експорту товарів через застосування спеціальних занижених валютних курсів, які відображають зовнішнє знецінення валюти у розмірах, що перевищують знецінення грошей на внутрішньому ринку країни, яка експортує товари та послуги. При валютному демпінгу експортер, навіть при високому рівні витрат виробництва, реалізуючи свої товари на зовнішніх ринках за цінами, нижчими від світових, може одержати досить вигідний прибуток у валюті тієї країни, куди експортуються товари. Найчастіше валютний демпінг здійснюється в умовах множинності валютних курсів при використанні так званих вільних кур-

сів та інших спеціальних занижених курсів для певного виду товарів, послуг і операцій.

Валютний демпінг впливає на торговельно-економічні відносини відповідних країн. Так, занижений валютний курс підвищує конкурентоспроможність фірм даної країни на світових ринках та сприяє розширенню експорту товарів і послуг. Однак зниження валютного курсу призводить до зростання внутрішніх цін, країна вивозить більше товарів і послуг на відповідну одиницю імпорту, що порушує еквівалентність міжнародного обміну на шкоду цій країні.

Штучно завищений валютний курс спричиняє зворотний економічний ефект, коли на одиницю вивезеного за кордон товару країна за рахунок імпорту отримує більшу частину товарів і послуг. Цим також порушується еквівалентність міжнародного обміну, але вже на користь даній країні.

Традиційними методами валютного регулювання є **девальвація** і **ревальвація**, які хоч і меншою мірою, ніж це було за часів дії золотомонетного стандарту, все-таки знаходять застосування і в практиці сучасних грошово-валютних відносин. сукупність дії цих двох протилежних явищ полягає у відповідному зниженні або підвищенні валютного курсу.

Тема 3. Головні об'єкти валютного регулювання

3.1. Валютний курс.

За функціонування економіки з елементами ринку головним об'єктом валютного регулювання є **валютний курс** національної грошової одиниці.

Його зміни суттєво впливають на розвиток як внутрішньогосподарських процесів, так і зовнішньоекономічних позицій тієї чи іншої країни. Мається на увазі вплив валютного курсу на зовнішню торгівлю, рух коротко- та довгострокових капіталів, розміри заборгованості, платіжного балансу країни.

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

3.2. Встановлення валютного курсу.

При встановленні валютного курсу застосовується **пряме котирування**. Це означає, що певна постійна сума іноземної валюти (на-

приклад, 1, 10, 100 одиниць) використовується для вираження змінної величини відповідної суми національної валюти (наприклад, 1 дол. США дорівнює 0,6305 ф. ст.).

Інколи застосовується **непряме котирування**. Валютні котирування зазвичай встановлюються банками. Банк купує іноземну валюту за курсом покупця, а за курсом продавця продає її. Різниця між курсами продавця та покупця, яка називається маржею чи спредом (від англ. spread), становить десятки або й навіть соті частки процента.

Курси валют встановлюються самостійно щоденно і протягом дня не повинні змінюватись, при цьому різниця між курсами купівлі й продажу іноземної валюти має бути, як встановив **НБУ**, не більше **10%**. Забороняється одностороннє здійснення операцій – тільки купівля або тільки продаж іноземної валюти. Не можуть служити підставою для відмови в купівлі валюти незначні дефекти банкнот внаслідок природного зношування їх, невеликі плями і написи.

Для роботи банку з іноземною валютою та платіжними документами в іноземній валюті можуть бути організовані прибуткові, видаткові, прибутково-видаткові каси й обмінні пункти (залежно від умов, обсягів і режиму роботи банків).

3.3. Види валютних курсів.

Валютні курси за видами платіжних документів бувають: курс телеграфного переказу, курс поштового переказу, курс чеків, курс векселів тощо.

Крос-курси становлять собою котирування двох іноземних валют, жодна з яких не є національною валютою учасника угоди, який встановлює курс. Наприклад, крос-курсом вважатиметься курс японської ієни до англійських фунтів, встановлений українським банком.

Залежно від видів валютних угод розрізняють курси **поточні** та **термінові** (спот і форвард).

Форвардний курс отримується вирахуванням премії від поточного курсу чи додаванням дисконту до нього. Валюта котирується з премією чи дисконтом на валютному ринку залежно від очікуваних перспектив динаміки її курсу і від рівня міжнародних процентних ставок у ній та інших валютах. Якщо валюта котирується на термін зі знижкою, то її форвардний курс нижчий від поточного, і навпаки.

Але з **1973** року високорозвинуті держави з ринковою економі-

кою відмовились від встановлення постійних співвідношень взаємного обміну валют (фіксованих курсів) і перейшли до «плаваючих» курсів, які вільно складаються на основі попиту та пропозиції відповідних валют на валютних ринках.

Постійні коливання «плаваючих» валютних курсів дуже ускладнюють здійснення зовнішньоекономічних відносин. У ряді країн, що розвиваються, множинні курси використовуються для заохочення до експорту певних товарів і обмежень деяких видів імпорту. Але деякі країни прийняли на себе зобов'язання за статтею VIII Статуту Міжнародного валютного фонду не використовувати множинність валютних курсів без згоди на це МВФ.

Курс валют залежить не лише від рівня цін, а й від стану платіжного балансу країни, вартості кредитів, масштабів міграції капіталів, темпів економічного зростання та перспектив політичного розвитку в країні й у світі загалом.

До **факторів**, що впливають на валютний курс, можна віднести:

– довгострокові, які формують основні вартісні характеристики грошових одиниць як основи товарного надходження грошей: продуктивність праці, довгострокові темпи зростання національного доходу, місце і роль країни у світовій торгівлі й вивозі капіталу. Сукупність цих факторів дає змогу розглядати валютний курс як синтезуючу економічну категорію, оскільки в ній віддзеркалюються майже всі найважливіші підсумкові показники функціонування господарського комплексу країни;

– середньострокові: стан платіжного балансу країни, відносний рівень процентних ставок, різниця в темпах зростання цін;

– короткострокові, які складають в основному психологічні моменти, які безпосередньо впливають на валютні курси: компетентна думка провідних банкірів, валютних дилерів, керуючих валютними відділами транснаціональних корпорацій зміни валютних курсів спроможні прогнозувати. Саме відповідно до цих прогнозних оцінок приймаються практичні рішення про переведення авуарів з одних валют в інші.

Серед наведених факторів найбільш істотний вплив на валютний курс має стан платіжного балансу тієї чи іншої країни. Якщо він є активним, то й курс валюти має тенденцію до підвищення, і навпаки, якщо, наприклад, певна країна має пасивний платіжний баланс на світовому ринку, то це означає, що за певний період її валютні

витрати перевищують надходження з-за кордону. За цих умов курс валюти на світових ринках зростає, а коли перевищить попит, її курс впаде.

3.4. Валютне угруповання.

Таким угрупованням була **Європейська валютна система (ЄВС)**, до якої входила **9** західноєвропейських країн (**ФРН, Франція, Італія, Нідерланди, Данія, Ірландія, Бельгія, Люксембург, Іспанія**). Обмінні курси валют цих держав між собою до переходу на єдину валюту євро не могли відхилитися більш ніж на 2,25% від встановлених фіксованих курсів (щодо італійської ліри – понад 6%).

Із наближенням поточного курсу до верхньої чи нижньої межі коливань країни-члени ЄВС проводили валютні інтервенції і вживали цих заходів, стараючись утримати курс у встановлених межах.

3.5. Множинність валютних курсів.

В окремих країнах існує не один, а два чи більше курсів національної валюти, які використовуються у різних видах операцій. Серед таких країн близько **20** тих, що розвиваються.

Крім обмінних валютних курсів, є також **розрахункові курси**, які застосовуються у статистичних співставленнях та економічному аналізі. До них належить, наприклад, **середній курс**, що являє собою арифметичне середнє курсів продавця та покупця.

3.6. Індeksi валютних курсів.

На Заході поширені різноманітні індeksi валютних курсів.

Валютний «кошик» становить собою умовний фіксований набір різних грошових одиниць.

Однією зі сфер застосування валютних «кошиків» є **індекси ефективних валютних курсів**, що відображають динаміку курсу щодо відповідного «кошика», в який зазвичай включаються валюти держав, котрі займають найважливіше місце у зовнішньоекономічних зв'язках даної країни.

Серед індексів ефективних валютних курсів **США** є індекс **Ради директорів ФРС**, індекс **«Морган геранті траст»** та індекс **МРФ (МЕРМ)**. Останній постійно розраховується **Міжнародним валютним фондом** не тільки для долара, але й для всіх валют найбільш розвинутих країн. Валютний «кошик» індeksu складений із ураху-

ванням впливу змін курсів відповідних грошових одиниць на платіжний баланс.

А **індекс реального валютного курсу** – це індекс валютного курсу, який враховує відносні зміни внутрішніх цін відповідної пари країн. Вказаний індекс відображає сукупний вплив грошових факторів на конкурентоспроможність, оскільки він враховує і таке погіршення чи поліпшення відносної конкурентоспроможності експортерів тієї чи іншої країни, яке пов'язане з інфляцією.

Тема 4. Головні інструменти валютного регулювання

Застосовуються такі інструменти, як девальвація та ревальвація валюти, валютна інтервенція, корекція облікових ставок Національного банку, валютні обмеження, засоби регулювання платіжного балансу країни, режим конвертованості валют.

4.1. Девальвація валюти.

Девальвація валюти передбачає цілеспрямовані дії відповідних інституційних структур, які мають на меті знизити обмінні курси валюти власної країни до валютних країн.

4.2. Ревальвація валюти.

Ревальвація пов'язана з відповідними діями, спрямованими на підвищення курсу національної валюти. Тут переслідується мета втримати на внутрішньому ринку споживчий попит і стимулювати товарний імпорт і приплив інвестицій, як внутрішніх, так і зовнішніх.

4.3. Валютна інтервенція.

Поряд з вищеназваними широко використовуються й інші інструменти валютної політики. Одним із найдієвіших із них виступає **валютна інтервенція**.

Активно вживаний у світовій практиці механізм валютної інтервенції, санкціонований **МВФ** як норма міждержавних валютних відносин, пов'язаних з операціями купівлі та продажу власної валюти чи конкурентної валюти іншої країни.

Валютна інтервенція може здійснюватися:

- за рахунок використання власних резервів валюти;

- з допомогою своп-угоди (swap-agreement) – договору з певною країною з приводу отримання кредиту у валюті цієї ж країни, необхідній для проведення валютної інтервенції;
- за рахунок продажу цінних паперів, розміщених в іноземній валюті.

В окремих випадках МВФ надає спеціальні кредити для здійснення з метою стабілізації валютних курсів валютної інтервенції.

4.4. Корекція облікових ставок Національного банку.

Поширеним засобом впливу на курсові співвідношення є відповідна **корекція облікових ставок Національного 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 Національного банку з комерційними банками та іншими кредитними інституціями з обліку короткострокових державних зобов'язань (насамперед казначейських векселів) і переобліку комерційних векселів. Оскільки показником доходності капіталу у різних країнах є облікові процентні ставки, для коректного визначення доходності вираховуються реальні процентні ставки з урахуванням «**ефекту Фішера**».

«Ефект Фішера» пов'язує номінальні реальні процентні ставки (i), реальні процентні ставки ($i_{real.}$) та інфляцію (π).

Отже, за умови твердої гарантії повернення капіталу та процента вільні капітали будуть вкладені у ту країну, де реальна процентна ставка вища i , отже, можна отримати вищий дохід, а значить, привабливість і вартість цієї валюти підвищується.

4.5. Валютні обмеження.

Викладені інструменти валютної політики є засобом економічного впливу держави на динаміку курсового співвідношення власної валюти. Поряд із цим у практиці валютних відносин активно застосовуються методи прямого втручання в механізм формування обмінних курсів.

4.6. Механізм регулювання платіжного балансу.

Важливим засобом впливу на валютні курси служать також складові механізму регулювання платіжного балансу країни: екс-

портні субсидії, митні тарифи, податкові пільги, страхування від втрат, спричинених коливаннями валютних співвідношень, та ін.

Дефіцит платіжного балансу експортно-імпоротної діяльності покривається за рахунок золотовалютних запасів іноземних представництв та грошової емісії.

4.7. Конвертованість валют.

У системі валютного регулювання діє цілий комплекс заходів щодо забезпечення конвертованості валют.

Реалізація цього заходу, що здійснюється на основі нормативних актів кожної окремої країни, є однією зі встановлених вимог **МВФ**.

Конвертованість характеризує здатність вільного обміну національної грошової одиниці на інші валюти. Вона передбачає можливість купівлі та продажу іноземної валюти за національну.

Конвертованість – невід’ємний атрибут ринкової економіки. Без конвертованості неможлива свобода вибору, поза чим ринкові відносини втрачають свою сутність.

Без конвертованості національної грошової одиниці товаровиробник не може включитися в різноманітні структури світового ринку, в міжнародний розподіл праці, а покупець позбавляється можливості відповідно задовольняти свій платоспроможний попит. Режим конвертованості кредитно-паперових одиниць визначається інституційними нормами. Він є однією з важливих ланок валютної політики, яку здійснює кожна країна. Водночас існують і загальноприйняті **МВФ** вимоги щодо змісту режиму конвертованості. Ці вимоги сформульовані у статті VIII Статуту **Фонду**.

Розрізняються повна і часткова, зовнішня та внутрішня конвертованість.

При режимі **повної конвертованості** всі юридичні і фізичні вітчизняні та зарубіжні особи, котрі володіють сумою грошей даної країни, мають змогу вільно 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.

За **часткової конвертованості** на операції купівлі та продажу застосовуються певні обмеження. Згідно з вимогами **МВФ**, вказані

обмеження не повинні стосуватися платежів із поточних міжнародних операцій. До таких операцій належать платежі за результатами зовнішньої торгівлі, короткострокові банківські операції, платежі на погашення позик 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 та юридичним особам), які можуть вільно обмінювати зароблену у певній країні валюту на будь-яку іншу іноземну, здійснювати перекази цієї валюти за кордон.

При **внутрішній конвертованості** право обмінних операцій національних грошових одиниць на іноземну валюту мають тільки фізичні та юридичні особи цієї країни.


















Конвертованість є загальноекономічною категорією. Виникає дуже складне за своїм змістом і водночас надзвичайно актуальне для нашої держави питання: як зробити національну грошову одиницю конвертованою? Які передумови необхідні для цього?

З одного боку, вона має негативні наслідки: можливість провокувати знецінювання національного багатства та робочої сили, масове банкрутство підприємств, окремих видів виробництва, некероване поглиблення соціальної диференціації населення тощо.

З іншого боку, конвертованість володіє й достатньо вагомим позитивним потенціалом. Так, вона необхідна для забезпечення процесу демонополізації економіки, її структурної перебудови, подолання кризи платіжного балансу, інтеграції у світове господарство та ін. Без конвертованості ці важливі питання неможливо вирішити взагалі.

Важливим учасником валютного регулювання є ринок. Його здатність до саморегулювання дає змогу вживати всіх тих заходів щодо валютного регулювання, які здійснюються на міжнародному та національному рівнях.

ЛІТЕРАТУРА

-  Балабанов И. Валютные операции. – М., 1993.
-  Боринець С.Я. Міжнародні валютно-фінансові відносини. – К., 1997.
-  Боринець С.Я. Міжнародні фінанси. – К.: Знання – Прес, 2002.
-  Бріхгем С. Основи фінансового менеджменту. – К., 1997.
-  Гальчинський А.С. Основи економічної теорії. – К., 1995.
-  Гальчинський А.С. Теорія грошей. – К., 1998.
-  Григорьев Ю. Учет, анализ, контроль валютных операций. – М., 1994.
-  Долан Э. Дж. и др. Деньги, банковское дело и денежно-кредитная политика: Пер. с англ. В. Лукашевича и др. – Л., 1991.
-  Доронин И. Валютный курс – инструмент политики // Экономика и жизнь. – 1994. – №44.
-  Івасів Б.С. та ін. Гроші та кредит. – К., 1999.
-  Козюк В.В. Міжнародні економічні відносини. – К., 2000.
-  Козюк О.А. Банківське право. К., 2000.
-  Международные валютно-кредитные и финансовые отношения: Учебник / Под ред. Л. Красавиной. – М., 1994.
-  Мороз А.М. Банківська енциклопедія. – К.: Ельтон, 1993.
-  Смыслов Д. Международный валютный фонд: современные тенденции и наши интересы. – М., 1993.
-  Сухарський В.С. Економічний словник-довідник. – Тернопіль: Навчальна книга – Богдан, 2001.
-  Сухарський В.С. Словник-довідник зовнішньоекономічної діяльності. – Тернопіль: Астон, 2007.
-  Сухарський В.С. Управління зовнішньоекономічною діяльністю: Теорія, методологія, практика. – Тернопіль: Астон, 2001.
-  Сухарський В.С., Сухарський В.В., Охота В.І. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: теорія, методологія, практика: Навчальний посібник. – Тернопіль: Астон, 2005.
-  Сухарський В.С. Зовнішньоекономічна діяльність: організація, технологія, практика, управління. – Тернопіль: Астон, 2006.

РОЗДІЛ 20

ОБСЛУГОВУВАННЯ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ЗВ'ЯЗКІВ

Тема 1. Транспортне обслуговування міжнародних зв'язків.

Тема 2. Сутність і види міжнародних транспортних операцій.

Тема 3. Конвенції й угоди про міжнародні перевезення.

Тема 4. Базисні умови поставки товару.

Тема 5. Вибір виду транспорту.

5.1. Види вантажу.

5.2. Відстань і маршрут перевезення.

5.3. Фактор часу.

5.4. Вартість перевезень.

5.5. Безпечність транспортування.

Тема 6. Морські та річкові зовнішньоторговельні перевезення.

6.1. Загальні засади водних перевезень.

6.2. Трампове судноплавство.

6.3. Лінійне судноплавство.

6.4. Контейнерні перевезення.

Тема 7. Міжнародні залізничні перевезення.

Тема 8. Міжнародні повітряні перевезення.

Тема 9. Міжнародні автомобільні перевезення.

Тема 10. Види транспорту, що використовуються для забезпечення міжнародних перевезень.

10.1. Загальні засади вибору транспорту.

10.2. Залізничний транспорт.

10.3. Водний транспорт.

10.4. Автомобільний транспорт.

10.5. Трубопровідний транспорт.

10.6. Повітряний транспорт.

Тема 11. Транспортний потенціал України та його використання у міжнародних зв'язках.

Тема 12. Транспортно-експедиторські підприємства.

Тема 1. Транспортне обслуговування міжнародних зв'язків

При здійсненні міжнародних економічних зв'язків транспорт забезпечує переміщення товарів (вантажів) і людей (пасажирів) між двома чи більше країнами, тобто в міжнародних сполученнях.

У залежності від конкретних видів транспорту, використовуваних у перевезеннях, розрізняють морські, річкові, повітряні, залізничні, автомобільні і трубопровідні сполучення. Це так звані **прямі міжнародні сполучення**, що обслуговуються одним видом транспорту.

У тих випадках, коли при міжнародному перевезенні вантажів або пасажирів послідовно використовуються два чи більше види транспорту, мають місце **змішані (комбіновані) перевезення**. Якщо таке перевезення оформлене одним (наскрізним) транспортним документом, що покриває усі види транспорту, що беруть участь у ньому, воно називається **прямим змішаним**.

При будь-якій зовнішньоторговельній операції проданий товар попадає в сферу міжнародного обігу. За допомогою засобів транспорту товар переміщається **від місця його виробництва до пункту споживання**. При цьому транспорт як би продовжує процес виробництва товарів у межах сфери обігу, додаючи до його споконвічної вартості (ціни) вартість (ціну) зробленої транспортної послуги під час переміщення.

Світова торгівля генерує великі потоки товарних мас **між країнами, регіонами і континентами**. В обслуговуванні міжнародної торгівлі між країнами, віддаленими одна від одної морями й океанами, незамінний морський транспорт, що по праву вважається **найбільш універсальним і ефективним засобом доставки великих мас вантажів на далекі відстані**.

Цей вид транспорту забезпечує перевезення **більше 80% обсягу міжнародної торгівлі**.

Вантажовласники оплачують судновласникам у виді **фрахту** за перевезення вантажів у міжнародних морських перевезеннях **105-110 млрд. дол. США** щорічно, що складає приблизно **7 відсотків** вартості світового експорту.

Основну частину міжнародних морських вантажопотоків скла-

дають масові наливні і навалочні вантажі: сира нафта (близько 1000 млн. т у рік), нафтопродукти (300 млн. т), залізна руда (300 млн. т), кам'яне вугілля (270 млн. т), зерно (200 млн. т).

З інших вантажів морської торгівлі виділяються так названі **генеральні, чи тарно-штучні вантажі**, тобто готова промислова продукція, напівфабрикати, продовольство. Річний обсяг їхніх перевезень оцінюється в 700 млн. т. Це найбільш кошторисна частина світового торгового обороту (близько 70% по вартості).

Серйозним конкурентом морському транспорту у міжконтинентальних перевезеннях вантажів останнім часом став **повітряний транспорт**. **Залізничний, річковий і автомобільний транспорт** широко використовуються у внутріконтинентальній зовнішній торгівлі, а також при перевезеннях експортних і імпортних вантажів по території країн-продавців і країн-покупців. У міжнародній торгівлі нафтою і газом важливу роль відіграють **трубопровідні системи**.

Процеси інтернаціоналізації зовнішньоторговельних, туристичних, наукових, культурних, соціальних та інших гуманітарних зв'язків, які поглибилися в ході останніх десятиліть, викликали «**вибух**» міжнародного руху населення у всіх розвинутих країнах світу. В даний час **разові чи регулярні** поїздки в міжнародних сполученнях щорічно роблять кілька мільярдів пасажирів.

Повітряний транспорт, маючи незаперечну перевагу перед іншими видами транспорту у швидкості доставки вантажів та пасажирів при далеких маршрутах поїздок, упевнено зайняв лідируюче положення в міжнародних пасажирських і вантажних перевезеннях. Тільки протягом 1990-х років перевізна здатність повітряного транспорту на міжнародних лініях подвоїлася за рахунок введення в експлуатацію великого числа широкофюзеляжних реактивних літаків з високим рівнем комфортності для пасажирів, зручності для вантажів, з одного боку, і з поліпшеними показниками енергетичної ефективності і собівартості перевезень – з іншого.

Поряд з повітряним транспортом у внутріконтинентальних міжнародних перевезеннях вантажів широко використовується **автотранспорт** (вантажні автомобілі й міні-автобуси) і **залізничний транспорт**. Морські і річкові пасажирські перевезення найбільш популярні у вигляді міжнародних туристичних круїзів.

У світі не існує особливого, відособленого від національних транспортних систем міжнародного транспорту, призначеного виня-

тково для міжнародних перевезень вантажів і пасажирів. Міжнародні перевезення обслуговуються національними перевізниками різних країн, що використовують для цього свій рухомий склад (морські і річкові судна, літаки, вагони, автомобілі), а також транспортні мережі (залізничні, автомобільні, річкові, повітряні) і транспортні вузли (морські і річкові порти, аеропорти, залізничні станції, автостанції, вантажні і пасажирські термінали), що відносяться до транспортних систем окремих країн.

Тема 2. Сутність і види міжнародних транспортних операцій

Зазвичай процес доставки товару в міжнародній торгівлі включає насамперед його перевезення від внутрішнього пункту виробництва **А** до прикордонного пункту (порту) **Б** країни-продавця; далі міжнародне транзитне чи морське перевезення від пункту **Б** до прикордонного пункту (порту) країни-покупця (якщо країни-партнери не мають загального сухопутного кордону); і, нарешті, транспортування від пункту **Б** до внутрішнього пункту споживання.

Під транспортними операціями в їхньому безпосередньому значенні розуміється забезпечення перевезення вантажу на ділянках **А-Б**, **Б-В**, **В-Г**. Ці операції здійснюються за договором вантажовласників з перевізниками відповідних видів транспорту загального користування, до якого відносяться **перевізні засоби і постійні пристрої**, що належать транспортним організаціям, надані по договорах вантажовласникам.

Транспортні операції вважаються міжнародними, якщо вони зв'язані з переміщенням **зовнішньоторговельних вантажів** на ділянках маршруту перевезення **Б-В** відносно країни-продавця і країни-покупця. Правовідносини, що виникають у таких транспортних операціях між відправниками й одержувачами вантажів, а також між ними і перевізниками, **мають міжнародний характер**.

Здійснюючи міжнародні транспортні операції, перевізники роблять вантажовласникам транспортні послуги, що є специфічним товаром міжнародної торгівлі.

Міжнародні транспортні послуги **продаються і купуються на міжнародних транспортних ринках**. Ціни транспортних послуг і інші умови їхнього надання в одних випадках є предметом перего-

ворів між зацікавленими сторонами, в інших – устанавлюються самими перевізниками.

До міжнародних транспортних операцій відносять також і **перевезення пасажирів** у сполученнях між різними державами. Послуги по доставці пасажирів у міжнародних повідомленнях продаються і купуються на відповідних транспортних ринках. Важливу роль при цьому грають **туристичні агентства й інші подібні організації**, що мають тісні зв'язки з підприємствами повітряного, морського, річкового, автомобільного і залізничного транспорту.

Таким чином, послуги по перевезеннях вантажів і пасажирів є предметом **купівлі-продажу на різних міжнародних транспортних ринках**. Країни, що беруть участь у міжнародних економічних зв'язках, продаючи і купуючи через свої транспортні, туристичні й інші організації транспортні послуги, здійснюють їхній експорт і імпорт.

Перевізні засоби, транспортні мережі і термінальні комплекси, використовувані в міжнародних перевезеннях вантажів і пасажирів, відрізняються великою капіталомісткістю об'єктів і в багатьох випадках низькою фондовіддачею (капіталовіддачею). **Через це транспортний бізнес відноситься до розряду найбільш ризикованих для приватного капіталу.**

Тема 3. Конвенції й угоди про міжнародні перевезення

Держави, зацікавлені в розширенні діяльності своїх національних транспортних підприємств у міжнародних перевезеннях, завжди прагнули до міжнародного співробітництва з метою вироблення однакових (уніфікованих) умов перевезень вантажів і пасажирів, а також узгодження юридичних норм, що відносяться до режиму перебування перевізних засобів і обслуговуючого їхнього персоналу в межах юрисдикції договірних сторін і по багатьох інших питаннях. У результаті цих зусиль на міждержавному рівні укладене **значне число міжнародних угод** з окремих видів транспорту, що одержали назву **«транспортні конвенції»**. В окремих випадках багатосторонні угоди про міжнародні перевезення укладені на рівні транспортних підприємств різних країн.

У більшості міжнародних **транспортних конвенцій** містяться

положення, що стосуються договорів перевезення вантажів і пасажирів у відповідних міжнародних сполученнях. Відповідно до договору, одна сторона – **транспортна організація (перевізник)** – приймає на себе зобов'язання доставити вантаж чи пасажирів в обумовлений пункт призначення, а інша сторона – **вантажовласник (пасажир)** – зобов'язується сплатити перевізнику провізну плату. Інші умови договору перевезення доповнюють, конкретизують і розшифровують зазначені вище зобов'язання.

Транспортні конвенції визначають основні реквізити, а в ряді випадків і форму транспортних документів, що повинні застосовуватися у міжнародних перевезеннях. Найбільш поширені два **типи транспортних документів**:

- накладна (для залізничних, повітряних і автомобільних повідомлень);
- коносамент (для морських і річкових повідомлень).

Основні положення, що визначають організацію й умови перевезень вантажів і пасажирів у міжнародних повідомленнях, містяться в транспортних конвенціях і міжнародних угодах. Питання правового регулювання перевезень є також змістом багатьох двосторонніх угод, укладених на міждержавному рівні між транспортними представниками двох країн. Нарешті, ці питання найчастіше регламентовані внутрішнім транспортним законодавством окремих країн. Але і відсутність міжнародного регулювання перевезень вантажів і пасажирів не перешкоджає перевізникам і вантажовласникам (пасажирам) вступати у відносини з приводу міжнародного перевезення.

Україна має двосторонні угоди з країнами Прибалтики, а також з Австрією, Росією, Туреччиною, Іраном, Фінляндією й Афганістаном. Ці документи передбачають установа прямого залізничного сполучення. Кожний з них включає **основну Угоду** про організацію залізничного сполучення і вироблені на його основі правила про умови перевезень.

Взаємини залізниць у рамках цих угод регулюються також **додатковими угодами, інструкціями, правилами** користування вагонами, прикордонними угодами, правилами розрахунків і інших погоджених документів. У них обумовлюються умови транспортування вантажів, установаються норми відповідальності сторін, права й обов'язки перевізників, відправників вантажу і вантажооде-

ржувачів. Визначено коло товарів, що допускаються до перевезення, і перелік вантажів, прийнятих на особливих умовах.

Для усіх відзначених вище Угод загальними є наступні найважливіші умови перевезень:

- вантажі приймаються до перевезення за внутрішніми правилами країни відправлення;
- відправлення вантажів може здійснюватися як у перевантажувальному, так і в безперевантажувальному повідомленнях;
- вантажі, що транспортуються за особливими умовами, не обумовлених в угоді між сторонами, можуть відправлятися тільки за попередньою згодою сторін;
- для прямого міжнародного повідомлення кожна країна може відкрити не всі станції, а лише деякі з них. Списки відкритих станцій називаються у відповідній угоді;
- провізна плата для транспортування по території кожної з країн обчислюється по їхніх внутрішніх тарифах і правилах. В усіх угодах установлюється, що при відсутності в їхньому тексті необхідних указівок варто керуватися внутрішнім законодавством;
- договір перевезення оформляється відповідною накладною (за своїми реквізитами ці накладні цілком нагадують накладну СМГС), що заповнюється українською мовою і мовою країни-партнера. Багато умов Угод близькі відповідним розділам СМГС і СОТІР, учасниками яких є країни-партнери. У деяких випадках є прямі посилання на положення даних конвенцій і документи, що їх доповнюють.

З політичних і військових причин у даний час реально діють угоди з Росією, Фінляндією, Австрією і країнами Прибалтики. Залізничне сполучення з Туреччиною, Іраном і Афганістаном поки припинено через складну геополітичну ситуацію у відповідних регіонах.

Тема 4. Базисні умови поставки товару

Базисними умови зовнішньоторговельного контракту купівлі-продажу називаються тому, що встановлюють базис ціни залежно від того, чи включаються витрати на транспортування в ціну товару,

чи ні. **Базисні умови визначають:**

- хто і за чий рахунок забезпечує транспортування товарів по території країн: продавця, покупця, транзитних країн; перевезення товару морським, річковим і повітряним транспортом;
- становище вантажу по відношенню до транспортного засобу, що визначає обов'язок продавця за встановлену в контракті ціну доставити вантаж у певне місце чи повантажити товар на транспортний засіб, чи підготувати його до завантаження, чи передати транспортній організації;
- обов'язки продавців щодо пакування та маркування товарів, обов'язки сторін зі страхування вантажів;
- обов'язки сторін щодо оформлення комерційної документації згідно з існуючими у практиці міжнародної торгівлі вимогами;
- де і коли переходять від продавця до покупця права власності на товар;
- заходи, пов'язані з ризиком випадкової втрати чи пошкодження товару, та витрати, які можуть виникнути у зв'язку з цим.

Особливості базисних умов регламентовані міжнародною практикою. Міжнародна торгова плата розробила і випустила в 1953, 1980, 1990, 1997, 2000 рр. збірники «Міжнародні правила тлумачення торгових термінів ІНКОВЕРМС» (International Commercial Terms). Сьогодні використовується збірник, виданий у 1997 р. під назвою «ІНКОВЕРМС-90».

Подані в ІНКОВЕРМС торгові терміни становлять універсальний набір умов, знання та застосування яких полегшує здійснення торгових операцій. ІНКОВЕРМС має низку особливостей. **По-перше, ІНКОВЕРМС не регулює наслідки, які може мати контракт щодо права власності на товар, і не містить засобів правового захисту у разі порушення контракту однією із сторін. По-друге, тільки пряме посилання на застосування умов ІНКОВЕРМС у тексті контракту є підставою для тлумачення цього контракту відповідно до ІНКОВЕРМС (наприклад: «При тлумаченні даного контракту мають силу умови ІНКОВЕРМС у редакції 1990 р.»).** **По-третє, при наявності у контракті посилання на умови ІНКОВЕРМС і водночас статей, які суперечать їм або обмежують їх, такі статті є превалюючими.**

Для позначення базисних умов використовується термін «фра-

нко» (від **франц. Franco** – «вільно»). Він означає, що покупець вільний від ризику і всіх витрат на доставку товару до пункту, позначеного словом **«франко»**. У контрактах після позначення базисної умови вказується назва географічного пункту. Цими пунктами можуть бути морські та річкові порти, залізничні станції, аеродроми, склади, місцеперебування продавців, покупців, вантажоодержувачів, бірж, аукціонів, прикордонні пункти, заводи-виробники продукції, будівельні майданчики об'єктів.

Усі умови **ІНКОМТЕРМС** можна поділити на чотири групи: **«Е»**, **«F»**, **«С»** і **«D»**.

Група «Е» регламентує зобов'язання продавця та покупця при здійсненні поставки тільки на умові **«франко-завод»**. Ця умова передбачає зобов'язання для продавця.

Група «F» містить умови:

- **«Франко-перевізник»** – **FCA**;
- **ФАС** або **«Франко – вздовж борту судна»** – **FAS**;
- **ФОВ** або **«Франко-борт судна»** – **FOB**.

За цих умов продавець вважається таким, що виконав свої зобов'язання після того, як він передав товар перевізнику згідно з інструкціями, отриманими від покупця. Продавець повідомляє покупцеві про готовність товару до відвантаження, після чого покупець укладає договір перевезення і дає продавцеві інструкції з приводу того, кому, коли і як передати куплений товар.

Умова **«франко-перевізник»** застосовується для перевезень будь-яким видом транспорту. При цьому під терміном **«перевізник»** розуміють не тільки підприємства, які справді виконують перевезення вантажів, але і ті, які забезпечують здійснення перевезення, беруть на себе зобов'язання щодо перевезення товару. Такі підприємства називаються **експедиторськими**.

Група «С» включає такі умови:

- **КАФ** або **«Вартість і фрахт»** – **CAF**;
- **«Вартість, страхування і фрахт»** – **CIF**;
- **«Доставка оплачена до ...»** – **CPT**;
- **«Доставка та страхування оплачені до...»** – **CIP**.

За цими умовами продавець самостійно укладає договір перевезення, оплачує перевезення до вказаного у контракті місця прийому товару покупцем, а також повідомляє покупця про деталі відправ-

лення й очікуваний час прибуття вантажу в узгоджене місце прийняття поставки.

За контрактами на «С»-умовах продавець звільняється від відповідальності та ризику з моменту передачі товару перевізнику у своїй країні, хоч і зазнає витрат на доставку товару у країну покупця. Продавець зобов'язаний оплатити перевізнику всю вартість транспортування товару, незалежно від того, чи фрахт повинен бути оплаченим до повантаження товару, чи оплата допускається після його доставки у місце призначення.

Якщо доставка товару потребує перевантажень у проміжних пунктах, то продавець може укласти кілька договорів перевезення.

Укладаючи контракт, сторони мусять домовитися про те, хто оплачуватиме повантаження товару у місці призначення.

Група «D» передбачає умови:

- ДАФ або «Поставлено на кордон» – DAF;
- «Поставлено з борту судна» – DES;
- «Поставлено з пристані» – DEQ;
- «Поставлено без сплати мита» – DDU;
- «Поставлено зі сплатою мита» – DDP.

Контракти на «D»-умовах можна поділити на дві категорії. До першої належать контракти, укладені на умовах «Поставлено на кордон», «Поставлено з борту судна» та «Поставлено без сплати мита». За даних умов продавець не готує товар для імпорту.

У другу категорію входять: «Поставлено з пристані» та «Поставлено зі сплатою мита». За цими умовами продавець повинен отримати усі необхідні імпорتنі ліцензії, а також оплатити мито, митні збори та податки. Тому контракти на «D»-умовах відносяться до групи «доставкових контрактів», тоді як контракти на «С»-умовах називаються «відвантажувальними» контрактами.

Деякі з базисних умов щомісяця друкуються в ІНКОМТЕРМС, особливо ті, які застосовуються у сучасній практиці зовнішньої торгівлі дуже часто.

ФАС (FAS) – Free Alongside Ship (вільно вздовж борту судна).

При цьому експортер зобов'язаний за власний кошт поставити товар і документи, що підтверджують його відповідність вимогам контракту; упакувати товар для транспортування морем і сухопутним транспортом; доставити товар у контрактні строки до порту та складувати його на пристані вздовж борту судна; повідомити покуп-

ця про розміщення товару на пристані і передати йому розписку порту про прийняття вантажу; сприяти покупцеві на його прохання і за його рахунок в отриманні додаткових документів для ввозу товару у країну імпортера.

Імпортер зобов'язаний: зафрахтувати судно та повідомити експортера про дату його прибуття у порт; застрахувати вантаж; оплатити повантаження товару на судно; оплатити товар експортеру.

ФОВ (FOB) – Free on Board (вільно на судні). За цих базисних умов експортер зобов'язаний: як і в попередньому разі, за власний кошт поставити товар із підтверджуючими документами; упакувати його, доставити до порту; повідомити про це імпортера. Окрім того, він повинен за власний кошт отримати експортну ліцензію та виконати транспортні формальності; повантажити товар на судно; повідомити покупця про повантаження; передати йому документи, включаючи морський коносамент, про прийняття вантажу на судні.

Обов'язки імпортера від попереднього варіанта відрізняються тим, що він оплачує не повантаження, а розміщення товару на судні.

ФОВ – аеропорт ... – FOB Airport (вільно в аеропорту). У цьому разі експортер зобов'язаний поставити товар авіаційному перевізнику; укласти договір із перевізником від власного імені; забезпечити отримання експортної ліцензії, виконати митні формальності; передати покупцеві комплект документів, у т.ч. авіаційну накладну.

Імпортер зобов'язаний: оплатити товар; покрити всі витрати, пов'язані з транспортуванням товару після передачі його перевізнику.

КАФ (CAF) – Cost and Freight (ціна та фрахт). За цих умов експортер за власний кошт зобов'язаний: поставити товар із документами, що підтверджують його відповідність вимогам контракту; упакувати товар у відповідну упаковку; зафрахтувати судно до місця призначення; доставити товар у порт; отримати експортну ліцензію та виконати митні формальності; повантажити товар на судно; повідомити імпортера про повантаження і передати йому комплект документів, у т.ч. морський коносамент.

Імпортер зобов'язаний: застрахувати товар; покрити всі витрати, пов'язані з транспортуванням вантажів, за винятком фрахту; прийняти документи в експортера; оплатити товар.

СІФ (CIF) – Cost, Insurance, Freight (ціна, страхування, фрахт). Ці умови збігаються з попередніми, за винятком того, що

експортер повинен ще застрахувати вантаж до порту призначення.

Перевезення оплачене до ... – Freight Carriage paid to (FCA).

За цих умов експортер за власний кошт зобов'язаний: поставити товар із документами, що підтверджують його відповідність вимогам контракту; укласти договір про перевезення товару до вказаного у контракті пункту; оплатити перевезення; передати товар до обумовленого в контракті терміну перевізнику; повідомити імпортера та передати йому комплект документів, у т.ч. і квитанцію про прийом вантажу до перевезення; отримати експортну ліцензію й оплатити вивізні мито, податки, збори.

Імпортер зобов'язаний: застрахувати за власний кошт товар; оплатити всі інші витрати, пов'язані з транспортуванням; оплатити товар експортеру; покрити всі витрати на ввіз товару в його країну.

Поставлено на кордон – Delivered at Frontier (DAF). Характерною особливістю цих умов є те, що зобов'язання експортерів закінчуються на митному кордоні імпортуючої держави. Експортер за власний кошт і у визначені строки зобов'язаний: поставити товар, що відповідає вимогам контракту, у прикордонний пункт; повідомити про це покупця; передати йому комплект документів, у т.ч. транспортні; отримати експортну ліцензію; виконати митні формальності та оплатити всі витрати до передачі товару покупцеві. Експортер оплачує вартість транспортування та всі інші витрати на транзит вантажу через треті країни, а також розвантаження товару у пункті призначення. Він також бере на себе весь ризик під час транзиту. Після прибуття вантажу у призначений пункт експортер повинен повідомити про це покупця.

Окрім оплати товару, імпортер зобов'язаний покрити всі витрати, пов'язані із ввозом товару у транзитну чи свою країну.

Поставлено з оплатою мита – Delivered Duty Paid (DDP). У міжнародній торгівлі ці умови поширилися під впливом загострення проблеми збуту. Вони накладають на експортерів відповідальність і витрати, пов'язані з доставкою товару до місця, вказаного імпортером. Експортер бере на себе весь ризик випадкового пошкодження та втрати товару аж до поставки його у пункт призначення. Він передає покупцеві всі документи, необхідні для отримання товару від перевізника.

Імпортер, окрім оплати товару, покриває всі випадкові витрати, що можуть виникнути під час транспортування, а також бере на себе

ризик і витрати після передачі йому товару.

Із зазначених базисних умов учасники зовнішньоторговельних угод надають перевагу умовам **ФОБ** і **СІФ**. А в практиці міжнародної торгівлі «**ціна ФОБ**» розуміється як експортна ціна товару, «**ціна СІФ**» – як імпортна.

Тема 5. Вибір виду транспорту

Є різноманітні способи транспортування вантажів між країнами. Плануючи відправлення вантажів і вибір виду транспорту, необхідно враховувати: види вантажу, відстань і маршрут перевезення, фактор часу, вартість перевезення, безпечність транспортування.

5.1. Види вантажу.

Вантажі, що швидко псуються, перевозяться авіатранспортом. Водночас авіап перевезення недопустимі для легкозаймистих, вибухонебезпечних вантажів. Основну частину міжнародних морських перевезень складають перевезення масових наливних і навалочних вантажів: сирієї нафти і нафтопродуктів, залізної руди, кам'яного вугілля, зерна. Серед інших вантажів морської торгівлі – так звана готова промислова продукція, напівфабрикати, продовольство.

5.2. Відстань і маршрут перевезення.

Місце відправлення вантажу та кінцевий пункт перевезення є також визначальними при виборі виду транспорту. У внутрішньоконтинентальних перевезеннях використовується залізничний, автомобільний та авіаційний транспорт.

5.3. Фактор часу.

Найшвидший спосіб доставки вантажу – авіатранспорт. Однак він дорогий і тому застосовується тільки в екстрених випадках, коли необхідно доставити вантаж якнайшвидше.

5.4. Вартість перевезення.

Немає певних правил, які дозволяють визначити точний відсоток вартості транспортних витрат по відношенню до вартості товарів. Це повинен бути невеликий процент, за винятком тих випадків, коли вибір відсутній і можна використати тільки один доступний

шлях – повітряний чи сухопутний. У цьому разі повітряні перевезення автоматично прирівнюються до сухопутних перевезень. Невеликі та середні за обсягом партії вантажу можна доставляти і повітрям, і сушею приблизно за однаковими цінами.

5.5. Безпечність транспортування.

Крихке і дороге обладнання найкраще перевозити авіатранспортом, навіть якщо поставка даного вантажу нетермінова. Товари, для яких ступінь ризику крадіжки високий, доставляються, як правило, традиційним способом – морем, в основному у контейнерах, хоч коштує це трохи дорожче.

Тема 6. Морські та річкові зовнішньоторговельні перевезення

6.1. Загальні засади водних перевезень.

Комплекс питань, зв'язаних з організацією міжнародних перевезень по ріці Дунай, регулюється **Братиславськими угодами**, укладеними річковими пароплавствами придунайських країн. Учасниками першої з них були пароплавства **Болгарії, Угорщини, Румунії, СРСР і Чехословаччини**. Ними укладено «Угоду про загальні умови перевезення вантажів по ріці Дунай» 1955 року. У 1966 році до цієї угоди приєдналися річкові пароплавства **Югославії**, а в 1968 році – **Австрії і ФРН**. Наступним кроком було укладення у 1978 році цими пароплавствами «**Міжнародної угоди про загальні умови перевезення контейнерів по ріці Дунай**». У 1979 році ті ж пароплавства уклали «**Угоду про міжнародні вантажні тарифи**».

Морський транспорт можна по праву вважати найбільш універсальним видом транспорту, спеціалізованим на обслуговуванні міжнародної торгівлі. Тут зародилися й одержали розвиток основні правові інститути й організаційні форми міжнародних перевезень вантажів і пасажирів.

Розвиток системи правовідносин між учасниками перевізного процесу на інших видах транспорту відбувалося під великим чи меншим впливом міжнародної практики морського торгового судноплавства. Тому при вивченні питань організації перевезень у міжнародних повідомленнях цій практиці доцільно приділити особливу увагу.

У міжнародному судноплаванні склалися дві форми організації

перевезень:

- лінійна (регулярна);
- трампова (нерегулярна).

Міжнародні **лінійні повідомлення** організуються морськими перевізниками на стійких географічних напрямках міжнародної торгівлі готовою промисловою продукцією, напівфабрикатами, продовольством і іншими товарами.

Міжнародні лінії зв'язують між собою основні світові економічні центри (**Західну Європу, Північну Америку і Далекий Схід**) і ці центри з іншими регіонами. Особливістю лінійного судноплавства є закріплення суден на даному напрямку і їхні регулярні заходи у визначені порти по заздалегідь оголошеному розкладу. Перевезення оплачуються відправниками вантажу по ставках тарифу, установлених перевізниками. Лінійні тарифи стабільні протягом тривалого періоду часу.

Обсяг послуг, що робиться морськими лінійними перевізниками відправникам вантажу і вантажоодержувачам, значно більший, ніж у трамповому судноплавстві. Зазвичай морські лінійні перевізники приймають на себе зобов'язання оплачувати вартість навантаження товарів у порту відправлення і вивантаження – у порту призначення. Додаткові витрати судовласників, зв'язані зі специфікою лінійних умов, відшкодовуються в тарифах лінійного судноплавства. Конкретне тлумачення лінійних умов перевезень дається в проформах лінійних коносаментів.

Міжнародні лінійні перевезення оформляються коносаментом, який видається морським перевізником відправнику вантажу в момент передачі вантажу у розпорядження перевізника. За своєю юридичною природою коносамент є доказом прийняття перевізником перерахованих у ньому вантажів. Крім того, він підтверджує наявність договору перевезення між перевізником і відправником вантажу. Нарешті, коносамент надає відправнику вантажу і іншій зазначеній у ньому особі право розпорядитися вантажем і зажадати його видачу в порту призначення при наданні цього документа.

Таким чином, коносамент є товаророзпорядчим документом. В останні роки в практику міжнародних лінійних перевезень замість коносамента почав входити інший транспортний документ – морська накладна.

Цей документ, що не є товаророзпорядчим, прискорює процедуру здачі вантажу в порту призначення.

На відміну від лінійного, у **трамповому суднопластві** судна експлуатуються на нерегулярній основі. Вони не закріплюються за визначеними напрямками, а вільно переміщуються з однієї секції фрахтового ринку в іншу в залежності від попиту на тоннаж і від пропозиції вантажів. Ціна перевезення й інших комерційних умов установлюється на кожен рейс або кілька рейсів на основі договору.

Договір морського перевезення (договір щодо фрахтування судна) у трамповому суднопластві полягає між морським перевізником (фрахтівником) і відправником вантажу чи вантажоодержувачем (фрахтувальником), має форму чартеру. У більшості випадків цей договір укладається за допомогою посередника чи фрахтового брокера.

У будь-якому чартері міститься ряд обов'язкових умов, що відносяться до судна, вантажу, фрахту, порядку оплати стивідорних робіт, диспачу, демереджу.

Під час перевезення вантажу в міжнародному трамповому суднопластві перевізником зазвичай видається **коносамент**, що, крім іншого, регулює відносини між перевізником і одержувачем вантажу, що не є фрахтувальником.

Слід зазначити, що в міжнародній практиці не було створено правового акта (конвенції, угоди), що регулює питання, що відносяться до змісту або форми чартеру. Основним джерелом права у відношенні чартерів є національне законодавство відповідних країн.

Основною міжнародною угодою, яка визначає взаємини учасників договору морського перевезення і правовий статус коносамента, є **Брюссельська конвенція про уніфікацію деяких правил про коносамент від 1924 року (Гаазькі правила)**. Брюссельським протоколом 1968 року в цю конвенцію були внесені деякі зміни. В даний час у **Брюссельській конвенції** беруть участь більше 70 держав. Головну увагу в **Гаазьких правилах** приділено питанню про відповідальність морського перевізника за вантаж.

З урахуванням критики ряду положень **Брюссельської конвенції 1924 року** з боку вантажовласників різних країн, що розвиваються, у **1978 році** була прийнята **Конвенція ООН про морське перевезення вантажів**, відома як **Гамбурзькі правила**. Конвенція впливає на практику міжнародних морських перевезень.

Морські перевезення пасажирів і багажу донедавна регламентувалися **Міжнародною конвенцією про уніфікацію** деяких правил, що відносяться до перевезення пасажирів морем від **1961 року**. У **1987 році** набрала сили нова конвенція про морські перевезення пасажирів, їхнього багажу, транспортних засобів і ручної поклажі (**Афінська конвенція**).

6.2. Трампове суднопластво.

Трамповими (англ. tramp – бродяга) називаються судна, які здійснюють нерегулярні рейси, без чіткого розкладу, і скеровуються судовласниками туди, де з боку фрахтувальників є попит на тоннаж. Трампові судна транспортують в основному масові вантажі: деревину, руду, вугілля, зерно, нафтопродукти та інші вантажі, що перевозяться навалом чи наливом.

Договір на перевезення вантажів трамповими суднами укладається у вигляді **чартеру**. Сторонами у чартерному договорі є фрахтувальник і фрахтівник. Пункти чартерного договору такі:

- час і місце укладання чартеру;
- назва й опис судна;
- право заміни початково вказаного терміну;
- рід вантажу;
- місце повантаження та розвантаження;
- умови повантаження та розвантаження;
- порядок оплати фрахту;
- термін подачі судна, у т.ч. **канцелінг** – кінцевий строк.

У торговому мореплаванні застосовують **такі види фрахтування судна:**

- фрахтування на послідовні рейси, використовується під час перевезень великої кількості вантажу в одному і тому ж напрямку кількома послідовними рейсами;
- фрахтування за генеральним контрактом, за яким судовласник 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;

- фрахтування на умовах **димайз-чартеру** – це договір про оренду судна, коли судновласник передає його фрахтувальнику на визначений термін разом із командою;
- фрахтування на умовах **бербоут-чартеру** – це найм судна без екіпажу; фрахтувальник несе усі витрати щодо його використання і виплачує орендну плату судновласнику. Цей вид фрахтування суден широко застосовується під час придбання суден у розстрочку;

Кошти, що виплачуються фрахтувальником фрахтівникові за перевезення вантажу траповим судном, визначаються розміром фрахтової ставки.

6.3. Лінійне судноплавство.

Лінійне судноплавство – це 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;
- конференціальні, організовані для перевезення вантажів на океанських напрямках на основі угод конференцій судновласницьких компаній.

У межах ООН був розроблений **Кодекс поведінки лінійних конференцій**.

Члени лінійної конференції користуються єдиними тарифами.

Ставки у тарифах встановлюються за одиницю маси чи об'єму вантажу. У разі перевезення дорогих вантажів перевізник може стягувати плату за фрахт, що обчислюється як процент від декларованої вартості вантажу (як правило, 3-5%).

Перевагами лінійного судноплавства є: регулярність, дотримання строків розкладу, відносно стабільні ціни, експлуатація спеціалізованого тоннажу, наявність широкої мережі агентів.

Лінійні судна перевозять переважно дрібні партії вантажів від великої кількості відправників до великої кількості одержувачів. Тому лінійні компанії приймають вантажі задовго до підходу судна.

Основним документом у морських перевезеннях є коносамент.

Коносамент – це документ, який видає судновласник вантажо-

відправникові на підтвердження прийняття вантажу до перевезення морським шляхом. Окрім основного екземпляра, коносамент має ще два чи три оригінали, на яких перевізники ставлять свої підписи та печатку. Існують також копії без права передачі, котрі не підписуються і не мають юридичної сили.

Коносамент, в якому вказане право власності на товар, називається **оригінальним коносаментом**.

У коносаменті містяться відомості про назву судна, його власника, тоннаж судна, найменування портів повантаження та розвантаження, суму фрахту з вказівкою, де проводиться оплата фрахту – у порту повантаження чи в порту розвантаження; кількість виданих екземплярів коносаменту. Він підписується капітаном судна чи пароплавним агентом. На звороті лінійного коносамента зазвичай друкуються умови договору перевезення. 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, які відсилають також у порт відправлення, порт призначення і на митницю.

До коносамента додають:

- маніфест, що містить опис коносаментів партій вантажів для організації розвантаження;
- повантажувальний ордер, який видає відправник капітанові;
- штурманську розписку, на основі якої виписується коносамент;
- акт-повідомлення, що є підставою для пред'явлення претензій у разі, якщо вантаж постраждав під час перевезення.

Коносаменти можуть бути таких видів:

1. Коносамент на ім'я названої особи чи вантажоодержувача.
2. Коносамент на пред'явника.
3. Ордерний коносамент. У цьому разі передбачається, що вантажовідправник може передати свої права третій особі, індосуючи коносамент, тобто поставивши на звороті свій підпис і печатку.
4. Прямий коносамент – тобто без перевалки.
5. Наскрізний коносамент. Це означає, що на маршруті слідування можливі перевалки.

6.4. Контейнерні перевезення.

У міжнародній торгівлі для перевезень генеральних вантажів морем часто використовуються **контейнери**.

Стандартний **контейнер** – це металевий ящик (зі сталі чи алюмінію) з подвійними дверцятами з одного кінця.

1. Двадцятифутовий контейнер – місткістю 30 куб. м. Максимальне завантаження – 18 тонн.

2. Сорокафутовий контейнер – місткістю 60 куб. м із максимальним завантаженням на 30 тонн.

Надання послуг щодо контейнерного перевезення вимагає спеціального оснащення та спеціального обладнання портів підйомними та вивантажувальними установками. На сьогодні для перевізника контейнерні перевезення ефективніші – вони значно скорочують час завантаження та розвантаження суден. Географія контейнерних перевезень розширюється.

Тема 7. Міжнародні залізничні перевезення

Найбільш універсальними багатосторонніми угодами про міжнародні залізничні сполучення є **Бернські конвенції** про перевезення вантажів (скорочено **МГК**) і про перевезення пасажирів (**МПК**), спочатку укладені наприкінці **XIX століття** між декількома європейськими країнами. У наступному, **XX столітті** вони багаторазово переглядалися. В даний час діє єдина **Конвенція про міжнародні залізничні перевезення** в редакції **1980 року (КОТІФ)**, що містить об'єднаний текст **Бернських конвенцій**.

Учасниками **Бернських конвенцій** є більшість європейських і ряд азіатських та африканських країн.

Базовим документом у перевезенні товарів залізницею з країни в країну є залізнична накладна. Вона виконує функції договору про перевезення, товаророзпорядчого документа та підтвердження про прийом вантажу до перевезення. Цей документ не є зворотнім.

У світі існує кілька систем залізничного сполучення, які відрізняються між собою шириною колії, габаритами локомотивів і вагонів, умовами перевезень і т.д., і регулювання міжнародних залізничних перевезень здійснюється кількома незалежними одна від одної міжнародними конвенціями.

Європейські країни керуються **Конвенцією про міжнародні залізничні перевезення (КОТІФ)**, учасниками якої є 33 держави (більшість країн Європи, а також ряд країн Азії та Північної Африки). **КОТІФ** містить умови перевезення вантажів.

Граничний розмір відповідальності залізниць у разі нецілісності вантажів, що перевозяться, у **КОТІФ** визначений у розрахункових одиницях **Міжнародного валютного фонду – СПЗ** (17 СПЗ чи 51 старий золотий франк за 1 кг маси брутто).

Між соціалістичними країнами Європи й Азії була укладена багатостороння транспортна конвенція – **Угода про міжнародне вантажне сполучення (УМВС)**. В **УМВС** визначаються строки поставки вантажів, встановлюються провізні платежі на дорогах країн відправлення та призначення за ставками внутрішніх тарифів, а під час слідування дорогами транзиту – за транзитними тарифами.

Укладення договору міжнародних перевезень вантажів відповідно до положень **УМВС** оформляється накладною вказаної форми. **Накладна УМВС** має п'ять аркушів:

1. Оригінал накладної.
2. Дорожна відомість.
3. Дублікат накладної.
4. Аркуш передачі вантажу.
5. Повідомлення про прибуття вантажу до станції призначення.

Форма залізничної накладної за **УМВС** відрізняється від аналогічного документа за **КОТІФ**. Тому під час оформлення перевезення з **СНД**, коли частина дороги проходить через європейські країни, накладна **УМВС** оформляється до прикордонної станції залізниці країни, що межує із **СНД**, де накладна **УМВС** буде переоформлена в накладну **КОТІФ**. Така ж процедура відбувається на прикордонних станціях і під час відправлення товарів у країни **СНД**.

Останнім часом виникла тенденція до переходу багатьох центральних і східноєвропейських країн від **УМВС** до **КОТІФ**.

Тема 8. Міжнародні повітряні перевезення

До числа міжнародних угод по повітряному транспорту відноситься **Конвенція для уніфікації деяких правил, що стосуються міжнародних повітряних перевезень**, підписана у Варшаві в 1929 році і доповнена пізніше протоколами: Гаазьким 1955 року, Гва-

темальським 1971 року і Монреальським 1975 року. У ній беруть участь більшість країн світу.

Варшавська конвенція застосовується в регулярних повітряних сполученнях. Правовою основою договору про повітряне перевезення в нерегулярних (чартерних) повідомленнях є положення **Гвадалахарської конвенції** про уніфікацію деяких правил, що стосуються міжнародних повітряних перевезень, 1961 року.

Базовим 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 завантаження вантажу і вручається одержувачу. Вона складається з трьох оригіналів і дев'яти копій.

При авіаперевезеннях авіанакладна – такий же документ, що й коносамент у морських перевезеннях. Вантаж віддається у розпорядження названого вантажоодержувача після пред'явлення ним документів, які засвідчують його особу, підписаної квитанції та сплати необхідних зборів.

Якщо повітряним шляхом відправляються вантажі різних відправників, то головний вантажовідправник виписує своєму агентові у кінцевому пункті прибуття не звичайну накладну, а звідну – з вказівкою на кожну окрему партію товару. Як і в коносаменті, в авіанакладній повинна бути детальна інформація про вантажоодержувача і про товар, що транспортується.

Плата за **авіафрахт**, як правило, нараховується за масою в кілограмах, при цьому маса заокруглюється на півкілограма у більшу сторону. Коли співвідношення маси й об'єму перевищує 6, тоді плата стягується з огляду на об'єм вантажу. Разом з авіанакладною з товаром слідують необхідні товаророзпорядчі документи.

Тема 9. Міжнародні автомобільні перевезення

Цей вид відправлень регулюється **Конвенцією про договір міжнародного перевезення вантажів автомобільним транспортом (КДПГ) і Європейською угодою про міжнародні автомобільні перевезення небезпечних вантажів (ДОПОГ)**, що вступили в силу, відповідно, у 1961 і 1968 роках. Учасниками цих угод є більшість країн.

З метою спрощення митних процедур у міжнародних автомобільних відправленнях європейських країн у **1959 році** була укладена **Митна конвенція про міжнародне перевезення вантажів** із застосуванням книжки міжнародного дорожнього перевезення (**МДП, Конвенція МДП**). У **1975 році** була прийнята її нова редакція.

У **1970-х роках** у рамках декількох міжнародних організацій проводилася розробка проекту угоди про договір прямого змішаного перевезення. У результаті цього в **1980 році** була прийнята **Конвенція ООН про міжнародні змішані перевезення вантажів**.

Базовим документом в автомобільних перевезеннях є автотранспортна накладна, яка виконує функції договору перевезення, товаророзпорядчого документа та розписки перевізника. Зміст відомостей, що подаються у накладній, визначається **Конвенцією про договір міжнародного перевезення вантажів автомобільним транспортом (КДМПВ) від 1956 р.**, учасником якої був **СРСР**.

Накладна складається відправником у чотирьох екземплярах, підписується відправником і перевізником.

Автотранспортом можуть здійснюватися збірні перевезення від різних товарівідправників різних вантажів чи різних партій вантажів. Якщо вантаж має бути повантажений на кілька транспортних засобів або потрібно перевезти різні вантажі чи різні партії вантажів, то складається стільки транспортних накладних, скільки транспортних засобів використовується.

Окрім автотранспортної накладної, з вантажем слідує товаророзпорядчі документи: упаковочні аркуші, вивантажувальні специфікації, сертифікати якості та інші документи.

Тема 10. Види транспорту, що використовуються для забезпечення зовнішньої торгівлі

10.1. Загальні засади вибору транспорту.

Вибираючи засіб доставки конкретного товару, відправники повинні враховувати характеристики того чи іншого виду транспорту. Так, якщо відправника цікавить швидкість, то основний вибір виявляється між повітряним і автомобільним транспортом. Якщо ціль – мінімальні витрати, робиться вибір між водним і трубопровідним транспортом. Більше усього вигод пов'язано, мабуть, з використанням автомобільного транспорту, чим і обумовлюється зростання

його частки в обсязі перевезень.

Завдяки контейнеризації відправники все частіше використовують одночасно два чи більше види транспорту. **Контейнеризація** – це завантаження товару в трейлери, що легко перевозити з одного виду транспорту на інший. **Рейковий контрейлер** – це перевезення з використанням залізничного й автомобільного транспорту, судновий контрейлер – це перевезення з використанням водяного й автомобільного транспорту, «судно-рейка-судно» – це перевезення з використанням водного і залізничного транспорту, «повітря-шосе» – це перевезення з використанням повітряного й автомобільного транспорту.

Будь-який змішаний вид транспортування вантажів забезпечує відправнику певні вигоди. Наприклад, рейковий контрейлер обходиться дешевше від суто автомобільних перевезень і в той же час забезпечує гнучкість і зручність.

Сумарний потік світових зовнішньоторговельних вантажоперевезень у міжконтинентальних повідомленнях: перевищує **3 млрд. т**. Морський транспорт забезпечує перевезення більше **80% обсягу** міжнародної торгівлі. Вантажовласники оплачують судовласникам у виді фрахту за перевезення вантажів у міжнародних морських повідомленнях **105-110 млрд. дол. США** щорічно, що дорівнює приблизно **7%** вартості світового експорту.

10.2. Залізничний транспорт.

Певна роль у зовнішньоторговельних перевезеннях належить залізничному транспорту.

Залізниця є найбільш рентабельним видом транспорту для перевезень вагонних партій вантажів навалом – кам'яного вугілля, руди, піску, сільськогосподарської і лісової продукції – на далекі відстані. Недавно залізниця почала збільшувати число послуг з урахуванням специфікації клієнтів. Було створено нове обладнання для більш ефективної вантажообробки окремих категорій товарів, платформи для перевезення автомобільних причепів (рейсовий контрейлер), стали надаватися послуги в дорозі, такі як переадресування уже відвантажених товарів в інший пункт призначення прямо на маршруті й обробка товарів у ході перевезення.

10.3. Водний транспорт.

Морський транспорт широко використовується для міжнародних торговельних перевезень.

Річковий транспорт України перевозить вантажі Дніпром, Дунаєм, Чорним та Середземним морями із заходом у річкові порти Румунії, Німеччини, Угорщини, Австрії, а також у морські порти Туреччини, Греції, Ізраїлю, Франції, Італії.

Основну частину міжнародних морських вантажопотоків складають масові наливні і навалочні вантажі: сира нафта (близько 1000 млн. т. у рік), нафтопродукти (300 млн. т.), залізна руда (300 млн. т.), кам'яне вугілля (270 млн. т.), зерно (200 млн. т.).

Перевезення водним транспортом громіздких нешвидкопсувних товарів невисокої вартості типу піску, кам'яного вугілля, зерна, нафти, металевих руд дуже незначна. З іншого боку, водний транспорт найбільш тихохідний і нерідко піддається впливу погоди.

10.4. Автомобільний транспорт.

Вантажний автотранспорт постійно збільшує свою частку в зовнішньоторговельних перевезеннях. Цей вид перевезень надзвичайно гнучкий у відношенні маршрутів і графіків руху. Вантажівки здатні перевозити товар «від дверей до дверей», рятуючи відправника від необхідності зайвих перевантажень. **Вантажівки – рентабельний** вид транспорту для перевезення на невеликі відстані дорогих товарів. У багатьох випадках автотранспортні тарифи конкурентні порівнянні з тарифами залізниць, але при цьому вантажівки зазвичай забезпечують більш високу оперативність послуг, що надаються.

Автомобільний транспорт забезпечує транспортне обслуговування зовнішньоторговельних зв'язків в усіх сферах господарської діяльності.

Він тісно пов'язаний з роботою інших видів транспорту.

Україна має порівняно густу, рівномірну мережу автомобільних шляхів з твердим покриттям. По її території проходять важливі автомагістралі міжнародного значення, зокрема Москва – Київ, Москва – Харків – Сімферополь, Одеса – Київ – Санкт-Петербург, Київ – Дніпропетровськ – Донецьк тощо. Значними вузлами міжнародного значення є Київ, Харків, Запоріжжя, Львів, Житомир, Тернопіль, Полтава.

10.5. Трубопровідний транспорт.

Трубопровідний транспорт призначений для транспортування рідких, газоподібних або твердих продуктів трубами на значні відстані.

Трубопровідний транспорт поділяється на **магістральний** (загального користування) і **технологічний**. **Магістральний** об'єднує магістральні нафто-, газопроводи і відводи від них, а також магістральні водоводи, призначені для транспортування води на великі відстані. До **технологічного** транспорту належать етилено-, аміако-, вуглепроводи, пневмоконтейнерні лінії тощо.

Трубопроводи – специфічний засіб транспортування нафти, кам'яного вугілля і хімічних продуктів від місць їхнього походження до ринків збуту. Транспортування нафтопродуктів по нафтопроводах обходиться дешевше, ніж по залізниці, але трохи дорожче, ніж по воді. Більшість трубопроводів використовуються власниками для транспортування їхніх власних продуктів.

У 1948 р. було введено в дію найбільший в той час у Європі газопровід Дашава – Київ. У 1951 р. його подовжено через Брянськ до Москви. Протягом 1956-1964 років збудовано газопроводи Шебелинка – Харків, Шебелинка – Брянськ. Споруджено газопровід з Прикарпаття до Мінська, Риги, Польщі.

У 1967 р. введено в дію магістральний газопровід «Братерство» від Долини (Івано-Франківська область) до Шали (Словаччина). Територією України проходять газопроводи «Союз» і Уренгой – Помари – Ужгород, трансконтинентальна нафтова магістраль «Дружба», магістральний нафтопровід Центр – Захід.

10.6. Повітряний транспорт.

Цей вид транспорту здобуває все більшу значимість. Хоча тарифи вантажних авіаперевезень набагато вищі від залізничних чи автомобільних, транспортування по повітрю виявляється ідеальним у випадках, коли основне значення має швидкість чи, коли необхідно досягти віддалених ринків. Серед вантажів, що доставляються часто по повітрю, переважають швидкопсувні продукти (такі, як свіжа риба, квіти) і негроміздкі вироби високої вартості (такі, як прилади, ювелірні вироби). Підприємства переконуються, що використання авіаційного транспорту дозволяє знизити необхідний рівень товарних запасів зменшити кількість складів, скоротити витрати на упакування.

Тема 11. Транспортний потенціал України та його використання у міжнародних зв'язках

Проблема визначення транспортного потенціалу **України** в системі міжнародних транспортно-комунікаційних зв'язків об'єктивно виходить за межі власних інтересів **України** у зв'язку з її тяжінням до географічного центру **Європи**. Уже лише ця обставина може визначити пріоритети розвитку країни у напрямі більш тісної інтеграції з країнами **Європейського Союзу (ЄС)** та іншими міжнародними інституціями.

Треба брати до уваги і той факт, що **Україна** має спільні кордони з шістьма країнами **Європи** та **Російською Федерацією**. Все це створило для неї унікальну позицію як транстериторіальної зони. Через це територія **України** характеризується високим коефіцієнтом транзитності. За даними англійського інституту «Рендел», за коефіцієнтом транзитності (тобто розвиненістю всіх транспортних зв'язків і відповідної їм інфраструктури) **Україна** посідає **перше місце в Європі** (коефіцієнт транзитності **України** становить **3,75**, **Польщі** – **2,92**).

Крім **України**, із сусідніх країн надати свою територію для транспортного коридору можуть **Румунія, Білорусь та Російська Федерація**. Однак шанси **України** в цій конкуренції, якщо розглядати ситуацію виходячи з об'єктивних умов та передусім із наявної транспортної інфраструктури, є більш вагомими.

Рівень розвитку транспортної інфраструктури характеризує транзитні можливості країни, а їхня реалізація позитивно позначається на рентабельності ряду галузей економіки. Зокрема, простежується тенденція досягнення найвищої рентабельності саме в тих галузях, які пов'язані з зовнішньоторговельною транзитною властивістю **України**:

- на транспорті і зв'язку – **37,05%**;
- у постачанні та збуті – **22,7%**;
- заготівлі – **21,3%**.

У промисловості ж та сільському господарстві в цей період рентабельність становила близько **10 відсотків**. Все це підтверджує той факт, що для піднесення української економіки потрібно повною мірою використовувати зовнішньоторговельний транзитний потенціал.

Через територію **України** щороку проходить до **59 млн. т транзитних вантажів** (включаючи нафту, газ та аміак).

Експертна оцінка потенційних можливостей нашої країни становить **220 млн. т транзитних зовнішньоторговельних вантажів**. Фахівці вважають, що цього показника можна досягти за умови перегляду тарифної політики держави.

Новий імпульс для розвитку транзитних транспортно-розподільчих функцій **України** пов'язаний з формуванням **Чорноморського економічного співробітництва (ЧЕС)** – регіональної інтеграції, що охоплює одинадцять причорноморських та сусідніх з ними держав.

Ще одна проблема, орієнтована на транзитні можливості **України**, – альтернативні варіанти імпортування енергоносіїв. **Причорноморський регіон** розглядають як вузловий щодо можливих напрямів транспортування до **Європи** нафти з країн **Перської затоки** та країн **Прикаспійського регіону**, а також газу з **Ірану**.

Український шлях транзиту близькосхідної нафти до **Європи** має таку схему: до **Самсуна** (турецький порт на південному узбережжі **Чорного моря**) – нафтопроводом; від **Самсуна** до **Одеського нафтотерміналу** – танкерними перевезеннями (необхідно кілька одиниць середньотоннажних танкерів); від **Одеси** до міста **Броди (Львівська область)** – нафтопроводом; від **Бродів** – нафтопроводом «**Дружба**» до **Західної Європи**.

З інвестиційних проєктів у сфері транспортних послуг зовнішньоторговельних зв'язків в **Україні**, що пройшли міжнародну експертизу, слід назвати завершення будівництва нафтотерміналу порту **Південний (Одеська область)**, перша черга якого призначена для перевалки **12 млн. т** нафти на рік і коштуватиме не менше ніж **450 млн. дол. США** (кредит майже на **100 млн. дол.** від **Європейського банку реконструкції та розвитку**), а також магістрального нафтопроводу **Одеса – Броди** довжиною **660 км** для сполучення нафтотерміналу експортним нафтопроводом «**Дружба**», вартість будівництва якого становить приблизно **25-30 млн. дол.** Можливий прибуток при транспортуванні нафти за новою схемою і повному завантаженні нафтопроводів оцінюється майже в **500 млн. дол. США** щороку.

Транзитний потенціал **України** посилюють поромні переправи, дві яких – **Іллічівськ – Варна (Болгарія)** та **Крим – Кавказ** – фун-

кіюють, третя – через Дунай, між Орлівкою (Україна) та Ісакія (Румунія) – перебуває на стадії проектної розробки.

Україна пронизана потужними міжнародними транзитними експортно-імпортними вантажопотоками. Найбільший серед них вантажопотік Захід – Схід, що з'єднує країни Європи з Росією та Закавказьким регіоном. У межах України він розпочинається двома ділянками: – Любомль – Ковель – Рівне – Шепетівка – Козятин; – Мостиська – Львів – Тернопіль – Жмеринка – Козятин, через Шевченко – Знам'янку – Дніпропетровськ – Синельникове – Донецьк і виходить кількома напрямками до кордону з Росією.

Ця магістраль є найкоротшим залізничним шляхом із Центральної Європи на Північний Кавказ та Закавказзя, а з комбінованими перевезеннями (різними видами транспорту) – також і до Казахстану та Середньої Азії. Вантажопотоки за цим напрямом представлені переважно транзитними вантажопотоками (нафта та нафтопродукти, метали, хімічні продукти, бавовна), а також експортними товарами (чорні метали й продукти хімічної промисловості).

Більша частина вантажопотоків сходиться до портових комплексів України, зокрема портів: Одеса, Іллічівськ, Південний, які фіксують транспортні зовнішньоторговельні зв'язки Північ – Південь, що з'єднують Росію з іншими країнами СНД із Середземномор'ям та Світовим океаном. Магістральні залізниці, які обслуговують цей напрям, розходяться від одеського транспортного вузла двома напрямками:

- 1) через Котовськ – Жмеринку і далі на Львів та Київ;
- 2) через Котовськ – Помічну – Знам'янку в північно-східні регіони України.

До Миколаївського та Херсонського портів сходяться переважно транзитні вантажі, в яких переважають хімічні продукти, мінеральні добрива та будівельні матеріали. Подібні за обсягами вантажопотоки переробляють дунайські порти – Рені, Ізмаїл, Усть-Дунайськ, що зв'язують Дунайську систему водних шляхів із Чорноморським та Середземноморським басейном.

В Україні триває інтенсивний пошук найефективнішого використання потенціалу країни, зокрема її приморських регіонів. Територія України та її транспортні магістралі фігурують у чисельних проєктах міжнародних транспортних коридорів.

Транспортний коридор «Європа – Азія» проходить через Німе-

ччину, Австрію, Чехію, Словаччину, Угорщину, Україну, Росію, Казахстан, країни Середньої Азії та Китай. Він проектується як швидкісна залізнична магістраль з паралельними сучасними автошляхами.

Транспортний коридор «Балтика – Чорне море» з'єднує портові міста Гданськ і Одесу, проходить територіями Польщі та України і має протяжність у межах України близько 900 км залізничного та 950 км автомобільного шляхів.

Транспортний коридор (Кристський) планується прокласти через території Фінляндії, Росії, Естонії, Латвії, Литви, Білорусі, України, Молдови, Румунії, Греції. Він проходить кількома напрямками залізничних магістралей та паралельних магістральних автошляхів: – Гельсінкі – Санкт-Петербург – Москва – Брянськ – Ніжин – Київ – Жмеринка – Одеса – Ізмаїл – Рені – Бухарест – Димитровград – Александрополіс; – Гельсінкі – Санкт-Петербург – Псков – Гомель – Ніжин; – Гельсінкі – Санкт-Петербург – Таллінн – Рига – Даугавпілс – Вільнюс (з відгалуженнями до Клайпеди і Калінінграда) – Мінськ – Гомель – Ніжин – Київ; – Жмеринка – Кишинів – Рені.

На південному відрізу цієї магістралі передбачено чотири виходи до Адріатики.

Транспортний коридор «ТНТК» (Транскавказький) проходить територіями України, Грузії, Азербайджану, країн Середньої Азії. За схемами комбінованих перевезень залізничним, автомобільним та морським транспортом цей транспортний коридор з'єднує Одеський та Херсонські порти з Закавказьким, Казахстанським та Середньоазіатським регіонами. Проект передбачає відповідний розвиток Одеського та Херсонського портів.

Окремо виділяється система транспортних коридорів країн Чорноморського економічного співробітництва. Це кілька залізниць навколо Азово-Чорноморського басейну, що має радіальні відгалуження до всіх морських і дунайських портів, а також магістральні виходи: – Констанца – Бухарест; – Одеса – Жмеринка; – Батумі (Поті) – Тбілісі – Баку; – Варна – Бургас – Стара Загора – Софія; – Едірне – Александрополіс.

Вона охоплює також радіально-кільцеву систему магістральних автошляхів, мережу головних аеропортів та авіаліній, морських та річкових портів та трубопроводів.

Всього в межах схеми міжнародної транспортної мережі **України** запропоновано вісім транспортних коридорів.

У жовтні 1996 року Кабінет Міністрів України прийняв постанову «**Про створення в Україні транспортних коридорів та входження їх до міжнародної транспортної системи**».

В **Україні**, зважаючи на велику потребу в автотранспортних шляхах та магістралях, ця мережа розвинена недостатньо. Будівництво великих автомагістралей, крім значного поліпшення всіх технічних характеристик проходження вантажу та пасажиропотоків, дасть можливість створити до 1 мільйона робочих місць. Зростатиме щорічний прибуток від транзиту вантажів. Відповідно збільшуватимуться податкові надходження від експлуатації цих об'єктів інфраструктури, істотно поживається економічна активність прилеглих територій. Нарешті, значно зростуть потреби в послугах будівельної індустрії з благоустрою великих автомагістралей. Є розрахунки, за якими **40 відсотків** кошторисної вартості будівництва таких магістралей можуть забезпечити вітчизняні інвестори.

У світовому транспортуванні вантажів посилюється тенденція до поширення так званих **інтермодальних (багатовидових) перевезень**, коли доставка вантажів різними видами транспорту формується в єдиний раціонально організований ланцюг, що доставляє замовнику вантаж з мінімальними витратами за принципами «**від дверей – до дверей**» і «**точно в строк**».

Реалізація цих принципів передбачає створення системи міжнародних транспортних коридорів. Вона включає мережу інформаційно-управлінських центрів, що забезпечують раціональну і безперервну доставку вантажів. Одночасно згадані центри виконують роль гарантів чесною та ефективною конкуренції, що запалює «зелене світло» перевізникам, здатним забезпечити надійну, безпечну і порівняно дешеву доставку пасажирів та вантажів. Вони мають у своєму розпорядженні сучасні ЕОМ, банки даних, високоефективні засоби зв'язку (включаючи супутниковий), тобто все необхідне, щоб різні види транспорту – морський, залізничний, автомобільний і повітряний – працювали як єдиний транспортний конвеєр. Ці центри своєю діяльністю об'єктивно сприяють тому, щоб конкуренція на міжнародних ринках транспортних послуг не мала хаотично-руйнівного характеру, що розорує низькими тарифами перевізників і в кінцевому підсумку знижує надійність і якість послуг.

Тема 12. Транспортно-експедиторські підприємства

У більшості випадків покупці та продавці самі не в змозі провести всю необхідну роботу для підготовки свого вантажу до транспортування. У такому разі вони користуються послугами спеціалізованих підприємств. Цю роботу можна доручити **транспортно-експедиторським підприємствам (ТЕП)**. Вони надають такі послуги:

- фрахтування суден і розрахунки за фрахтом;
- розрахункові операції за зовнішньоторговими контрактами;
- телексну інформацію;
- консультації щодо розрахункових і експедиторських операцій;
- митне декларування вантажів;
- повантажувально-розвантажувальні роботи;
- зберігання вантажів;
- автоперевезення;
- оформлення товаророзпорядчої документації;
- страхування вантажів;
- сортування, перетарювання, нагромадження, комплектацію вантажних партій збірних відправлень, маркування і перемаркування вантажів.

ЛІТЕРАТУРА

- 📖 Бураковський І. Теорія міжнародної торгівлі: Підручник. – К., 1996.
- 📖 Внешнеторговые документы: контракты, соглашения, транспортные документы, финансовая отчетность. – К., 1992.
- 📖 Внешнеторговые сделки / Сост. И. Гринько. – Сумы, 1994.
- 📖 Деловой контракт с зарубежным партнером. – К., 1993.
- 📖 Дмитриев А. Правовые вопросы перевозок внешнеторговых грузов: Учебное пособие. – М., 1986.
- 📖 Завадський Й.С. Менеджмент. Том 1. – К.: Українсько-фінський інститут менеджменту і бізнесу, 2001.
- 📖 Камінський А. Вступ до міжнародних відносин: Конспект лекцій. – Львів, 1995.
- 📖 Козюк В.В. Міжнародні економічні відносини: Навчальний по-

- сібник. – К., 2000.
- 📖 *Кругман П.Р.* Международная экономика. – М., 1997.
- 📖 Международные документы по внешнеэкономической деятельности. – М., 1993.
- 📖 Нормативно-правове забезпечення зовнішньоекономічної діяльності залізничного транспорту України. – К., 1994. – Вип. 1.
- 📖 *Огородник В.Н.* Работа внешнеторговой фирмы. – М., 1991.
- 📖 *Рут Френклін.* Міжнародна торгівля і інвестування. – К., 1998.
- 📖 Службная инструкция к «Соглашению о международном железнодорожном грузовом сообщении» (действует с 1 июля 1990 г.). – М., 1992.
- 📖 *Стеченко Д.М.* Розміщення продуктивних сил і регіоналістика: Навчальний посібник. – К., 2001.
- 📖 *Сухарський В.С.* Економічний словник-довідник. – Тернопіль: «Навчальна книга – БогДан», 2001.
- 📖 *Сухарський В.С.* Словник-довідник зовнішньоекономічної діяльності. – Тернопіль: – Астон, 2006.
- 📖 *Сухарський В.С.* Управління зовнішньоекономічною діяльністю: теорія, методологія, практика. – Тернопіль: Астон, 2001.
- 📖 *Сухарський В.С., Сухарський В.В., Охота В.І.* Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: теорія, методологія, практика: Навчальний посібник. – Тернопіль: Астон, 2005.
- 📖 *Сухарський В.С.* Зовнішньоекономічна діяльність: організація, технологія, практика, управління. – Тернопіль: Астон, 2006.
- 📖 Управління зовнішньоекономічною діяльністю: Навч. посібник. за ред. Кредісова А.І. та інших. К: ВІРА. – К., 1998.
- 📖 Условия международных перевозок. – К., 1993.

РОЗДІЛ 21

ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ СПІЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

- Тема 1. Спільні підприємства в народногосподарському комплексі України.
- Тема 2. Економічна доцільність функціонування спільних підприємств.
- Тема 3. Спільне підприємство як ефективна форма залучення іноземного капіталу та фактор економічного росту.
- Тема 4. Переваги спільної підприємницької діяльності над вітчизняною практикою господарювання.
- Тема 5. Вдосконалення механізму розподілу прибутку спільного підприємства.
- Тема 6. Особливості оцінки внеску до статутного фонду СП та вдосконалення існуючої практики.

Тема 1. Спільні підприємства в народногосподарському комплексі України

Світове господарство сьогодні характеризується активізацією інтеграційних процесів. Посилення інтеграції країн ЄС безпосередньо впливає на економіку України, яка не може залишатися осторонь цих процесів. Об'єднання зусиль країн охоплює різні сфери і, зокрема, сферу виробництва. Однією з форм даного процесу є заснування і функціонування спільних підприємств. **Спільні підприємства (СП)** займають одне з провідних місць у міжнародному кооперуванні. Процес розвитку нових форм світогосподарських зв'язків показує, що дедалі більше значення набувають міжнародні форми кооперування і економічного співробітництва підприємств. Вони допомагають поглибленню інтеграції, входженню України в світове господарство.

Перші спільні підприємства були створені ще в XIX столітті. У першій половині XX століття СП поширилися у сфері обігу, а в середині століття стали типовою формою організації монополістично-

го виробництва.

В економічній та юридичній літературі немає єдиної думки щодо визначення даного типу підприємств. Поширені такі терміни, як «спільні підприємства», «змішані підприємства», «спільні компанії», «підприємства за участю іноземного капіталу». Німецькі автори використовують запозичений термін «join venture» і вітчизняний «*Gemeinschaftsunternehmen*», що близько до нашого «спільні підприємства». В англо-американському праві використовують поняття «*partnership*» (партнерство), що визначає зв'язки сторін як партнерські. У ряді південноазіатських країн спільні підприємства отримали назву командитних товариств.

У доповіді Європейської економічної комісії з питань спільного підприємництва зазначалось: СП як «підприємство, корпорація, товариство, створене двома або більше компаніями, індивідами або організаторами, принаймні одна з яких мотивована отриманням прибутку, прагне до розширення своєї діяльності за рахунок нового бізнесу на довготривалій основі. Власність розподіляється між партнерами на принципах рівного володіння без абсолютної переваги когось одного з них».

У вітчизняній економічній літературі дається таке визначення: «Спільні підприємства – об'єднання, інші організації, господарські одиниці, створені на основі вкладення капіталу двох або кількох суб'єктів світового господарства».

Але найвдалішим, на наш погляд, є наступне визначення: спільних підприємств: «Спільні підприємства – це підприємства, які передбачають об'єднання матеріальних, науково-технічних, трудових ресурсів і фінансових коштів партнерів з метою досягнення максимального прибутку».

Таким чином, спільне підприємство за участю зарубіжного партнера – це таке підприємство, об'єднання або інша організаційна одиниця, в якій беруть участь, крім національних організацій, підприємства інших держав з метою спільного виробництва, збуту продукції, проведення науково-дослідних робіт, будівництва, технологічних консультацій, сервісу, надання транспортних, фінансових, страхових послуг, реклами тощо.

Розвиток спільного підприємництва на території України розпочався під час так званої перебудови, коли в останні роки існування СРСР відбувалась дезінтеграція монолітної колісь адміністрати-

вно-командної економічної системи. Створення спільних підприємств розглядалось саме як інструмент демонтажу бюрократичного «соціалізму», протидії супротивам реформам з боку компартійної номенклатури.

Спільні підприємства є органічною частиною національного економічного комплексу країни місцезнаходження, і тому закономірним правилом є поширення на них юрисдикції такої країни. На території **України** це зумовлює підлеглість спільних підприємств законам та регулятивним актам, які приймаються її компетентними нормотворчими органами. Такими актами є базові закони, що регулюють сферу трудового законодавства, підприємства, а також спеціальні закони, які стосуються міжнародної економічної сфери **України**. Час від часу приймаються документи тимчасової дії, які мають статус програм.

Законодавство та інші нормативні джерела **України** трактують **спільне підприємство** як самостійну форму міжнародної економічної діяльності, а **утворення спільного підприємства** – як спосіб залучення іноземних інвестицій. **Спільним** може вважатися підприємство будь-якої правової форми, яке було створене відповідно до чинного законодавства країни.

Українська держава здійснює регулювання порядку створення, діяльності та ліквідації **СП** відповідно до численних законів, які стосуються проблематики інвестицій, передусім іноземних, взагалі зовнішньоекономічної діяльності, діяльності підприємств та господарських товариств. Особливістю вітчизняної нормативно-правової системи, як у цьому аспекті, так і взагалі в господарському праві, є велике значення підзаконних та відомчих актів. Серед окремих важливих аспектів, які потребують чіткої регламентації, можна виділити такі: визначення самого поняття іноземного інвестора, який є учасником **СП**, створення переліку видів та форм здійснення інвестицій до **СП**, окреслення кола прав іноземців на власність, діючі об'єкти виробництва, визначення порядку трансферту, репатріації прибутків за кордон, визначення економічного режиму діяльності **СП**, його оподаткування, можливих пільг, формування вимог щодо очікуваних результатів і наслідків діяльності **СП**, надання гарантій соціально-політичного, господарсько-правового характеру.

У регулюванні спільного підприємництва державами часто застосовуються тільки такі **преференції**, які стимулюють його розви-

ток. Це – звільнення від податків протягом перших років функціонування або отримання прибутку, використання занижених ставок оподаткування, звільнення від обкладення податками коштів, які спрямовуються на розвиток виробництва, сплату процентів за довгостроковими позиками, проведення природоохоронних заходів та ін.

Водночас є й інший підхід, який базується на **принципі рівного ставлення** до всіх суб'єктів господарської діяльності. Причому далеко не завжди діяльність СП сприяє оздоровленню конкурентного середовища в країні, реального примноження спільного продукту. Крім того, СП, як показала практика **України**, інших пострадянських держав, мають відносно більшу потенційну криміногенність.

Не дивно, що неадекватні підходи не мали вельми вагомих позитивних наслідків. Розвиток СП відбувався мляво, і про них частіше згадували як про політичне гасло, у зв'язку з яким не виправдалися сподівання, а також як про дестабілізуючий чинник та неефективний інструмент економічної політики. Спільні підприємства, які ще й користувалися пільгами, здійснювали масовий імпорт товарів некритичного значення, котрі, як правило, агресивно зміщували товари національного виробництва. Так, за даними **Державної податкової служби**, близько **90%** ввезення курячих ніжок сумнівної споживчої якості наприкінці **1990-х** років – це справа СП, які взагалі руйнують вітчизняне виробництво. А в найгірших випадках про СП кажуть як про інститут відмивання нелегальних грошей та взагалі кримінальний бізнес. Саме в цьому зв'язку значну частку пільг, які спочатку надали СП, було скасовано, що обґрунтовувалося, зокрема, **Радою національної безпеки і оборони України**. Згідно з оцінками фахівців **Ради**, щорічний обіг СП – **1,6 млрд. дол.** – не є достатнім для проведення масової підтримки СП, оскільки поки що ця форма господарювання в **Україні** характеризується мізерними інвестиціями та значними збитками для держави.

Найбільшу кількість СП було створено між **Україною** та **Росією**. Так, станом на **2000 р.** тільки на території нашої держави було зареєстровано **550** таких структур. Це становило **13%** від загальної кількості СП на території **України**. Причому саме у формі СП було опосередковано **72%** загального обсягу окремих інвестицій до **України** з **Росії**.

Прикладом створення українсько-російських СП є взаємодія українських та російських суб'єктів комерційної діяльності в рамках транснаціональних утворень – **транснаціональних фінансово-**

промислових корпорацій. У таких проектах беруть участь такі вітчизняні підприємства, як **Центральне конструкторське бюро «РИТМ» (ТФПК «Точність»)**, **Ніжинський науково-виробничий комплекс «Прогрес», Корюківська фабрика технічного паперу (ТФПК «Славянская бумага»), м'ясопереробне підприємство «Прикарпаття» (ТФПК «Росагропром»), Чернігівський м'ясокомбінат (ТФПГ «Росагропром»).**

Значно менше, ніж з РФ, створено СП з Білоруссю.

В Україні на початок 2001 року найбільша кількість спільних підприємств (понад **95%**) діяла в обробній промисловості, в тому числі **22%** – у машинобудуванні і металообробці, **12%** – у деревообробній і целюлозно-паперовій галузях. Найпопулярніші СП (з середньою кількістю штатних працівників **373**) створені у паливній промисловості, де випускається найбільше продукції у розрахунку на одного штатного працівника.

У створенні СП на території України взяли участь близько **40** країн світу. Найактивнішими є **Німеччина, Швейцарія, Австрія, Польща, Угорщина, Болгарія, Італія, США, Канада.**

Українсько-зарубіжні СП переважно орієнтуються на такі цілі:

- 1) поставку виробів іноземних фірм з наступним їх складанням;
- 2) створення виробництв на виготовлення виробів, компонентів і запасних частин для підтримки в робочому стані підприємств, які функціонують за участю іноземного капіталу;
- 3) використання виробництв, що володіють певними технологічними перевагами і перспективними напрацюваннями;
- 4) створення підприємств, що забезпечують іноземним фірмам доступ до використання науково-технічного потенціалу українських підприємств і проектно-дослідницьких організацій.

Особливістю процесу створення українських СП є їх орієнтація на виробництво товарів, якими національний та світові ринки є відносно насиченими. Можна відзначити й концентрацію лівової частини СП у столиці держави – місті **Києві**, а також у провідних промислових центрах країни.

Тема 2. Економічна доцільність функціонування спільних підприємств

Найпоширенішою та найефективнішою формою у зовнішньоекономічній діяльності є спільне підприємство, яке сприяє прискоренню промислового розвитку **країни-реципієнта**, наближенню її виробничої та соціально-економічної інфраструктури до світового рівня. Для країни-реципієнта привабливість окремих інвестицій у формі СП зумовлена тим, що імпорт прямих підприємницьких капіталів веде до збільшення виробничих потужностей і ресурсів, сприяє поширенню передової технології й управлінського досвіду, підвищенню кваліфікації трудових ресурсів, з'являються не тільки нові матеріальні та фінансові ресурси, а й мобілізуються і більш продуктивно використовуються національні ресурси. Спільні підприємства сприяють розвитку національної науково-дослідної бази; підвищують попит та ціни на національні фактори виробництва; стимулюють конкуренцію; збільшують експертні надходження у вигляді податків на діяльність міжнародних спільних підприємств. В умовах слабого контролю використання державних позик ризик переноситься на іноземних інвесторів, які самотійно розв'язують проблему самоокупності.

Навіть за рівних технологічних та економічних умов ефект спільного підприємства дає корпораціям розвинених країн можливість зменшення їх витрат у конкурентній боротьбі за рахунок спільного освоєння ринків збуту. Крім того, при імпортних обмеженнях щодо ввезення продукції іноземного виробництва створення спільних підприємств для іноземного виробника виступає прийнятним способом проникнення на ринки співзасновників. Організація спільного підприємства дозволяє використати знання партнером внутрішнього ринку своєї країни, і тим самим зменшити ризик, та отримати нову сировинну базу, мати дешеву робочу силу.

Аналіз ситуації дозволяє говорити про формування певних тенденцій, які тією чи іншою мірою характеризують розвиток спільних підприємств в **Україні** основними з яких є:

- висока динаміка створення, розширення масштабів, видів та сфер діяльності;
- переважна більшість партнерів із країн, що розвиваються;
- створення СП, як правило, на двосторонній основі;

- орієнтація міжнародних СП на виробництво товарів, якими світові ринки недостатньо насичені, традиційна їх експортна орієнтація;
- обережність іноземних партнерів у великих інвестиціях та досить велика участь малих зарубіжних структур, орієнтованих на швидку віддачу невеликих інвестицій;
- зосередження міжнародних СП у промислових центрах і регіонах України, формування центрів спільного підприємництва.

Тема 3. Спільне підприємство як ефективна форма залучення іноземного капіталу та фактор економічного росту

Залучення і використання іноземних інвестицій шляхом створення спільних підприємств є одночасно і засобом виходу держави із самоізоляції і включення її до системи міжнародного розподілу праці. Іноземні інвестори зацікавлені у творенні СП. Це зумовлюється можливістю отримати доступ до внутрішнього ринку країни. Доступнішими стають для інвесторів і ресурси країни.

Світовий досвід свідчить, що СП є найбільш ефективною формою впровадження в країні **нових технологій**. Крім цього, це сприяє покращенню постачання споживчими товарами, підвищенню якості обслуговування, продуктивності праці, економії ресурсів, збільшенню надходження іноземної валюти (таблиця 27).

Отже, найбільше інвестується коштів у СП сфери торгівлі і громадського харчування.

Процесом, вигідним для держави є технологічне інвестування СП, які виробляють продукцію. Дані таблиці свідчать, що частка підприємств, діяльність яких пов'язана з виробництвом продукції, не досягає і **30%** загальної їх кількості. Найбільше іноземних інвестицій припадає на промисловість (**65%**).

Співвідношення іноземних інвестицій, які надходять в **Україну**, та тих, що спрямовуються в інші країни, – не на користь нашої держави. Найменше іноземних коштів йде на розвиток сільського господарства, транспорту, зв'язку, житлово-комунального господарства, науки і наукового обслуговування.

Серед інших перепон для інвестицій в економіку **України** можна навести стан телекомунікаційної мережі, повільне отримання необхідних дозволів тощо.

Таблиця 27

**Структура іноземних інвестицій
у спільні підприємства за галузями (2003 рік)**

Галузі економіки	Прямі іноземні інвестиції, % до підсумку	Прямі іноземні інвестиції на одне СП, % до середнього рівня	Частка підприємств, що виробляють продукцію, %	Прямі іноземні інвестиції з України % до інвестицій в Україні	Частка прямих іноземних інвестицій у заг. капіталовкладеннях, %
Всього	100,0	100,0	28,6	1,3	4,0
Промисловість	65,5	215,6	57,4	0,6	6,7
Сільське господарство	1,5	70,3	43,2	–	1,3
Транспорт і зв'язок	4,1	101,8	8,0	20,9	1,5
Будівництво	2,4	49,5	17,7	0,2	4,2
Торгівля і громадське харчування	13,3	27,6	14,4	0,0006	23,9
Матеріально-технічне постачання	0,2	40,5	13,4	6,6	–
Виробничі види побутового обслуговування	1,2	40,3	50,0	–	6,5
Житлово-комунальне господарство	0,4	78,1	47,5	0,2	0,09
Охорона здоров'я, фізкультура та соціальне забезпечення	4,6	242,0	9,6	0,2	1,5
Наука і наукове обслуговування	0,4	19,0	30,0	0,2	–
Інші	6,4				

**Тема 4. Переваги підприємницької діяльності
спільних підприємств над вітчизняною практикою
господарювання**

В українській господарській практиці разом з терміном «спільне підприємство» вкоренився й інший – «спільні підприємства». При цьому другий термін розуміють як такий, що позначає інститут, який уособлює в собі ті структури, механізми та цілі, що вплива-

ють із першого. Разом з тим, для обох термінів у англійській мові є поняття «*joint venture*» з тим уточненням, що «наші» СП на Заході часто могли б сприйматися просто як підприємства з іноземними інвестиціями.

Адже чимало великих інвестиційних проектів, які відіграють помітну роль у процесі економічного відродження національної економіки, в нашій державі, здійснено саме у такій формі. З іншого боку, помилки та зловживання, яких було допущено під час організації спільного підприємництва, ускладнили спроби сформувати здорове конкурентне середовище, негативно позначилися на соціально-економічних процесах, експортно-імпортному балансі та транскордонному русі капіталів.

Тому проблематика функціонування спільних підприємств заслуговує на особливу увагу як у теоретичному аспекті щодо визначення природи цього явища, так і в прикладному, практичному, – у контексті міжнародного досвіду спільного підприємництва та реальних проблем із його здійснення і регулювання в нашій державі.

Спільні підприємства – це такі господарські підприємницькі структури, які утворюються різнонаціональними засновниками та характеризуються наявністю спільного майна, спільним управлінням та спільним розподілом прибутку й ризику.

У міжнародній практиці відомі чотири головні типи СП, які пов'язані з рухом інвестиційного капіталу. Ними є:

– **акціонерне товариство**;

– **товариство з обмеженою відповідальністю** – об'єднання осіб, які беруть участь у діяльності фірми, причому відповідальність кожного з учасників за зобов'язаннями цієї фірми обмежується його внесками до статутного фонду підприємства в однаковій для всіх учасників пропорції до суми внеску;

– **командитне товариство** – різновид господарської організації у сфері виробництва та торгівлі, учасники якої поділяються на таких, що беруть на себе ризик щодо діяльності підприємства усім своїм майном, та командитистів або вкладників, які відповідають за зобов'язаннями тільки внесеним ними капіталом та отримують відповідну частку прибутку;

– **холдинг**.

Оскільки СП мають корпоративну природу, то, з огляду на їх погодження, можна виділити такі організаційно-інституційні шляхи:

- купівля зарубіжним інвестором частки власності діючого підприємства, пакета його акцій;
- створення зацікавленими сторонами-засновниками нової підприємницької організації;
- виділення частини виробничих потужностей зі складу великого концерну, об'єднання, підприємства, а також кардинальна технологічна реконструкція і організаційно-структурна перебудова тих або інших господарських формувань з утворенням нової самостійної підприємницької одиниці за участю різнонаціональних капіталів.

Спільне підприємство передбачає глибоку в технологічному і в організаційному плані міжнародну співпрацю комерційних структур на всі фази виробничого циклу, яка охоплює широкий набір інструментів маркетингу: від розроблення самої концепції господарсько-виробничої діяльності, окремих номенклатурних позицій товарів, що випускаються, до практичної реалізації продукції, продажу товарів чи послуг та післяпродажного обслуговування.

Згідно з сучасним трактуванням, СП являє собою перспективну форму господарського об'єкта практично будь-яких форм підприємницьких організацій, які засновані на об'єднаному українському та інонаціональному капіталі та здійснюють промислове виробництво, науково-дослідні і дослідно-конструкторські розробки, збут, будівництво, агропромислову діяльність, консультації, інформаційне обслуговування, страхові, фінансові, рекламні та інші послуги, весь комплекс маркетингових заходів.

У СП весь ризик розподіляється між його учасниками-засновниками. У Законі України «Про зовнішньоекономічну діяльність», як і в багатьох інших нормативних актах, що приймаються в країнах, де регулюють питання спільного підприємництва. У спеціальній літературі підкреслюється така специфічна властивість СП, як розділення ризиків. Справді, досить поширеним правилом є наявність системи гарантій і компенсацій. Як правило, їх надає сторона, що приймає капітал, технології, послуги партнеру, що здійснює ту або іншу форму внеску.

Тема 5. Вдосконалення механізму розподілу прибутку спільного підприємства

Для СП характерною є наявність у різнонаціональних суб'єктів

підприємництва широкого спектра спільних господарських цілей. Разом з тим, спільність інтересів контрагентів реалізується не менше як компроміс між контрагентами угод купівлі-продажу товарів, а як подовжена в часі мотивація щодо досягнення певних результатів. У разі створення змішаних за національною ознакою товариств, структур ефект неподільності інтересів зумовлюється вже самою статутною вимогою об'єднання власності кооперантів, особливостями цієї форми усупільнення виробництва.

Умотивованість дій сторін на етапах пошуку партнера щодо майбутньої діяльності та створення СП визначається тими додатковими підприємницькими можливостями, які породжуються внаслідок концентрації капіталів та виробничих ресурсів у такий спосіб.

Для учасника СП – експортера капіталу створення такої господарської організації передбачає такі типові цілі:

- освоєння нових ринків збуту і, відповідно, збільшення прибутку через зростання продажу новим покупцям;
- краще забезпечення надійного і довготривалого доступу до джерел сировини й енергоносіїв;
- розширення дійсних виробничих потужностей;
- зниження собівартості виробництва;
- економію часу і капітальних витрат;
- забезпечення можливості господарського маневрування;
- перспективне придбання того або іншого привабливого об'єкта в повну вартість;
- використання збутової мережі партнера й відомих у світі торгових марок;
- загальне поліпшення умов ринкової роботи.

Для сторони, яка імпортує капітал через СП, важливими є такі цілі:

- отримання валютних резервів;
- підвищення ефективності господарювання внаслідок кращого забезпечення наявних, відносно надлишкових факторів виробництва (нових товарів) капіталом та технологіями;
- заощадження ресурсів та проведення розробок нових товарів;
- доступ до більш прогресивних методів менеджменту та маркетингу;
- забезпечення доступу на зовнішні ринки, але така можли-

вість є інколи обмеженою, і переоцінювати її не варто, адже капітал експортується профільною фірмою не для того, щоб поступатися своєю часткою на ринку.

Тема 6. Особливості оцінки внеску до статутного фонду СП та вдосконалення існуючої практики

Залученню іноземного капіталу і сучасних технологій, набуттю досвіду управління й маркетингу, розширенню й удосконаленню структури експорту, зростанню валютних надходжень сприяє створення спільних підприємств.

Основними джерелами фінансування СП є:

- 1) грошові внески у статутний фонд;
- 2) амортизаційні відрахування;
- 3) резервний фонд спільних підприємств;
- 4) інші фонди СП;
- 5) кредити.

Статутний фонд за вартістю – це основний і оборотний капітал.

Грошові вклади в статутний фонд можна вносити у вигляді вартості будівель, споруд, устаткування, а також інших матеріальних цінностей, прав користування землею, водою та іншими природними ресурсами, а також у вигляді інших майнових прав (у тому числі на використання винаходів, «ноу-хау» тощо), безпосередньо коштів учасників СП у гривнях та у валюті.

За домовленістю між учасниками СП їхні вклади в статутний фонд можуть оцінюватися як у національній, так і в іноземній валюті. Вклад, наприклад, українського учасника в статутний фонд СП оцінюється в гривнях за договірними цінами, з урахуванням цін світового ринку. У разі оцінювання вкладів в іноземній валюті перерахунок здійснюють за офіційним валютним курсом. Вклад іноземного учасника оцінюють в інвалюту, з перерахунком вартості внеску в гривнях за офіційним курсом.

Вирішуючи питання фінансування, треба звертати увагу на відмінність статутного фонду від сумарної вартості виробничих фондів СП. Капіталовкладення у виробничі фонди підприємства можуть, як показує практика, значно перевищувати статутний капітал. Якщо ця різниця фінансується кредитом і сума повертається банку впродовж ряду років, фактична частка капіталу національної сторони в цей

період може бути значно вищою, ніж частка в статутному капіталі. Прибуток розподіляється пропорційно частці тільки у капіталі.

Прибуток – найбільш узагальнюючий показник ефективності господарської діяльності СП, який формується під дією різноманітних факторів.

Сума прибутку являє собою реальне джерело формування госпрозрахункових факторів СП. З балансового прибутку здійснюється відрахування в резервний фонд. Розміри щорічних відрахувань у цей фонд, як правило, визначаються в статуті або договорі про створення СП.




Крім **резервного фонду**, здійснюються відрахування у фонди **розвитку виробництва, науки й техніки**. Таких фондів може бути кілька. Розмір відрахувань у ці фонди не регулюється нормативними документами й визначається за погодженням між **партнерами СП**. Проте існує обмеження відрахувань у резервний фонд. Відрахування не повинні перевищувати **25%** статутного фонду. Витрачаються названі фонди тільки за цільовим призначенням.

Після відрахувань у ці фонди залишається частина прибутку для нарахування податку. Середній розмір податку для СП – **30%**. При цьому, незалежно від походження такого прибутку, у валюті чи в гривнях, податок платиться тільки у гривнях.

Залишена сума прибутку є джерелом утворення фонду матеріального заохочення й соціального розвитку колективу. Розмір його не регламентується.

Залишена після утворення всіх фондів СП і сплати податків сума розподіляється між засновниками СП відповідно з їхніми внесками у статутний фонд. Якщо в прибутку є гривнева й валютна частини, то кожна з них розподіляється так само, як і весь прибуток. Ці суми відповідно переводяться на національні і валютні рахунки. Якщо весь прибуток отримано у валюті, то весь або частину його можна перевести за кордон іноземному партнеру.

ЛІТЕРАТУРА

-  Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: Підручник для вузів / За ред. *І.В. Багрової*. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 580 с.
-  *Кириченко О.А.* Менеджмент ЗЕД: Навч. посібник. – 3-тє вид., перероб. і доп. – К.: Знання-Прес, 2002. – 384 с.
-  *Новицький В.Є.* Міжнародна економічна діяльність України. –

К.: КНЕУ, 2003. – 948 с.

- 📖 Рум'янцев А.П., Рум'янцева Н.С. Зовнішньоекономічна діяльність. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 377 с.
- 📖 Сухарський В.С. Економічний словник-довідник. – Тернопіль: Навчальна книга – БогДан, 2001.
- 📖 Сухарський В.С. Словник-довідник зовнішньоекономічної діяльності. Тернопіль: – Астон, 2007.
- 📖 Сухарський В.С. Управління зовнішньоекономічною діяльністю: теорія, методологія, практика. – Тернопіль: Астон, 2001.
- 📖 Сухарський В.С., Сухарський В.В., Охота В.І. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: теорія, методологія, практика: Навчальний посібник. – Тернопіль: Астон, 2005.
- 📖 Сухарський В.С. Зовнішньоекономічна діяльність: організація, технологія, практика, управління. – Тернопіль: Астон, 2006.

РОЗДІЛ 22

ІНОЗЕМНІ ІНВЕСТИЦІЇ ТА ЇХ РОЛЬ У ЗОВНІШНЬО-ЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНИ

- Тема 1.** Поняття та загальна характеристика інвестицій.
- Тема 2.** Специфіка і проблеми залучення іноземних інвестицій в економіку України.
- Тема 3.** Іноземні інвестиції в сучасних умовах та фінансові аспекти їх формування.
- Тема 4.** Пріоритетні напрямки залучення іноземних інвестицій для економіки України.
- Тема 5.** Переваги іноземного інвестування над іншими формами залучення іноземного капіталу.
- Тема 6.** Інвестиційна напруженість української економіки.

Тема 1. Поняття та загальна характеристика інвестицій

Термін «**інвестиції**» має декілька значень. Він означає покупку акцій або облігацій з розрахунком на деякі фінансові результати. У широкому розумінні інвестиції забезпечують механізм, необхідний для фінансування росту та розвитку економіки країни. **Інвестиції** – це будь-який інструмент, в який можна вкласти гроші, з розрахунком на збільшення їх вартості, або забезпечити прибуток. Не залучені грошові кошти не є інвестицією, так як цінність готівкових грошей може бути «з’їдена інфляцією», і тоді вони не можуть забезпечити ніякого доходу. Якщо ту ж суму помістити на ощадний рахунок до банку, то їх можна назвати інвестицією, так як рахунок гарантує деякий дохід. Існують різні форми вкладення капіталу, які розрізняються за рядом факторів: у цінні папери та нерухомість, у боргові зобов’язання, акції та опціони, з меншим та більшим ризиком, на короточасний та довгочасний строк.

Для того, щоб мати уявлення про інвестиції, звернемося до основних понять, розглянемо структуру інвестиційного процесу, його учасників, типи інвесторів, а також інвестування.

Цінні папери або фондові цінності – це інструменти вкла-

дення грошей, які представляють собою боргові зобов'язання або забезпечують право участі в компанії в якості власника, право покупки або продажу частки компанії. **Майнові вкладення** – це вкладення в реальні активи компанії або реальне власне майно. **Реальні активи** – це земля, будівлі та все те, що розміщене на землі. **Реальне власне майно** – це золото, антикваріат, мистецькі твори та інші колекційні предмети.

Розрізняють **прямі та непрямі інвестиції**. **Прямі інвестиції** – це форма вкладень, яка дає інвестору безпосереднє право власності на цінні папери та майно. Прямими інвестиціями називають вкладення капіталу, при якому інвестор придбав право управління активами у вигляді фондових або майнових цінностей.

Непрямі інвестиції – це вкладення ресурсів до портфеля, інакше кажучи, набір цінних паперів. Наприклад, інвестор може придбати акцію взаємного фонду, який представляє собою диверсифікований набір цінних паперів, що випускаються іншими підприємствами. Зробивши цю покупку, інвестор не буде мати право управління активами окремо взятої компанії, але буде мати частку у портфелі.

Як правило, інвестиції пов'язані або з інтересами кредитора, або з капіталом в якості власника. Боргові цінні папери як вкладення в нематеріальний актив представляють собою ресурси, видані в борг з обміном на право отримання прибутку у вигляді відсотків та зобов'язань боржника повернути суму вчасно. Звичайно, інвестор придбає право участі в капіталі компанії, купуючи цінні папери. **Опціони** не відносяться ні до боргових інструментів, ні до дольових. **Опціони** – це цінні папери, які дають інвесторам право придбати інший цінний папір або актив за заздалегідь установленою вартістю при закінченні домовленого строку.

Інвестиції розрізняють також за ступенями ризику: високоризикові та малоризикові інвестиції. **Інвестиції з низьким рівнем ризику** – це вкладення, які вважаються безпечним засобом для отримання прибутку. **Інвестиції з високим рівнем ризику** – це вкладення, які вважаються спекулятивними з точки зору гарантії отримання прибутку. **Спекуляція** – це операція придбання та продажу фінансових інструментів, вартість та прибутковість яких у майбутньому будуть невизначеними величинами.

З точки зору терміну дії інвестиції поділяють на **довго- та короткострокові**. Термін дії короткострокових інвестицій зазвичай ста-

новить один рік; довгострокові інвестиції розраховані на термін більше року або, як наприклад, звичайні акції, зовсім не обмежуються терміном. Прикладом короткострокового вкладення є **депозитний сертифікат** з терміном шість місяців, а облігації з терміном погашення 20 років – інструмент довгострокового вкладення.

У цілому, **інвестиційний процес** – це механізм, що об'єднує попит та пропозицію, тобто тих, хто пропонує гроші, і тих, хто пред'являє попит на інвестицію. Звичайно, обидві сторони зустрічаються у фінансових інститутах або на фінансовому ринку. Іноді, при угоді з майновими цінностями, продавці та покупці вступають в угоду напряму. **Фінансові інститути** – це такі організації, які приймають вкладення та дають залучені гроші в борг або інвестують в інших формах. **Фінансові ринки** – це механізм, який служить для укладання угод, зводить разом тих, хто має гроші, з тими, хто їх шукає. **Ринкова ціна** – це ціна, яка зрівнює інтереси продавців та покупців. **Ринок капіталів** – це довгостроковий фінансовий ринок, на якому переважають різні форми угод з цінними паперами. **Грошовий ринок** – це сегмент фінансового ринку, де ресурси купують та продають на короткій термін.

Головні учасники інвестиційного процесу – це держава, компанії та фізичні особи, причому кожний з них може брати участь в інвестиційному процесі як на стороні попиту, так і на стороні пропозиції.

У цілому, **держава** – це чистий споживач грошових ресурсів, це означає, що держава більше використовує ресурси, ніж дає. Подібно державі, компанії, в цілому, є чистими покупцями грошових ресурсів. **Фізичні особи** – це чисті постачальники грошей, інакше кажучи, вони дають інвестиційному процесу більше, ніж беруть. Оскільки держава та компанії є чистими покупцями грошових ресурсів, роль індивідуальних інвесторів у наданні грошей для фінансування економічного росту та розвитку велика.

Є два типи інвесторів: інституціональні та індивідуальні. **Інституціональні** – це спеціалісти, робота яких полягає в управлінні чужими грошима. **Індивідуальні** – це інвестори, які розпоряджаються своїми власними ресурсами. **Інвестування** – це процес розміщення грошей у тих чи інших фінансових інструментах з розрахунком на підвищення їх вартості, або **отримання прибутку**.

Тема 2. Специфіка і проблеми залучення іноземних інвестицій в економіку України

Питання залучення інвестицій стало останнім часом актуальним для економіки України. Держава не в змозі забезпечити зараз надходження обсягу коштів, необхідного для зростання валового внутрішнього продукту. Інвестиційний потенціал вітчизняного приватного сектора ще дуже низький для здійснення великих інвестиційних проєктів. Це стосується як українських банків, так і інших фінансових організацій. На сьогодні більшість з них згодна фінансувати короткострокові проєкти, вартість яких відносно низька. Реально ж більшість українських підприємств потребують докорінної реконструкції та переобладнання. Вартість таких інвестиційних проєктів сягатиме десятків і сотень мільйонів доларів.

Багато наших керівників стверджують, що розвиток їх підприємств стримує лише нестача обігових коштів. Проте, така нестача, в більшості випадків, є результатом погано організованого виробничого процесу та недосконалої системи реалізації. Це свідчить про нездатність директорського корпусу управляти власним виробництвом. Мистецтво керівництва в нових умовах не може виникати само собою. Потрібний досить довгий період навчання, отримання наука управлінської діяльності. Такі знання можна отримати, співпрацюючи з установами, які мають багатий досвід роботи на ринку.

Інвестиційний процес залежить від стабільності в багатьох вимірах: **стабільності політичної, стабільності законодавства, стабільності економічної, стабільності інвестиційної політики держави.**

Процес політичної трансформації суспільства знайшов свій логічний розвиток у прийнятті нової Конституції **України**, яка законодавчо закріпила нові орієнтири розвитку **України**. Прийнято низку законів, які регламентують основні аспекти суспільного життя. Було введено національну валюту **України** – гривню. Певні кроки зроблені урядом у напрямі приборкання інфляції, лібералізації цін, впровадження режиму вільної торгівлі. Прийнято Закон **України** «**Про режим іноземного інвестування**», яким чітко визначаються гарантії держави, порядок здійснення та реєстрації інвестицій. Створено систему незалежних реєстраторів, яка забезпечить впевненість інве-

стора у цивілізованих підходах до реєстрації прав власності. Розпочато формування інфраструктури обслуговування інвесторів.

Проте, сьогодні ще остаточно не вирішено, якою буде податкова політика держави, на що можуть розраховувати інвестори, які бажають увійти до українського ринку. Вони повинні мати впевненість, що нові підходи не погіршать економічного стану об'єкта їх інвестицій. Тому зараз важливо надати їм відповідні гарантії. Не обов'язково нові закони ввести в дію вже сьогодні, проте **ключові позиції** вже повинні бути офіційно задекларовані. Потрібно зауважити, що процес вкладання інвестицій повинен мати певний пільговий режим. Непоодинокі випадки, коли грошові кошти, які перераховуються інвесторами на розвиток підприємств, оподатковуються за звичайною ставкою податку на прибуток. Гроші, які надходять за цільовим призначенням, не повинні розглядатися як «дар», ці гроші націлені на розвиток української економіки в цілому. Відомо, що кожна грошова одиниця інвестицій може збільшувати національний продукт на декілька.

Іноземні інвестори відчувають деяку невпевненість і з причин постійних змін підходу держави до процесу залучення інвестицій. Прийняття **Верховною Радою України** рішення щодо скасування пільг для спільних підприємств, які могли користуватися ними щонайменше декілька років, такої впевненості не дало. Зрозуміло, що бажано залучити до державного бюджету України додаткові кошти від оподаткування таких підприємств, що такі пільги ставлять у дещо нерівні умови хазяйнування іноземних і вітчизняних підприємців. Проте, про це потрібно розмірковувати під час створення законодавчих актів, а не після їх введення в дію. Підприємства, які прийняли рішення про інвестування в **Україну**, базуючись на розрахунках, які були зроблені на основі діючого законодавства, сподіваються, що вже нічого не буде заважати розвитку їх бізнесу. До того ж вони отримали і державні гарантії. Прийняття законів, які суттєво погіршують стан інвесторів, підтверджує сумну репутацію **України** як країни з одним з найвищих рівнів ризику для інвесторів.

Тому доведеться докласти ще багато зусиль для кардинальної зміни ситуації на краще.

Тема 3. Іноземні інвестиції в сучасних умовах та фінансові аспекти їх формування

У сучасних умовах процес міжнародного руху капіталу, який здійснюється у грошовій, товарній, науково-технічній, інтелектуальній та інших формах, несе в собі досягнення у галузі техніки і технологій та сприяє реструктуризації економіки на високому рівні. Крім того, іноземні інвестиції дають можливість запроваджувати зарубіжний досвід менеджменту, що є важливим фактором розвитку і становлення нових форм і методів управління.

В умовах обмеженості ресурсів та інвестиційної кризи в **Україні** немає необхідних внутрішніх фінансових ресурсів для розв'язання як економічних, так і соціальних проблем. За деякими підрахунками, **Україна** потребує близько 40 млрд. доларів іноземних інвестицій. Іноземних інвестицій потребують майже всі галузі економіки, зокрема в промисловості: металургія – 7 млрд. доларів, хімія та нафтохімія – 3,3 млрд., машинобудування – 5,1 млрд.; транспорт – 3,7 млрд.

Звичайно, зарубіжні інвестиції – не самоціль, національна економіка аж ніяк не може орієнтуватися лише на зарубіжні джерела інвестування. Вони не можуть відігравати ролі головного важеля економічного зростання. Проте, за умовами їх обґрунтованого й раціонального використання навіть незначні надходження сприятимуть поживавленню виробництва, підвищенню його ефективності.

В умовах обмеженості ресурсів іноземний капітал у формі кредитів, прямих і портфельних інвестицій є одним із джерел фінансування, яке дає можливість покривати тимчасові потреби вітчизняного виробника у фінансах. Найвигідніший спосіб фінансування, на нашу думку, – це фінансування за допомогою **прямих іноземних інвестицій**, оскільки у такому разі держава не повинна здійснювати платежів на обслуговування боргів, тобто пряме іноземне інвестування не призводить до збільшення зовнішньої заборгованості.

Особливо актуальне інвестування **базових галузей**, які не можуть розвиватися через нестачу власних коштів, але є пріоритетні у структурі національної економіки. До таких галузей належить ракетно-космічна, літакобудівна, суднобудівна, інформаційна, біотехнологічна та АПК.

За період 1997-2003 років обсяги іноземних інвестицій в економіку **України** були дуже незначними. Аналіз обсягів і напрямків використання іноземних інвестицій свідчить, що вони незначні за розмірами (таблиця 28).

Таблиця 28

**Показники надходжень інвестицій в економіку України
за 1997-2003 роки***

Показники	1997	2000	2003
Прямі іноземні інвестиції (ПІІ), млн. дол. на кінець періоду	2053,8	3822,4	6224,2
Приріст прямих іноземних інвестицій, млн. дол. до попереднього року	541,3	541,0	1131,0

Світовий досвід переконує, що для макроекономічної стабілізації країн з перехідною економікою та їх інтеграції у світову економіку необхідні темпи зростання ВВП не менш як 5-6% на рік. У свою чергу, для досягнення цієї мети необхідні інвестиції в економіку на рівні 10-12%, а то й 19-25 відсотків від розмірів ВВП. У нас цей показник значно нижчий.

В **Україні** ВВП зростає повільно, відповідно повільно зростають й іноземні інвестиції.

Рівень привабливості економіки **України** для іноземних інвесторів досить низький і для різних галузей різний. Передусім іноземних інвесторів цікавлять підприємства, які за короткий час можуть забезпечити повернення вкладеного капіталу з отриманням найбільшого прибутку. З огляду на це найперспективнішими в українській економіці для них є металургійна, хімічна, харчова (особливо переробка сільськогосподарської продукції) галузі, а також транспортування вантажів територією України (таблиця 29).

* Дані Держстату України.

Таблиця 29

**Пріоритетні іноземні інвестиції в Україні
за видами економічної діяльності у 2003 р.**

	Капітал на кінець року, млн. дол. США	Частка у загальному обсязі інвестицій, відсотків
1	2	3
Всього	6657,6	100,0
Сільське господарство, мисливство та лісове господарство	185,7	2,8
сільське господарство, мисливство та пов'язані з ними послуги	179,4	2,7
лісове господарство та пов'язані з ним послуги	6,3	0,1
Рибне господарство	0,4	0,0
Промисловість	3314,6	49,8
добувна промисловість	214,0	3,2
обробна промисловість	3018,3	45,4
харчова промисловість та перероблення сільськогосподарських продуктів	988,3	14,8
легка промисловість (текстильна промисловість, пошиття одягу, виробництво шкіри та шкіряного взуття)	100,6	1,5
виробництво деревини та виробів з деревини	99,4	1,5
целюлозно-паперова промисловість; видавнича справа	131,3	2,0
виробництво коксу та продуктів нафтопереробки	186,6	2,8
хімічна та нафтохімічна промисловість (хімічне виробництво, виробництво гумових і пластмасових виробів)	319,3	4,8
виробництво інших неметалевих мінеральних виробів	143,3	2,2
металургія та оброблення металу	338,0	5,1
машинобудування (виробництво машин, електричного, транспортного та електронного устаткування)	597,3	9,0

Продовження таблиці 29

1	2	3
інше виробництво, не віднесене до інших угрупувань	114,2	1,7
виробництво та розподіл електроенергії, газу та води	82,3	1,2
Будівництво	195,6	2,9
Оптова й роздрібна торгівля; торгівля транспортними засобами; послуги з ремонту	1175,1	17,7
торгівля транспортними засобами та їх ремонт	104,4	1,6
оптова торгівля та посередництво в торгівлі	996,3	15,0
роздрібна торгівля побутовими товарами та їх ремонт	74,4	1,1
Готелі та ресторани	183,2	2,8
Транспорт і зв'язок	524,8	7,9
наземний транспорт	168,4	2,5
водний транспорт	10,4	0,1
авіаційний транспорт	17,1	0,3
допоміжні транспортні послуги	190,7	2,9
пошта та зв'язок	138,2	2,1
Фінансова діяльність	490,9	7,4
Операції з нерухомістю, здавання під найм та послуги юридичним особам	347,9	5,2
Державне управління	–	–
Освіта	3,4	0,0
Охорона здоров'я та соціальна допомога	128,9	1,9
Колективні, громадські та особисті послуги	107,1	1,6

За обсягом реально залучених іноземних інвестицій не всі регіони України перебувають в однаковому становищі (таблиця 30).

Таблиця 30

**Прямі іноземні інвестиції в регіони України у 2003 р.
(в млн. дол. США)**

	На початок року		На кінець року	
	всього	у тому числі у спільні підприємства	всього	у тому числі у спільні підприємства
Україна	5471,8	2594,8	6657,6	3165,5
Автономна Респуб- ліка Крим	194,8	188,3	224,2	218,5
області				
Вінницька	47,8	26,0	64,9	32,2
Волинська	53,6	16,4	86,8	18,0
Дніпропетровська	428,2	261,0	598,4	408,5
Донецька	389,3	87,8	434,2	90,2
Житомирська	58,2	30,3	77,4	38,3
Закарпатська	127,7	89,8	181,6	127,3
Запорізька	366,7	365,4	442,0	438,3
Івано-Франківська	69,9	62,9	96,0	79,7
Київська	423,1	131,9	473,7	167,1
Кіровоградська	38,0	37,7	58,5	58,0
Луганська	51,6	15,8	58,2	15,5
Львівська	220,1	81,3	304,9	86,7
Миколаївська	64,3	2,2	75,2	2,2
Одеська	291,2	248,7	361,7	319,3
Полтавська	152,7	139,6	176,2	160,0
Рівненська	51,1	39,0	54,1	38,6
Сумська	128,3	34,9	141,0	34,8
Тернопільська	26,9	15,2	28,7	16,3
Харківська	164,6	101,7	267,9	129,4
Херсонська	55,2	48,8	64,4	57,9
Хмельницька	28,5	17,7	46,5	27,8
Черкаська	83,3	78,4	97,1	89,9
Чернівецька	16,6	15,0	20,7	18,7
Чернігівська	61,3	53,6	76,0	58,0
м. Київ	1863,3	403,4	2123,4	432,3
м. Севастополь	15,5	2,0	23,9	2,0

Тема 4. Пріоритетні напрямки залучення іноземних інвестицій для економіки України

Малосприятливий інвестиційний клімат в Україні – головна причина відсутності стратегічних іноземних інвестицій. Він зумовлює вичікувальну позицію стратегічних інтересів, особливо у плані залучення **середнього і великого капіталу**. Більше того, спостерігається невпевненість у моральному співробітництві з боку інвесторів, що вже вклали свої кошти в економіку України.

Іноземні інвестиції використовуються **нерационально**. Проведений аналіз свідчить, що прямі інвестиції вкладалися переважно в **непріоритетні** галузі економіки. Крім цього, інвестиції в Україну надходили і надходять переважно у формі **цінних паперів обміну акцій, проведення позик та кредитів у акції, у формі рухомого і нерухомого майна, нематеріальних активів** (набуття юридичних прав, ноу-хау тощо), промислової та харчової продукції. Тобто, в Україні в основному формуються **портфельні інвестиції**, в результаті чого інвестори претендують тільки на чисті доходи від акцій чи облігацій. Такі інвестиції непривабливі й неефективні, адже з їх допомогою часто йде фактично **розкрадання і розпродаж** державної власності. На розв'язання проблем розвитку пріоритетних галузей національної економіки повинні бути спрямовані інвестиції, а не їх проїдання, що має місце в Україні.

За умов, що склалися, очікувати великого припливу іноземних капіталів у країну не слід, адже інвестиційний клімат залишається досить несприятливим. За оцінками міжнародних фінансових організацій, Україна впродовж усього періоду реформ знаходилася між **146-м та 152-м** місцями у світовому рейтингу привабливості.

Загальновідомо, що є дві важливі умови для інтенсивного надходження інвестицій: **прибуток і захищеність вкладень**. В Україні проблематично досягти таких факторів. Зокрема, основними негативними ознаками інвестиційного клімату в економіці України на даний момент є такі.

1. Політична нестабільність, непріоритетні напрямки розвитку економічної політики, нестабільна законодавча база з питань іноземного інвестування.

2. Великий зовнішній борг та дефіцит бюджету.

3. Недостатній стан реформування економіки.

4. Недостатній рівень розвитку інфраструктурного ринку (погано розвинутий фондовий ринок, несформоване динамічне інформаційне середовище, незадовільний стан розвитку виробничої інфраструктури: доріг, транспорту, підприємств обслуговування, постачання та збуту тощо).

5. Високі інфляційні процеси.

6. Виникнення та поглиблення кризи платежів (зростання кредиторська і дебіторська заборгованість, що свідчить про негативні тенденції у фінансовій системі **України** і необхідність змін у ній).

7. Низька платоспроможна здатність населення.

8. Малооб'ємні внутрішні інвестиції.

Однією з негативних причин для зовнішніх інвесторів є скорочення **внутрішніх капіталовкладень**. Відомо, що в країну із низьким рівнем внутрішнього інвестування не вкладатиме коштів і іноземний інвестор.

Стримуючими факторами розширення прямого інвестування економіки **України** є брак дійової системи **стимулювання**, іноземних інвестицій, відсутність ефективного **митного регулювання**, недостатня поінформованість іноземних підприємців про **Україну** і її інвестиційний потенціал, небажання більшості українських бізнесменів до співпраці з іноземними партнерами, недотримання договірних зобов'язань щодо своєчасності взаєморозрахунків.

Національна інвестиційна політика у сфері іноземного інвестування передбачає акценти на виділення пріоритетних галузей та видів виробництва для іноземного інвестування. В **Україні** до них можна віднести, зокрема, такі: 1) **високотехнологічні наукомісткі галузі**: літако- та машинобудування, порошкову металургію, надтверді матеріали, кераміку, електрозварювальне виробництво; енергозберігальні технології; нафтогазовий комплекс; агропромисловий комплекс; патентно-ліцензійну торгівлю; ноу-хау, інжиніринг, сферу послуг, особливо туризм; 2) **добувні й металургійні галузі**: вугільну й урановидобувну промисловості, кольорову металургію; 3) **виробництво товарів** народного споживання; 4) **конверсію**; 5) **незавершене будівництво**; 6) **малий бізнес**; 7) **інфраструктуру**, оскільки вигідне географічне положення, транзитні перевезення і транспортування сировини наявними нафто- та газопроводами становлять значне джерело валютних надходжень.

З даних таблиці 31 видно обсяги прямих іноземних інвестицій в Україну з окремих країн світу та їх динаміку .

Таблиця 31

Прямі інвестиції в Україну по країнах

	1995	2000	2001	2002	2003	2004
Всього	483,5	3281,8	3875,0	4555,3	5471,8	6657,6
Сполучені Штати Америки	96,6	589,5	639,5	777,5	890,6	1074,8
Кіпр	28,5	211,2	377,7	493,0	672,1	779,2
Сполучене Королівство	33,8	246,1	312,0	414,2	534,0	686,1
Нідерланди	11,8	302,9	362,2	374,1	396,3	463,9
Німеччина	101,3	228,5	240,9	250,5	317,7	441,4
Віргінські Острови, Британські	0,8	156,6	192,8	275,2	346,1	381,0
Російська Федерація	19,1	287,9	286,6	315,5	323,2	377,6
Швейцарія	21,3	133,0	163,3	224,0	272,2	319,5
Австрія	8,2	87,9	124,5	144,4	214,3	252,1
Корея, Республіка	—	171,2	170,4	170,4	172,1	172,9
Польща	13,1	54,5	62,8	69,3	98,1	153,3
Угорщина	13,7	45,0	51,9	58,3	79,8	127,6
Швеція	3,6	64,8	77,1	89,2	90,4	116,7
Італія	14,6	69,9	72,2	81,1	86,5	95,1
Ліхтенштейн	1,7	84,1	75,3	45,7	72,3	87,1
Канада	14,8	57,8	57,5	52,5	62,5	80,1
Ірландія	14,2	56,2	90,5	74,2	77,9	79,1
Інші країни	86,4	434,7	517,8	646,2	765,7	970,1

Тема 5. Переваги іноземного інвестування над іншими формами залучення іноземного капіталу

На сучасному етапі найактуальнішими для України є проблеми масштабів (обсягів) ресурсів, концентрації та структури інвестиційної діяльності. Концентруючи іноземні інвестиційні кошти на найважливіших галузях і виробництвах, реально домогтися позитивних зрушень і закласти основу для формування позитивних довгострокових тенденцій розвитку національної економіки. На нашу думку, напрямки реформування державної інвестиційної політики повинні охоплювати аспекти, основними з яких, крім вже зазначених, є такі:

1) створення привабливого інвестиційного клімату для іноземних і вітчизняних інвесторів (включаючи удосконалення інвестиційної інфраструктури, а також банківського й фінансового менеджменту);

2) орієнтація на середньо- та довгострокові капіталовкладення в національну економіку;

3) переорієнтація зовнішньоекономічної стратегії;

4) легалізація тіньової економіки й залучення приватних заощаджень населення;

5) реформування системи оподаткування та деякі інші аспекти.

Багато хто з конкурентів **України** на світовому ринку капіталу приділяє велику увагу лібералізації внутрішніх інвестиційних процесів, тим самим залучаючи підприємницькі капіталовкладення.

З точки зору країн-отримувачів, переваги прямих іноземних інвестицій очевидні. **По-перше**, вони компенсують дефіцит внутрішніх заощаджень, що виникає в умовах інвестиційного голоду протягом перехідного періоду. **По-друге**, з ними приходять новий науково-технічний, управлінський та виробничий досвід, що допомагає країнам з перехідною економікою швидше пройти етап перетворень та підняти продуктивність виробництва, якість продукції, конкурентоспроможність на міжнародному ринку і прискорити економічний ріст. **Нарешті**, присутність іноземних інвесторів у країні – це очевидна ознака успіхів у трансформації економіки.

Існує багато прикладів успішних стратегій економічного розвитку, складовою частиною яких були прямі іноземні інвестиції. Так, помітних успіхів вдалося досягти багатьом **азіатським** країнам, економіка яких орієнтувалася на **експорт** і залучення прямих іноземних інвестицій. Поява цілих галузей виробництва, конкурентоспроможних на міжнародному ринку, пояснюється освоєнням нових технологій, що супроводжували притік іноземних інвестицій, і вже у другу чергу – діяльністю дочірніх підприємств транснаціональних корпорацій, котрі сприяли розвитку експорту продукції виробництва.

Ключовим моментом активізації іноземного інвестування в економіку **України** залишається питання формування елементів сприятливого інвестиційного клімату. Завдяки проведеним економічним реформам вже можна спостерігати окремі позитивні зрушення у цьому напрямку: досягнуто певної лібералізації режиму зовнішньої торгівлі, приборкано інфляційні процеси, відповідно до вимог МВФ

вводиться часткова конвертація національної валюти, проводиться робота щодо вдосконалення існуючого інвестиційного законодавства.

Важливим елементом формування інвестиційного клімату в **Україні є активізація співпраці з міжнародними економічними інституціями**, вплив яких на фінансові потоки в системі світового господарства значний. На сьогодні основними організаціями, з якими співпрацює **Україна**, є **МВФ, Світовий банк (МБРР) та Європейський банк реконструкції та розвитку (ЄБРР)**.

Досвід найбільших реципієнтів свідчить, що активізація іноземного інвестування – це наслідок поживавлення економічного життя країни та появи позитивних тенденцій у відродженні виробництва, але ніяк не його причина. Іншими словами, досягнення в країні певної макроекономічної стабільності та зростання виробництва стануть передумовою виходу економіки **України** з кризи.

Тема 6. Інвестиційна напруженість української економіки

Для залучення іноземних інвестицій необхідно насамперед розв'язати проблеми макроекономічного регулювання інвестиційної діяльності, а саме:

- суворо дотримуватися визначених пріоритетів у розвитку національної економіки;
- мати розгорнуті плани напрямків і механізму публічного контролю за їх виконанням. Створити економічні та правові основи до збільшення необхідних обсягів іноземних інвестицій, орієнтуючись при цьому на формування не лише портфельних, а й прямих інвестицій, які є реальними капіталовкладеннями в підприємства, галузі, землю чи новітні технології;
- впровадити персональну відповідальність високих урядовців за терміни і напрямки використання іноземних інвестицій, а також широке інформування про це громадськості;
- вирішити питання про надання підприємствам з іноземними інвестиціями, які мають статус юридичної особи **України**, права власності на земельну ділянку, на якій розміщуються об'єкти інвестування;
- спростити процедуру участі іноземних інвесторів у процесі














- приватизації;
- зменшити податковий тягар як власних, так і іноземних інвесторів;
 - не визнавати капітальним доходом та не оподатковувати збільшення балансової вартості основних засобів, що її отримано від застосування коефіцієнта індексації;
 - активізувати кредитну політику, розвивати практику надання гарантій під іноземні кредити не лише урядом чи Національним банком України, а й комерційними банками;
 - удосконалити митну політику в напрямку захисту власних товаровиробників як на внутрішньому, так і на зовнішніх ринках;
 - мати достовірну, неупереджену та всебічну інформацію про пріоритети у розвитку національної економіки, діяльність уряду.

Інвестиційні проекти із залученням іноземних інвесторів, щодо яких останні претендують на одержання додаткових митних, кредитних пільг та страхових гарантій, мають належати до пріоритетних сфер і відповідати таким критеріям:

- сприяти створенню нових робочих місць на підприємствах, у які здійснюються інвестиції;
- супроводжуватися впровадженням сучасних ресурсозберігальних та екологічно безпечних видів технологій;
- бути орієнтованими на найраціональніше використання сировинної бази України і сприяти зниженню імпортозалежності;
- продукція підприємства з іноземними інвестиціями має бути конкурентоспроможною на міжнародних ринках.

Послідовна макроекономічна політика, ефективна правова система країни, а також забезпечення високого рівня інформованості населення країни – необхідні передумови залучення прямих інвестицій і гарантія того, що ці інвестиції дадуть користь економіці країни.

ЛІТЕРАТУРА

-  Економіст. – №12. – Грудень. – 2001.
-  Рейтинг інвестиційної привабливості регіонів. – Київ, 2001.
-  Сухарський В.С. Економічний словник-довідник. – Тернопіль: Навчальна книга – Богдан, 2002.
-  Сухарський В.С. Словник-довідник зовнішньоекономічної діяльності. – Тернопіль: Астон, 2006.
-  Сухарський В.С. Управління зовнішньоекономічною діяльністю: теорія, методологія, практика. – Тернопіль: Астон, 2001.
-  Сухарський В.С., Сухарський В.В., Охота В.І. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: теорія, методологія, практика: Навчальний посібник (курс лекцій). – Тернопіль: Астон, 2005.
-  Сухарський В.С. Зовнішньоекономічна діяльність: організація, технологія, практика, управління. – Тернопіль: Астон, 2006.
-  Україна на роздоріжжі / За ред. А.Зідемберга, П.Ходомама. – Київ, 1998.
-  Фінанси і кредит. – №12. – 2000.
-  Фінанси і кредит. – №7. – 1999.
-  Фінанси України. – №11. – 2001.
-  Фінанси України. – №7. – 2001.
-  Фінанси України. – №8. – 2001.

РОЗДІЛ 23

ШЛЯХИ СТИМУЛЮВАННЯ ТА ЗАХИСТУ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ

Тема 1. Роль та значення інвестицій.

- 1.1. Портфельні та прямі інвестиції.
- 1.2. Інвестиції та інвестиційні інституції.

Тема 2. Інвестиційний капітал.

- 2.1. Доступ до передових технологій.
- 2.2. Доступ до передових методів управління.
- 2.3. Доступ до західних ринків.
- 2.4. Поліпшення процесу приватизації та перебудови економіки.
- 2.5. Обсяги ринку.
- 2.6. Невпевненість при інвестуванні.
- 2.7. Юридичні та регулюючі фактори.
- 2.8. Макроекономічне середовище.

Тема 3. Доступ до засобів виробництва.

- 3.1. Вартість робочої сили та оподаткування.
- 3.2. Амортизаційний режим.
- 3.3. Режим стосовно витрат.
- 3.4. Податки, не пов'язані з доходами.
- 3.5. Податкові стимули.
- 3.6. Ухилення від сплати податків з використанням податкових канікул.
- 3.7. Шляхи податкових стимулів.

Тема 1. Роль та значення інвестицій

1.1. Портфельні та прямі інвестиції.

Трансформація планово-адміністративної економіки на економіку з елементами ринку супроводжувалося ейфорією з боку окремих країн стосовно швидкого і широкого залучення іноземного капіталу, готовності нового бізнесу грати за новими правилами. Наші внутрішні уявлення про ризикованість бізнесу в Європейському регіоні все ще досить «м'які», порівняно з поглядом іззовні. Так, за шкалою Євромані (1994 р.), США має ранг 1, Швейцарія – 2,

Польща та Угорщина – близько 30, Росія – 136. Цілість капіталів і високий дохід, стабільність податків і зниження інфляції, ясність і прогнозованість законодавства та його виконання – ось перелік необхідного для успіху.

Іноземний капітал потрібний як джерело доходів бюджету; джерело капіталу; господарюючий суб'єкт із передачею управлінського досвіду, технологій і т.д. У перехідній економіці невизначеність різко підвищує потребу у класичному капіталістові. Інвестиції на рівні підприємств йдуть і в спільні підприємства, і в національні проекти.

Портфельні інвестиції в основному представляють **спекулятивний капітал**, який сподівається взяти на свою користь різницю між початковою ціною акції та прогнозованою ринковою.

Портфельні інвестиції необхідні **Центральному банку** та **Міністерству фінансів**, але вони далеко не виробничі інвестиції.

Прямі іноземні інвестиції є превалюючі, тому що вони стимулюють трансформацію економіки країни.

1.2. Інвестиції та інвестиційні інституції.

У вітчизняній літературі термін **investment (інвестиції)** зазвичай перекладається як **капітальні вкладення**. Насправді капіталовкладення – це інвестиції в широкому розумінні цього слова. У вузькому – це довгострокове вкладення капіталу, відповідно, інвестиційні інституції у широкому розумінні – це всі організації, які займаються розміщенням капіталу, у вузькому – ті, що здійснюють довгострокові вкладення.

Реальні інвестиції – це вкладення капіталу безпосередньо у засоби виробництва та предмети споживання.

Фінансовими інвестиціями є вкладення у **цінні папери**, а також вкладання капіталу в банки.

Серед інвестиційних інституцій чітко виділяються три групи, які здійснюють переважно прямі інвестиції: **холдинги, фінансові групи та фінансові компанії**.

Холдингова компанія – це головна компанія якої-небудь фінансової імперії, монополії.

Фінансова група – це кілька об'єднань підприємств, пов'язаних

в єдине ціле системою взаємної участі.

Фінансова компанія – це корпорація, що фінансує вибране за певним критерієм визначене вузьке коло інших корпорацій.

Інвестиційні компанії можна прокласифікувати за такими ознаками: 1) за юридичною формою; 2) за спеціалізацією вкладень (інвестиційна компанія може вкладати капітал у різні види цінних паперів); 3) за ступенем свободи менеджерів у прийнятті рішень.

«Інвестиційний фонд» є значною мірою синонімом терміна «інвестиційна компанія».

Закритий інвестиційний фонд не вимагає продажу своїх акцій винятково самому собі; нові акції випускаються ним відносно рідко, а курс акцій під впливом попиту та пропозицій на фондових ринках може відхилитися від вартості активів фонду, що припадають на одну акцію.

Інвестиційні інституції, які здійснюють повсюдні інвестиції, але не мають стабільного портфеля цінних паперів, називаються **інвестиційними дилерами**.

Структура капіталу – це кількість та інвестиційні характеристики наявних цінних паперів, випущених інвестиційною компанією. **Портфель інвестицій** – кількість та інвестиційні характеристики цінних паперів, що куплені інвестиційною компанією і складають її портфель, тобто ті цінні папери, в які інвестиційна компанія вклала свій капітал, сформований із вкладів окремих інвесторів. Структура капіталу та портфель інвестицій залежать від цілей інвестування. Різні інвестиційні компанії дотримуються певного співвідношення вказаних чинників.

Вибране співвідношення ризику та надійності проявляється у характеристиці портфеля інвестиційної компанії. Портфель, оцінений як **агресивний**, означає, що інвестори, які купили акції даної інвестиційної компанії, прагнуть ризикувати; **консервативний** портфель вказує на прагнення акціонерів до стабільного і гарантованого доходу.

Важливим фактором, що впливає на співвідношення «агресивність – консервативність», є ступінь диверсифікованості інвестицій.

Тема 2. Інвестиційний капітал

Рух інвестиційного капіталу може здійснюватися різними методами.

2.1. Доступ до передових технологій.

Іноземні прямі інвестиції через інвестиційні товари впроваджують передову техніку. Національні підприємства можуть впроваджувати передові *ноу-хау* та виробничу технологію без труднощів.

2.2. Доступ до передових методів управління.

Іноземні фірми привносять західні методи управління і надають змогу місцевому населенню вивчати нові методи роботи.

2.3. Доступ до західних ринків.

Західні ринки знайомлять з існуючими каналами, досвідом і знаннями операцій щодо реалізації продукції на світових ринках.

2.4. Поліпшення процесу приватизації та перебудови економіки.

Приватизаційні процеси потребують великого об'єднання капіталів і вміння проводити всебічний аналіз економічних можливостей підприємства. Використання можливостей іноземних фірм може підвищити ефективність приватизованих підприємств.

До залучення прямих іноземних інвестицій у країну існує багато чинників податкового та неподаткового плану.

2.5. Обсяги ринку.

Показник особливо важливий для іноземного інвестора. На початковому етапі переваги залучення прямих іноземних інвестицій невисокі. Їх головна мета зводиться до здійснення короткострокових імпорتنих операцій для отримання доходів за рахунок підвищеного попиту на товари, яких раніше не було. Організація недорогих торгових операцій служить першим кроком транснаціонального підприємства при вступі на ринок країни.

2.6. Невпевненість при інвестуванні.

Одним із негативних чинників, які впливають на залучення та використання прямих іноземних інвестицій в економіці країн перехідного періоду, є непевненість інвестора у стабільному становищі в регіоні. Тому іноземні компанії починають свою діяльність з великих операцій, які дозволяють їм зібрати необхідну інформацію для всебічної оцінки ризику та можливостей їхньої діяльності.

2.7. Юридичні та регулюючі фактори.

Перехід до ринкової економіки веде за собою перехід до створення юридичної та регулюючої структури, сумісної з діяльністю приватного сектора й іноземних компаній.

2.8. Макроекономічне середовище.

Коливання рівня цін і валютного курсу також ускладнює ділове планування і збільшує ступінь непевненості.

Це підсилює відчуття ризику при інвестуванні і зменшує можливість залучення прямих іноземних інвестицій.

Тема 3. Доступ до засобів виробництва

3.1. Вартість робочої сили та оподаткування.

Привабливість та доступність факторів виробництва може служити для залучення прямих іноземних інвестицій, високий рівень підготовки та дешева робоча сила у країнах із перехідною економікою викликає інтерес і дає змогу іноземним компаніям здійснювати тут інвестиції для забезпечення експортного ринку. Іноземні компанії концентрують інвестиції переважно для отримання доступу до такої сировини, як **нафта і газ, мінеральні та лісові ресурси**. У такому разі перед країною виникає завдання отримати значний дохід від експлуатації цих ресурсів.

Важливим чинником залучення та використання прямих іноземних інвестицій є **система оподаткування**.

Загальний рівень податкового обов'язку впливає **на привабливість країни для іноземних інвесторів**. По-перше, податкові доходи є для більшості країн головною гарантією надходжень у бюджет, а значить, і витрат із нього. Низькі доходи, які спричиняють бюдже-

тний дефіцит, знижують макроекономічну стабільність економіки. По-друге, доходи, які використовуються на цілі, що знижують витрати і сприяють доходній діяльності, зумовлюють зростання витрат, які компенсуються за рахунок реального оподаткування.

Податкова ставка має вирішальне значення під час визначення податкового обов'язку. У розвинутих країнах вона відіграє важливу роль при розробці стратегії фінансування та податкового планування компанії. **Найвища гранична ставка** податків не завжди сприяє високим податковим доходам, особливо у компаніях, які працюють у кількох країнах. **Законна ставка** податків може вплинути на певні маргінальні виробничі рішення підприємств і спричинити їх закриття тоді, коли капітальний режим податкових витрат не стосується прийняття рішень. З іншого боку, зниження ставки зменшує прибуток від подоходних податків, які стягуються з місцевих підприємств.

Калькуляція оподаткованого доходу така ж важлива, як і законна ставка податку при визначенні вимог оподаткування.

3.2. Амортизаційний режим.

У країнах із перехідною економікою амортизаційна система є пережитком системи оподаткування. У минулому превалював підхід, коли амортизація використовувалась як частина механізму бюджету. У цьому зв'язку треба враховувати наявність двох визначальних чинників. Перший – існування значних темпів пригладженої інфляції. Амортизація, що базується на початковій вартості, є недостатньою під час інфляції, оскільки реальна вартість активів у даний момент недооцінюється при вимірі бази активів у твердоконвертованій валюті. Другий чинник діє у зворотному напрямку. Ряд країн надає загальні інвестиційні знижки таких розмірів, що інвестовані суми перевищують амортизацію.

3.3. Режим стосовно витрат.

У багатьох країнах із перехідною економікою існують різноманітні режими, серед яких можна виділити обмеження на відрахування на певні витрати; поліпшення справедливої системи оподаткування, контролю за діяльністю державних підприємств; непрямі обмеження тощо.

Західні компанії у своїй практиці вживають ряд штучних заходів, які потребують аудиторського контролю.

3.4. Податки, не пов'язані з доходами.

Такі податки поділяються на три основні групи: податки на соціальне страхування з заробітної плати; митні збори та податки на інвестиційні товари.

Податки на соціальне страхування являють собою виплати, що відображають ті вигоди, які отримують працюючі.

3.5. Податкові стимули.

Податкові стимули різко обмежені. Основний аргумент проти використання стимулів полягає в тому, що вони спотворюють економічну діяльність. Ці стимули зумовлюють відхилення моделі прибутку після сплати податків від моделі прибутку до їх сплати.

Податкові стимули можна поділити на кілька категорій: **податкові канікули, податкові пільги на інвестиції та податкові вільні зони (вільні економічні зони).**

Податкові канікули є типовою формою податкового стимулювання. Вони надаються новим фірмам на визначений період, коли, починаючи з якогось моменту, вони звільняються від обов'язку по-доходного податку.

Подоходні пільги на інвестування капіталу та податкові кредити засновані на величині витрат, пов'язані з відповідними інвестиціями. Податкові пільги використовуються для зниження оподаткованого доходу підприємства, а податковий кредит – для безпосереднього зменшення суми виплачуваних податків.

Крім того, певною формою прискорення оподаткувань є **прискорена амортизація**, коли вартість придбаного активу може списуватися згідно з нормою, яка перевищує економічну норму амортизації.

Ці знижки відрізняються від податкових канікул, оскільки податкова заборгованість фірм відміняється не повністю; ними можуть користуватися не тільки нові підприємства; вони включають доходи існуючих підприємств і є необмеженими у часі.

Вільні економічні зони – це регіони з особливим режимом оподаткування. Фірми, що працюють у цих регіонах, можуть отримувати різні пільги. До цих пільг належить і просто вільний доступ до реєстрації та звільнення від деяких податків і мита на інвестований капітал.

3.6. Ухилення від сплати податків з використанням податкових канікул.

Інколи фірми вживають низку заходів для ухилення від сплати податків без порушення законодавства.

Фіктивна іноземна компанія може створюватися тоді, коли підприємство з достатньою часткою іноземного капіталу отримує **право на податкові канікули**. Один із методів полягає у тому, що фонди національного підприємства передаються в офшорну компанію, яка, зі свого боку, реінвестує засоби в країну, так, якби це була іноземна компанія.

Трансфертне ціноутворення забезпечує до переведення прибутку від операції фірми, яка не має права на податкові канікули, фірмам, на котрі це право поширюється, зокрема, на спільне підприємство.

Створення нового підприємства зводиться до утворення нової корпорації, яка купує активи існуючого підприємства, щоб мати право на стимули. Так, наприклад, у будівельній промисловості використовується метод створення нових фірм для кожного нового об'єкта, що дає змогу їм постійно користуватися податковими канікулами.

Регіональне ухилення від сплати податків пов'язане з тим, що податкові канікули ставлять під ризик доходи інших юридичних осіб. Фірми, що експортують у треті країни, сплачують податки на прибуток від продажу, створюють перевалочні компанії в інших державах для купівлі товарів у експортуючої компанії, щоб згодом продати їх дійсному одержувачу, який перебуває у **третьій країні**. Перевалочна компанія отримує право на податкові канікули, купує товари за собівартістю і переводить із допомогою трансфертного ціноутворення собі всі доходи від продажу.

3.7. Шляхи податкових стимулів.

Існує багато форм інвестування, серед яких основними є **відділення** та **філія**. **Відділення** – це підрозділ іноземної компанії, яка здійснює інвестицію, друга форма інвестування реалізується через філію. **Філія** є юридичною особою і її доходи не включаються у доходи іноземної материнської компанії доти, поки вони не репатріюються у вигляді дивідендів.

Існує два основних типи оподаткування дивідендів, які сплачу-

ються у країні перебування.

Перший тип оподаткування являє собою **метод іноземного податкового кредиту**. На практиці це означає, що країні-джерелу дають першу можливість обкласти податком доходи, але країна перебування приєднується до оподаткування доходу, якщо він недостатньо оподаткований у країні-джерелі. Цей метод використовується у **США, Японії, Італії, Англії, Іспанії, Португалії, Норвегії та інших країнах.**

Інколи альтернативною системою оподаткування доходів, отриманих за кордоном, є **метод звільнення**. Згідно з цим методом, далі репатрійовані доходи не оподатковуються. Таким чином, оподаткування стимулів, що діє при методі податкових кредитів, не відбувається. Цей метод діє в **Австрії, Німеччині, Франції, Канаді, Данії, Фінляндії та в інших країнах.**

З метою підвищення ефективності використання прямих іноземних інвестицій застосовується метод **«утримання від стягування податків»**. Вважається, що з доходів вже були повністю отримані податки, причому платник не мав податкових стимулів. Завдяки цьому вся вигода податкового стимулювання дістається інвестору, а не просто перераховується у казначейство країни перебування. Зазвичай утримування від стягування податків відбувається у межах податкової угоди. Цей метод дозволяє країні-джерелу надавати податкові знижки, не турбуючись про те, що вона просто переказує гроші у казначейство більш розвинутих країн.

Іноземні інвестиції відіграють важливу роль в економічних процесах, що відбуваються. Але під урядовим контролем треба постійно тримати всі фактори, які можуть стримувати залучення та використання прямих іноземних інвестицій.

Таким чином:

1. Насамперед необхідно створити стійку законодавчу структуру оподаткування відповідно до міжнародних норм.

2. Податкові канікули у перехідній економіці можуть відігравати суттєву допоміжну роль на даному етапі створення бази ринкової діяльності у країні.

3. Ступінь передбачених податкових пільг за інвестований капітал і кредити потрібно обмежити.

4. Інвестиції, що дають право на стимулювання, мають бути чітко визначені, а правила – максимально прості.

5. Стимули повинні вводитись тільки на обмежений період.






6. Податкові канікули треба використовувати лише на відповідні їхньому призначенню цілі. Інакше вони можуть призвести до зловживань.

7. Країни з надлишком ресурсів будуть імпортувати капітал. Тому податкова політика повинна забезпечити країнам-джерелам справедливу частку прибутку підприємств, що функціонують на їхній території.

8. Мережа податкових угод є важливою частиною податкової політики, спрямованої на залучення іноземних інвестицій. Існує дві категорії таких угод, розрахованих на стратегічні перспективи. Перша – угоди між країнами регіону й іншими країнами, друга – угода між країнами регіону.

9. Податкова конкуренція – важливий чинник роботи з податковими стимулами.

ЛІТЕРАТУРА

-  *Кредісов А.І. та ін.* Управління зовнішньоекономічною діяльністю. – К.: ВІРА-Р, 1998.
-  *Стровский Л.Е. и др.* Внешнеэкономическая деятельность предприятия. – М.: ЮНИТИ, 1999.
-  *Сухарський В.С.* Економічний словник-довідник. – Тернопіль: Навчальна книга – БогДан, 2001.
-  *Сухарський В.С.* Менеджмент (загальний з основами спеціального). – Тернопіль: Астон, 2004.
-  *Сухарський В.С.* Зовнішньоекономічна діяльність: організація, технологія, практика, управління. – Тернопіль: Астон, 2006.

РОЗДІЛ 24

ІНВЕСТИЦІЙНИЙ АНАЛІЗ КАПІТАЛОВКЛАДЕНЬ

Тема 1. Методи оцінки інвестиційної привабливості капіталовкладень.

- 1.1. Метод чистої сьогоденної вартості.
- 1.2. Внутрішня норма рентабельності.
- 1.3. Метод періоду повернення вкладених інвестицій.
- 1.4. Балансова норма рентабельності.
- 1.5. Індекс прибутковості.

Тема 2. Вплив інфляції на оцінку інвестиційних проектів.

- 2.1. Ставка дисконтування та інфляція.
- 2.2. Грошовий потік та інфляція.
- 2.3. Вибір ставки для дисконтування.

В економічній теорії багато уваги приділяється прийняттю рішень про здійснення інвестицій та оцінці їх доцільності й ефективності.

Вибір інвестиційного проекту проводиться в два етапи. **Перший** – це інвестиційний аналіз, згідно з яким приймається рішення про доцільність здійснення інвестицій з погляду інвестора. На **другому** проводиться фінансовий аналіз проекту, який повинен змодельовати й оцінити поведінку проекту у процесі його реалізації.

Тема 1. Методи оцінки інвестиційної привабливості капіталовкладень

Застосовують **п'ять** основних методів оцінки інвестиційної привабливості капіталовкладень:

1. Метод чистої сьогоденної вартості (**ЧСВ**).
2. Внутрішня норма рентабельності (**ВНР**).
3. Метод періоду повернення вкладених інвестицій (**ППВІ**).
4. Балансова норма рентабельності (**БНР**).
5. Індекс прибутковості (**ІП**).

Для проведення аналізу зупинимось на аналізі впливу часу на вартість грошей. Адже засоби вкладаються в один момент часу, а виручка від реалізації проекту надходить у різні періоди часу.

Часто вартість грошей на початковому етапі інвестування і в інші періоди суттєво відрізняється.

Втрати вартості грошей:

1. Втрачений прибуток. Гроші, які є у вигляді готівки, окрім простого зберігання, могли б бути використані іншим чином, наприклад, покладені на депозит у банк з можливістю отримання певного прибутку. Відмовившись, ми втрачаємо прибуток.

2. Інфляція. Через інфляцію гроші втрачають свою купівельну спроможність.

3. Ризик. Маючи на руках грошову масу сьогодні, ми знаємо, що будемо мати її і через рік. Віддаючи її комусь іншому, ми не можемо бути впевнені, що ця сума повернеться назад у встановлений термін.

1.1. Метод чистої сьогоднішньої вартості.

Припустимо, що ви сьогодні відвантажили покупцеві партію вантажу. Він може заплатити вам 100 дол. сьогодні або 120 дол. через рік. Який варіант є більш вигідним для вас, якщо процентна ставка за доларовими депозитами складає 10% річних?

Сума, яку б ви отримали в разі сьогоднішнього надходження грошей на рахунок у банку з її подальшим розміщенням на депозит у банк під 10% річних:

$$100 + (100 \cdot 0,10) = 100 \cdot (1 + 0,10) = 110 \text{ дол.}$$

Зрозуміло, що друга пропозиція є привабливішою для вас. Адже, щоб ви змогли отримати через рік 120 дол., треба, щоб ставка за депозитним вкладом була 20% річних:

$$100 \cdot (1 + X) = 120$$

$$1 + X = 120/100$$

$$1 + X = 1,2$$

$$X = 0,2, \text{ тобто } 20\%.$$

Якщо ж ви б хотіли одержати гроші за свій товар сьогодні, але хочете дізнатися, яку суму ви повинні були б вимагати, щоб її еквівалент через рік становив 120 дол., то цей розрахунок проводиться так:

$$X \cdot (1 + 0,10) = 120$$

$$X = 120/(1 + 0,10)$$

$$X = 109,09.$$

Отже, формула чистої сьогоднішньої вартості для цього прикладу така:

$$ЧСВ = МН \cdot (1 + p),$$

де: **ЧСВ** – чиста сьогоднішня вартість,

МН – майбутні надходження,

p – проценти.

Методика, що використовується для розрахунку **ЧСВ**, називається **дисконтуванням**.

Для використання цього методу розглянемо приклад, як метод **ЧСВ** може застосовуватися під час вибору обладнання.

Підприємству А запропонували придбати два верстати – один вартістю 20 тис. дол., а другий – 25 тис. дол. Кожен із цих верстатів дає змогу зменшити оперативні витрати підприємства на наведені далі суми. Вартість двох верстатів через п'ять років користування дорівнює 0. Який із верстатів слід вибрати підприємству А, якщо для їх придбання воно може отримати кредит під 12% річних?

	верстат 1	верстат 2
Витрати	20 000	25 000
Річна економія:		
рік 1	4 000	8 000
рік 2	6 000	6 000
рік 3	6 000	5 000
рік 4	7 000	6 000
рік 5	6 000	8 000

Сьогоднішня вартість грошового потоку:	Верстат 1	Верстат 2
рік 0	-20 000	-25 000
рік 1	$4000 / (1 + 0,12) = 3572$	$8000 / (1 + 0,12) = 7143$
рік 2	$6000 / (1 + 0,12) \cdot 2 = 4783$	$6000 / (1 + 0,12) \cdot 2 = 4783$
рік 3	$6000 / (1 + 0,12) \cdot 3 = 4271$	$5000 / (1 + 0,12) \cdot 3 = 3559$
рік 4	$7000 / (1 + 0,12) \cdot 4 = 4449$	$6000 / (1 + 0,12) \cdot 4 = 3813$
рік 5	$6000 / (1 + 0,12) \cdot 5 = 3404$	$8000 / (1 + 0,12) \cdot 5 = 4593$
	+479	-1163

Наведені розрахунки показують, що економічніше буде придбати верстат 1.

Переваги цього методу:

- **можливість найточніше** враховувати ріст вартості майна акціонерів;
- **можливість врахування** впливу часу на грошові потоки, що надходять у результаті реалізації проекту;
- **легкість у використанні** спеціалістами;
- **використання для розрахунку** показника всього грошового потоку проекту;
- **можливість використання** різних рівнів вартості капіталу (відсотків).

1.2. Внутрішня норма рентабельності.

Метод внутрішньої норми рентабельності є досить простим, використовує той же математичний апарат, що і метод ЧСВ або дисконтування. **Внутрішня норма рентабельності** – це така процентна ставка, при якій **ЧСВ** дорівнює 0.

Є два способи пошуку **ВНР**: графічний метод і метод пробних розрахунків. Графічний метод полягає у пошуку двох показників **ЧСВ** при різних процентних ставках, при яких вони б мали достатнє чи від'ємне значення. Потім ці точки відображаються на графіку і між ними проводиться пряма. Точка перетину цією прямою вісі **ЧСВ** і є величиною **ВНР**.

Метод пробних розрахунків складніший, зате точний. Цей метод ще відомий як метод пошуку лева у пустелі. Щоб «знайти лева», треба поділити ту частину «пустелі», де був «лев», на дві рівні частини. Після того, як така операція буде проведена кількаразово, можна з впевненістю визначити квадрат із «левом».

Аналогічно діємо і під час розрахунку **ВНР**. Візьмемо дві величини процентів, при яких **ВНР** має позитивне (А) та негативне (Б) значення. Знайдемо середнє арифметичне цих двох величин (В). Якщо **ЧСВ** для (В) буде додатною величиною, то точка переходу **ЧСВ** із додатного у від'ємне значення міститиметься у проміжку між (В) і (Б). Знайдемо середнє арифметичне для (Б) і (В) і т.д., поки величина **ВНР** не стане такою, при якій **ЧСВ** наближається до нуля або дорівнює 0.

Метод **ВНР** краще застосовувати для оцінки ефективності окремих проектів.

Отже, необхідно знайти ВНР ефективності придбання верстата 1 у попередньому прикладі. Для цього потрібно розв'язати таке рівняння:

$$-20000 + \frac{4000}{(1+v)} + \frac{6000}{(1+v)^2} + \frac{6000}{(1+v)^3} + \frac{7000}{(1+v)^4} + \frac{6000}{(1+v)^5} = 0$$

При $(v + 12)$ значення ВНР є додатним і дорівнює 479. Розрахуємо ЧСВ для $(v + 14)$.

	Грошовий потік	Коефіцієнт дисконтування	Сьогоднішня вартість
Рік 0	-20 000	1,000	-20 000
Рік 1	4 000	0,877	3 508
Рік 2	6 000	0,769	4 614
Рік 3	6 000	0,675	4 050
Рік 4	7 000	0,592	4 144
Рік 5	6 000	0,519	3 114
			ЧСВ = -570

При $(v = 12\%)$ ЧСВ має додатне значення, а при $(v = 14\%)$ – від'ємне. Знайдемо середнє арифметичне, що дорівнює 13%, і розрахуємо ЧСВ для цієї величини:

	Грошовий потік	Коефіцієнт дисконтування	Сьогоднішня вартість
Рік 0	-20 000	1,000	-20 000
Рік 1	6 000	0,885	3 540
Рік 2	6 000	0,783	4 698
Рік 3	6 000	0,693	4 158
Рік 4	7 000	0,613	4 291
Рік 5	6 000	0,543	3 258
			ЧСВ = -55

ЧСВ досить наближена до нуля, тому можемо вважати, що **ВНР** приблизно дорівнює 13%.

Переваги цього методу:

- врахування фактора часу;
- для розрахунку **ВНР** використовується весь грошовий потік проекту;

- можливість визначення вартості капіталу, який може бути залучений до фінансування проекту.

Недоліки:

- складність знаходження значення **ВНР**;
- можливість одержання кількох показників **ВНР**;
- складність розрахунку **ВНР** для всього терміну реалізації проекту;
- інші.

1.3. Метод періоду повернення вкладених інвестицій.

За допомогою цього методу визначається термін, протягом якого інвестор може отримати назад внесені ним гроші.

Метод є єдиним методом оцінки ефективності інвестицій, при якому можна не враховувати вартість залученого робочого капіталу. Адже у будь-який час, коли припиняється здійснення інвестицій, можна відразу повернути задіяний робочий капітал.

Приклад. Візьмемо приклад із проблемою вибору одного з двох верстатів. Як ми пам'ятаємо, їх грошовий потік був виражений таким чином:

	верстат 1	верстат 2
Витрати	20 000	25 000
Річна економія:		
рік 1	4 000	8 000
рік 2	6 000	6 000
рік 3	6 000	5 000
рік 4	7 000	6 000
рік 5	6 000	8 000

Для першого верстата **ППВІ** становить приблизно 3,6 року, а для другого – 4. Як бачимо, 1-й варіант у даному разі є оптимальнішим.

До переваг цього методу відносяться:

- простота у застосуванні;
- можливість оцінити доцільність проекту з погляду його ліквідності;
- можливість автоматичного відбору менш ризикованих проектів. Вибираючи проект з найкоротшим терміном існування, ми зменшуємо свій ризик;

- можливість провести розрахунки тільки для одного періоду, протягом якого доцільно реалізовувати проект.

Недоліки:

- неврахування фактора часу;
- основна мета – не максималізація вартості майна акціонерів, а поліпшення ліквідності;
- неврахування надходжень після закінчення терміну реалізації тощо.

1.4. Балансова норма рентабельності.

Це єдиний метод, у якому замість поняття грошового потоку використовуються балансові значення прибутку. Метод має чотири назви:

- **балансова норма рентабельності;**
- **середня балансова рентабельність;**
- **рентабельність використаного капіталу;**
- **рентабельність інвестицій.**

Розрахунок величини:

- середній розмір прибутку, отриманий за період реалізації проекту, ділиться на середню величину використаного капіталу;
- середній розмір прибутку, отриманий за період реалізації проекту, ділиться на початкову величину залученого капіталу.

Приклад. Із вибором необхідного обладнання. Грошовий потік обох проектів виражений так:

	верстат 1	верстат 2
Витрати	20 000	25 000
Річна економія:		
рік 1	4 000	8 000
рік 2	6 000	6 000
рік 3	6 000	5 000
рік 4	7 000	6 000
рік 5	6 000	8 000

Припустимо, що кожен із цих верстатів буде повністю амортизований протягом п'яти років (тобто їхня ліквідаційна вартість через

п'ять років дорівнюватиме нулю).

Тоді прибуток, отриманий під час застосування кожного із цих верстатів, матиме такий вигляд:

	верстат 1	верстат 2
рік 1	0	3 000
рік 2	2 000	1 000
рік 3	2 000	0
рік 4	3 000	1 000
рік 5	2 000	3 000

Після проведення розрахунків одержимо такі балансові норми рентабельності:

для верстата 1 $(0 + 2000 + 2000 + 3000 + 2000) / 5 / 20000 = 9\%$;

для верстата 2 $(3000 + 1000 + 0 + 1000 + 3000) / 5 / 25000 = 6,4\%$.

У даному разі придбання верстата 1 більш доцільне.

Переваги цього методу:

- простота розрахунку, вираженість коефіцієнта у процентах;
- доцільність реалізації проекту відбувається на основі підрахунку прибутку проекту;
- аналіз якості роботи керівництва часто проводиться за коефіцієнтами прибутковості використання капіталу.

Недоліки:

- відсутня єдина процедура розрахунку коефіцієнта;
- коефіцієнт розраховується у процентах і не враховує масштаб проекту;
- для розрахунку коефіцієнта використовується прибуток, а не грошовий потік, що є неправильним для прийняття рішення про доцільність інвестування;
- не враховується фактор часу;
- метод спрямований на підвищення балансового прибутку компанії, а не вартості майна акціонерів;
- метод не дає точної бази для прийняття рішення про доцільність реалізації проекту.

1.5. Індекс прибутковості.

Ще одним методом є **індекс прибутковості**. Він розраховується так:

$$\frac{\text{СВ грошового потоку після початкового інвестування}}{\text{Обсяг початкової інвестиції}}$$

Індекс прибутковості використовується тоді, коли в умовах обмежених фінансових ресурсів потрібно вибрати найоптимальніший проект із погляду збільшення вартості майна акціонерів.

Приклад. У підприємства є можливість реалізувати три інвестиційні проекти. Вони мають такі грошові потоки:

	Проект 1	Проект 2	Проект 3
Рік 0	-20 000	-10 000	-10 000
Рік 1	70 000	15 000	-5 000
Рік 2	10 000	40 000	60 000

Обсяг фінансових ресурсів підприємства складає 20 000. Які проекти має вибрати підприємство?

При ставці дисконтування 12%:

для проекту 1 ЧСВ становить 50 500, а СВ – 70 500;

для проекту 2 ЧСВ становить 35 300, а СВ – 45 300;

для проекту 3 ЧСВ становить 33 400, а СВ – 43 400.

Внаслідок проведення розрахунків отримуємо такі індекси прибутковості:

для проекту 1 $ІП = 70\,500 / 20\,000 = 3,53$;

для проекту 2 $ІП = 45\,300 / 10\,000 = 4,53$;

для проекту 3 $ІП = 43\,400 / 10\,000 = 4,34$.

Підприємство обмежене у вільних коштах, і тому воно може вибрати або проект 1, або проекти 2 і 3 разом. Для підприємства доцільніше вибрати 2-й і 3-й варіанти, які мають вищий ІП. Правильність такого рішення можна підтвердити подальшим розрахунком ЧСВ обох проектів, яка складатиме $35\,300 + 33\,400 = 68\,700$, що більше, ніж ЧСВ проекту 1.

Переваги:

- можливість у більшості випадків точно враховувати зростання вартості майна акціонерів;
- можливість враховувати фактор часу;

- легкість застосування спеціалістами;
- використання для розрахунків показників усього грошового потоку проекту;
- можливість використання різних рівнів вартості капіталу (відсотків).

Недоліки:

- складно отримати дані для всього періоду реалізації проекту;
- у разі вибору одного із взаємовиключаючих проектів може бути неправильний результат;
- методологія й аналіз проектів може проводитися тільки підготовленим персоналом тощо.

Тема 2. Вплив інфляції на оцінку інвестиційних проектів

Явище інфляції є постійним супутником економічного життя з того часу, як гроші перестали вільно обмінюватися на золото і навпаки, були введені обмеження на вивіз золота за кордон (з початку XX ст.). Інфляція впливає на обидві складові інвестиційного проекту: грошовий потік і ставку дисконтування.

2.1. Ставка дисконтування та інфляція.

Якщо людина кладе гроші на депозитний рахунок, вона відмовляється від їх використання у даний момент. За таку відмову вона хоче отримати певну плату, скажімо 10%, щоб мати через рік змогу спожити більшу кількість товарів. Чи означає це, що через рік її купівельна спроможність збільшиться на 10%?

Ні, якщо у суспільстві існує інфляція. Припустимо, що її рівень становить 6%. Одиниця товару, яка коштує сьогодні 1 дол., коштуватиме завтра 1,06 дол. Нехай людина поклала у банк 100 дол. на один рік, а по завершенні цього року отримала 110 дол. Вона вважає, що за 110 дол. може придбати 110 одиниць товару, які у минулому році коштували 1 дол. Проте це не так – вона зможе купити тільки $110 / 1,06 = 103,8$ одиниць товару. Тобто купівельна спроможність людини зросла лише на 3,8%, а решту з'їла інфляція.

При аналізі впливу інфляції на ставку дисконтування використовують такі визначення:

- **реальна ставка** – ставка, на яку реально збільшується купівельна спроможність (у нашому випадку 3,8%). Ця ставка не включає інфляції;
- **номінальна ставка** – ставка, на яку номінально збільшується купівельна спроможність – 10%. Ця ставка враховує інфляцію. Для розрахунку реальної ставки застосовують таку формулу:

$$\text{Реальна ставка} = \frac{1 + \text{номінальна ставка}}{1 + \text{ставка інфляції}} - 1.$$

2.2. **Грошовий потік та інфляція.**

Розрізняють:

- **реальний грошовий потік** – грошовий потік від реалізації продукції, який розрахований без врахування інфляції;
- **номінальний грошовий потік** – грошовий потік від реалізації продукції, який розрахований із врахуванням інфляції.

Отже, якщо в інвестиційному проекті буде розрахований грошовий потік, відповідно до якого ціна на продукцію буде збільшуватися щорічно на 2%, незважаючи на темпи інфляції, то матимемо справу з реальним грошовим потоком. Коли ціни та пов'язаний з ними грошовий потік будуть розраховані з врахуванням інфляції, то ми матимемо справу з номінальним (дійсним) грошовим потоком.

2.3. **Вибір ставки для дисконтування.**

Головним принципом під час оцінки інвестиційних проектів є те, що для дисконтування слід використовувати ту ставку, яка була взята для розрахунку грошового потоку.

Приклад. Підприємство А має такий номінальний грошовий потік:

Рік 0 -1000

Рік 1 600

Рік 2 650

Номінальна ставка процента дорівнює 14%, а індекс інфляції прогнозується на рівні 5%. Яка ж ЧСВ проекту?

Розв'язання. При використанні номінальних значень ЧСВ дорівнює:

$$-1000 + 600 / 1,14 + 650 / 1,14 \cdot 2 = 26,47.$$

Підставляючи реальні значення, потрібно спочатку визначити реальний грошовий потік:

Рік 0 -1000

Рік 1 $600 / 1,05 = 571,43$

Рік 2 $650 / 1,05 \cdot 2 = 589,57$

Реальна ставка процентів дорівнює:









$1,14 / 1,05 - 1 = 0,0857143(8,57143\%)$

ЧСВ дорівнює:

$-1000 + 571,43 / 1,0857143 + 589,57 / 0,08571143 \cdot 2 = 26,47$

Отже, в обох випадках значення ЧСВ однакове.

ЛІТЕРАТУРА

-  Бланк И. Инвестиционный менеджмент. – К., 1995.
-  Бутинець Ф.Ф. та ін. Обмін і аналіз зовнішньоекономічної діяльності. – Житомир: ПП «Рута», 2001.
-  Кредісов А.І. та ін. Управління зовнішньоекономічною діяльністю. – К.: ВІРА-Р, 1998.
-  Лосев Б., Поляков В. Методика разработки бизнес-плана предприятия. – М., 1994.
-  Стоянова Е. Финансовый менеджмент. – М., 1993.
-  Стровский Л.Е. и др. Внешнеэкономическая деятельность предприятия. – М.: ЮНИТИ, 1999.
-  Суторміна В. та ін. Фінанси зарубіжних корпорацій. – К., 1993.
-  Хойер В. Как делать бизнес в Европе. – М., 1990.

РОЗДІЛ 25

ФІНАНСОВИЙ АНАЛІЗ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ

Тема 1. Організаційні засади фінансового аналізу.

Тема 2. Прибутковість.

Тема 3. Ефективність.

Тема 4. Ліквідність або платоспроможність.

Тема 5. Структура капіталу.

Тема 1. Організаційні засади фінансового аналізу

Отже, після проведення інвестиційного аналізу та прийняття рішення про доцільність капіталовкладень проводиться фінансовий аналіз проекту. Для цього використовуються формальні фінансові звіти, тобто майбутні фінансові звіти, які складатиме підприємство у разі реалізації проекту.

Аналіз формальних звітів дає змогу оцінити майбутню поведінку проекту, визначити критичні моменти під час його реалізації й отримати інформацію про інвестиційний проект у такому форматі, який зможе порівняти економічні показники як з існуючим станом підприємства, так і з аналогічними коефіцієнтами підприємств-конкурентів.

Аналіз проекту проводиться шляхом аналізу звітів підприємства, враховуючи розрахунки різних фінансових показників і коефіцієнтів. Існує понад **50 розрахункових коефіцієнтів**, які можуть бути використані для аналізу фінансового стану підприємства під час реалізації проекту. Однак таку кількість показників слід застосовувати тільки при аналізі фінансового стану існуючого підприємства. Щоб використати їх сповна, потрібно вміти правильно їх інтерпретувати.

Наведемо розрахунки коефіцієнтів на основі звітів.

*Звіт про прибуток підприємства А у 2003 р.
(у мільйонах умовних одиниць – УО)*

Обсяг продажу	2 262
Зменшення: Собівартість проданої продукції	(1 655)

Зменшення: Накладні, збутові й адміністративні витрати	(327)
Зменшення: Амортизація	(90)
Оперативний прибуток	190
Зменшення: Виплачені проценти	(49)
Зменшення: Отримані проценти	0
Прибуток від основної діяльності	141
Зменшення: Інші витрати	(0)
Зменшення: Інші доходи	29
Прибуток для оподаткування	170
Зменшення: Податок	(84)
Прибуток після сплати податків	86
Виплачені дивіденди	43
Нерозподілений прибуток	43

**Балансовий звіт підприємства А за 2002 і 2003 рр.
(у мільйонах УО)**

	2002 р.	2003 р.
АКТИВИ:	1 879	1 742
<i>Поточні активи:</i>		
– кошти	140	107
– дебіторська заборгованість	294	270
– запаси	269	280
– незакінчене виробництво	185	191
– готова продукція	84	89
– інші	58	50
<i>Основні активи:</i>	1 118	1035
– основні засоби	873	814
– повна вартість	1 423	1 274
– амортизація	(550)	(460)
– нематеріальні активи	245	221
ПАСИВИ:	1 879	1 742
<i>Поточні зобов'язання:</i>	486	455
– кредиторська заборгованість	213	197
– податки	0	0
– дивіденди	0	0
– заборгованість за овердрафтами	50	53

– інші	223	205
<i>Довгострокові зобов'язання:</i>	588	562
– довгострокові кредити	471	458
– облігації	0	0
– несплачені (відстрочені) податки	117	104
<i>Акціонерний капітал:</i>	805	725
– привілейовані акції	39	39
– прості акції	55	32
– емісійний дохід	373	347
– нерозподілений прибуток	390	347

Тема 2. Прибутковість

Акціонери звертають увагу на **показники прибутковості** проекту. Обчислюючи ці показники, отримують інформацію різних звітів – балансового та про прибутки. Зрозуміло, що немає ніяких гарантій, що фінансовий стан підприємства на дату складання звіту був таким же, як і протягом усього року (наприклад, при розрахунку рентабельності активів підприємства неможливо точно сказати, яка частина активів брала участь у формуванні прибутку за звітний рік – 1 742 чи 1 879 мільйонів УО). Щоб компенсувати цю неточність, розраховують середнє арифметичне потрібного показника балансового звіту у кінці звітного та попереднього року.

Рентабельність активів підприємства розраховується так:

$$\begin{aligned} \text{Рентабельність активів} &= \frac{\text{Прибуток після сплати податків}}{\text{Середня величина активів}} \\ &= \frac{86}{(1879 + 1742) / 2} = 4,75\%. \end{aligned}$$

Дана величина повинна бути якомога більшою (саме активи є джерелом отримання прибутку підприємств). Низький рівень цього коефіцієнта вказує на неефективність використання активів і необхідність внесення змін у фінансову політику підприємства.

Рентабельність капіталу. З метою реалізації інвестиційного проекту підприємство досить часто, окрім залучення акціонерного капіталу, використовує кредити, облігації та інші форми довгострокового фінансування. Всі ці форми фінансування (окрім короткострокових) утворюють капітал підприємства. Ефективність викорис-

тання капіталу дуже важлива для інвесторів. Цей коефіцієнт розраховується так:

$$\begin{aligned} \text{Рентабельність капіталу} &= \frac{\text{Оперативний прибуток} + \text{Інші доходи}}{\text{Активи} - \text{Поточна заборгованість}} \\ &= \frac{190 + 29}{((1879 - 486) + (1742 - 455)) / 2} = 16,34\%. \end{aligned}$$

Рентабельність акціонерного капіталу. Цей показник подібний до коефіцієнта рентабельності активів і допомагає розуміти, наскільки ефективно використовується капітал акціонерів. Величина розраховується так:

$$\begin{aligned} \text{Рентабельність акціонерного капіталу} &= \frac{\text{Прибуток після сплати боргів}}{\text{Акціонерний капітал}} = \\ &= \frac{86}{(805 + 725) / 2} = 11,24\%. \end{aligned}$$

Маржа прибутковості. Маржа визначає величину виручки від реалізації продукції (у відсотках), яка залишається у розпорядженні підприємства після відрахування виробничих витрат. Ця величина розраховується як для оперативного, так і для оподаткованого прибутку. У першому разі маржа прибутковості визначається так:

$$\text{Маржа прибутковості} = \frac{\text{Оперативний прибуток}}{\text{Обсяг продажу}} = \frac{190}{2262} = 8,4\%.$$

У разі використання для розрахунків величини прибутку після оподаткування маржа прибутковості складатиме 3,8%.

Тема 3. Ефективність

Показники дозволяють проаналізувати **ефективність** (активність) використання активів у діяльності підприємства. Ця величина повинна порівнюватися з аналогічними показниками діяльності підприємства у минулі періоди чи коефіцієнтами підприємств-конкурентів.

Коефіцієнт обороту чистих активів розраховується так:

$$\begin{aligned} \text{Коефіцієнт обороту чистих активів} &= \frac{\text{Обсяг продажу}}{\text{Активи}} = \\ &= \frac{2262}{(1879 + 1742) / 2} = 1,25. \end{aligned}$$

Отже, чим більше значення цього коефіцієнта, тим активніше використовуються активи підприємства для проведення продажу. Якщо ж це значення мале, то активи використовуються недостатньо. У такому разі необхідно або збільшити обсяг продажу, або зменшити величину активів.

Коефіцієнт обороту запасів. Підприємству важливо, щоб його запаси оберталися швидше. Чим активніше проходить цей процес, тим менше капіталу потрібно підприємству для утримання запасів. Коефіцієнт обороту запасів визначається за формулою:

$$\begin{aligned} \text{Коефіцієнт обороту запасів} &= \frac{\text{Собівартість проданої продукції}}{\text{Величина запасів}} = \\ &= \frac{1655}{(269 + 280) / 2} = 6,03. \end{aligned}$$

Застосовується також показник кількості днів у запасах, що перебувають на складі:

$$\begin{aligned} \text{Кількість днів у запасах} &= \frac{\text{Коефіцієнт днів у періоді}}{\text{Коефіцієнт обороту запасів}} = \\ &= \frac{365}{6,03} = 60,5. \end{aligned}$$

Тема 4. Ліквідність або платоспроможність

Показники ліквідності забезпечують аналіз спроможності підприємства оплачувати рахунки. У своїй діяльності підприємство мусить оплачувати всі поточні рахунки, щоб його не оголосили неплатоспроможним.

Поточний коефіцієнт визначається як співвідношення поточних активів до поточних зобов'язань:

$$\text{Поточний коефіцієнт} = \frac{\text{Поточні активи}}{\text{Поточні зобов'язання}} = \frac{761}{486} = 1,57.$$

Вважається, що для підприємств цей показник повинен бути більшим від 1. Якщо він перевищує 1, то кредитор може перекопатися, що поточні активи фінансуються не тільки за рахунок поточних зобов'язань. Це дає кредиторам впевненість у тому, що заборгованість може бути погашена підприємством вчасно.

Коефіцієнт швидкої ліквідності. Частину поточних активів до-

сить складно перетворити у засоби для погашення поточних зобов'язань, а тому було введено цей коефіцієнт. Він розраховується як співвідношення вартості поточних активів, які можуть бути дуже швидко трансформовані у гроші, до поточних зобов'язань:

$$\text{Коефіцієнт швидкої ліквідності} = \frac{\text{Швидколіквідні активи}}{\text{Поточні зобов'язання}} = \frac{490 + 294 + 58}{486} = 1,01.$$

Це значення має бути більшим від 1, що означає, що підприємство може погасити свої поточні зобов'язання без продажу запасів.

Коефіцієнт автономності вказує на кількість днів, коли підприємство може працювати без додаткового надходження коштів. Ця величина визначається як співвідношення готівки, яка є у розпорядженні підприємства, до середньоденних витрат виробництва без врахування амортизації:

$$\begin{aligned} \text{Коефіцієнт автономності} &= \frac{\text{Кошти}}{(\text{Витрати виробництва} - \text{Амортизація}) / 365} = \\ &= \frac{140}{(1655 + 327) / 365} = 25,78. \end{aligned}$$

Величина коефіцієнта показує, що майже місяць підприємство може протриматися, використовуючи тільки наявні у нього зараз гроші. Чим більше це значення, тим краще.

Тема 5. Структура капіталу

Одним із основних завдань є визначення структури капіталу для забезпечення своєї діяльності. Фірма зацікавлена у максимальному застосуванні кредитів. Це зумовлюється тим, що відсотки, що виплачуються кредиторам, не оподатковуються. Саме тому остаточна структура капіталу підприємства є, як правило, компромісом між кредиторами й акціонерами.

Заборгованість до активів. До важливих показників належить співвідношення заборгованості до активів підприємства. Визначається за формулою:

$$\text{Заборгованість до активів} = \frac{\text{Заборгованість}}{\text{Активи}} = \frac{486 + 588}{1879} = 57\%.$$

Коефіцієнт заборгованості складає лише 57% від активів підприємства. Чим менший цей показник, тим спокійніше можуть почуватися кредитори.

Погашення процентів. Із метою визначення спроможності погасити свою заборгованість застосовують коефіцієнт погашення процентів, який визначається за формулою:

$$\begin{aligned} \text{Погашення процентів} &= \frac{\text{Оперативний прибуток} + \text{Інші доходи}}{\text{Виплачені проценти}} = \\ &= \frac{190 + 29}{49} = 4,5. \end{aligned}$$

Отже, чим більше буде це значення, тим вища спроможність підприємства погасити свою заборгованість.

Розрахунок усіх розглянутих тут коефіцієнтів не має великого практичного значення, якщо спеціалісти, які їх визначили, не зможуть правильно інтерпретувати отримані дані.

ЛІТЕРАТУРА

- 📖 *Бланк И.* Инвестиционный менеджмент. – К., 1995.
- 📖 *Кредісов А.І. та ін.* Управління зовнішньоекономічною діяльністю. – К.: ВІРА-Р, 1998.
- 📖 *Стоянова Е.* Финансовый менеджмент. – М., 1993.
- 📖 *Сухарський В.С.* Економічний словник-довідник. – Тернопіль, Навчальна книга – БогДан, 2001.
- 📖 *Сухарський В.С.* Зовнішньоекономічна діяльність: організація, технологія, практика, управління. – Тернопіль: Астон, 2006.
- 📖 *Armstrong M.* Handbook of Management Techniques. – Kogan Page, 1991.

РОЗДІЛ 26

МІЖНАРОДНІ КРЕДИТИ ТА МЕХАНІЗМИ ЇХ ЗДІЙСНЕННЯ

Тема 1. Міжнародний кредит як економічна категорія.

Тема 2. Форми і види міжнародних кредитів.

Тема 3. Механізм здійснення міжнародних кредитів.

3.1. Товарні кредити.

3.2. Акцетно-рамбурсний кредит.

3.3. Кредити постачальнику і покупцю.

3.4. Роловерні кредити.

3.5. Спільне кредитування.

3.6. Кредитування за компенсаційними угодами.

3.7. Міжнародні позики під цінні папери.

3.8. Операційні свопи.

3.9. Лізинг.

3.10. Факторинг.

3.11. Форфейтинг.

Тема 1. Міжнародний кредит як економічна категорія

Міжнародний кредит – це економічні відносини, які виникають між державами, іноземними комерційними банками та підприємствами з метою передавання валютних, кредитних або товарних ресурсів на умовах повернення їх у визначені строки з винагородою.

Суб'єктами міжнародного кредиту **виступають** приватні підприємства, акціонерні комерційні банки, інколи брокери, посередники, уряди, регіональні міжнародні банки розвитку, міжнародні фінансові інститути. Залежно від суб'єктів кредитних відносин розрізняють **такі види міжнародного кредиту**: міжнародний кредит між підприємствами різних країн як різновид комерційного кредиту, банківський кредит у міжнародній торгівлі, брокерський кредит як проміжна форма між фірмовими та банківськими кредитами, міждержавні (міжурядові) кредити, включаючи змішані (надання допомоги у вигляді урядових субсидій), кредити регіональних банків розвитку, кредити міжнародних кредитних та валютно-фінансових організацій.

Основною сутнісною ознакою міжнародного кредиту є те, що він являє собою **форму руху позичкового капіталу** у сфері міжнародних економічних відносин. Рух цієї форми капіталу пов'язаний з наданням суб'єктам світового ринку валютних та кредитних ресурсів на умовах повернення, визначення строків, на які кредити надані, та виплати відповідної винагороди за позичку у формі відсотка.

На основі міжнародного кредиту сформувалися міжнародні ринки позичкових ресурсів. Крім великих національних, міжнародних за своїм характером (наприклад, нью-йоркський, лондонський та ін.), виникли й досягли на сучасному етапі колосальних розмірів **світовий ринок капіталів, ринок євровалют та єврокапіталів**. Ключову роль на цьому ринку як суб'єкти міжнародних кредитних відносин відіграють міжнародні банківські консорціуми.

Операції на світовому ринку капіталів за своїм характером поділяються на **комерційні** – ті, що пов'язані із зовнішньою торгівлею, та **фінансові** (вивіз капіталу, погашення заборгованості та ін.).

За строками операцій розрізняють міжнародний грошовий ринок та міжнародний ринок капіталу, на якому здійснюються середньострокові та довгострокові операції.

Виникнення міжнародного ринку капіталів зумовлене тим, що бурхливий процес глобалізації, інтернаціоналізації та інтеграції господарських відносин, розвиток світогосподарських зв'язків в умовах науково-технічної революції, зростання числа та економічної ролі **транснаціональних корпорацій (ТНК)** викликали потребу формування адекватних грошових та кредитних ринків.

Оскільки найпоширенішими інструментами розрахунків та платежів на ринку євровалют є активи в **доларах США**, що депоновані в банках поза межами цієї країни, то й міжнародні фінансові ринки отримали назву «**ринки євродоларів**».

Тема 2. Форми і види міжнародних кредитів

Різноманітність форм та видів міжнародного кредиту в найбільш загальних рисах можна класифікувати за кількома головними ознаками, які характеризують окремі сторони кредитних відносин.

За джерелами розрізняють **внутрішнє та зовнішнє кредитування та фінансування зовнішньої торгівлі**. Ці види кредиту тісно пов'язані між собою та обслуговують усі стадії руху товарів від екс-

портера до імпортера: заготівлю або виробництво експортного товару, перебування його в дорозі та на складі, в тому числі й за кордоном, а також використання товару імпортером у процесі виробництва та споживання. Чим ближчий товар до реалізації, тим сприятливіші для боржника умови кредитування.

За призначенням кредит поділяється на:

- комерційний – безпосередньо пов'язаний з зовнішньою торгівлею та послугами;
- фінансовий, який використовується на будь-які інші цілі (прямі капіталовкладення, будівництво інвестиційних об'єктів, придбання цінних паперів, погашення зовнішньої заборгованості, валютну інтервенцію тощо);
- «проміжний» – призначений для обслуговування змішаних форм вивозу капіталу, товарів та послуг, наприклад у вигляді підрядних робіт (інжиніринг).

За видами кредит поділяється на:

- товарний, котрий основні експортери надають своїм покупцям;
- валютний, який банки надають у грошовій формі. (У деяких випадках валютний кредит виступає однією з умов коопераційної угоди з постачання устаткування та використовується для кредитування місцевих витрат на будівництво об'єкта на базі імпортного устаткування).

За валютою позики розрізняють міжнародні кредити, які надаються:

- у валюті країни-позичальника;
- у валюті країни-кредитора;
- у валюті третьої країни або в міжнародній розрахунковій одиниці (наприклад СДР та EURO).

Останнім часом можна спостерігати зростання обсягів активних операцій за довгостроковим та середньостроковим єврокредитуванням з використанням **міжнародних розрахункових одиниць**. Необхідно підкреслити, що надання кредиту у будь-якій розрахунковій одиниці є, по суті, прихованим страхуванням наданого кредиту від можливих втрат капіталу та доходу у випадку різких коливань валютних курсів. **За термінами міжнародні кредити** поділяються на:

- короткострокові – до 1 року (та найкороткостроковіші – до 3 місяців, тижневі, одноденні);

- середньострокові – від 1 року до 5 років;
- довгострокові – більше ніж 5 років.

Довгостроковий міжнародний кредит призначений, як правило, для інвестування в основні засоби виробництва. Він обслуговує близько **80%** експорту машин та комплектного устаткування, нові форми міжнародного торгово-економічного співробітництва (масштабні проекти, науково-дослідні роботи, впровадження нових технологій). Цей тип кредитування застосовується також у практиці надання позик міжнародними фінансовими інститутами, урядами країн.

З точки зору кредитного забезпечення, розрізняють **забезпечені та бланкові кредити**. Забезпеченням цих кредитів можуть слугувати товари, товаросупровідні та інші комерційні документи, цінні папери, векселі, нерухомість та інші цінності.

В англо-саксонських країнах застосовується інша форма короткострокового кредитування, яка має певні спільні риси з **контокорентом**, – **овердрафт**. При наданні овердрафту банк здійснює списання коштів з рахунка клієнта у розмірах, більших, ніж залишки на його рахунку, відкриваючи таким чином кредит. Принципова різниця між контокорентом та овердрафтом полягає в тому, що угода про овердрафт кожного разу укладається знову і означає тільки одну домовленість про надання кредиту, тоді як за контокорентом передбачається автоматичне продовження кредитування протягом усього контокорентного періоду.

Наведена схема (рисунок 20) відображає кредитування, що надається корпораціями та банками.

З точки зору техніки надання розрізняють **фінансові, акцептні та консорціальні кредити**, депозитні сертифікати та ін. **Фінансові** («готівкові») кредити зараховуються на рахунок боржника та надходять в його розпорядження. **Акцептні кредити** застосовуються у формі акцепта трати імпортером або банком.

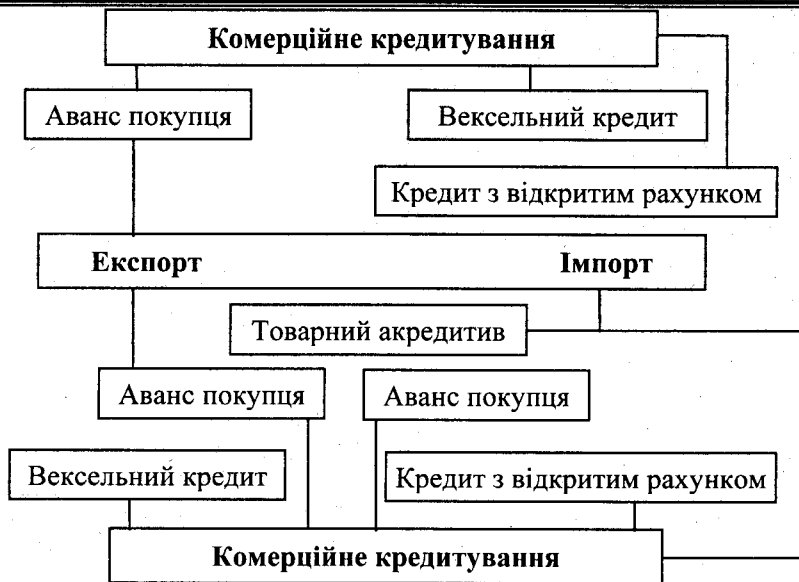


Рисунок 20. Банківське та комерційне кредитування

Залежно від того, хто є кредитором, розрізняють:

- кредити **приватні**, що надаються підприємствами (комерційне кредитування);
- **кредити, які надаються банками**, або іншими посередниками;
- **урядові кредити**;
- кредити змішані, в яких беруть участь приватні підприємства та держава;
- кредити міжнародних валютно-кредитних та фінансових організацій.

Підприємницький кредит є однією з найстаріших форм зовнішньоторговельного кредиту. Він є позичкою, яка надається експортером однієї країни імпортеру іншої у вигляді відстрочки платежу, або, іншими словами, це не що інше, як комерційний кредит у зовнішній торгівлі.

Підприємницький кредит, строки якого коливаються в межах від 1 до 7 років, має кілька різновидів: **вексельний кредит**, **аванс покупця**, **кредит за відкритим рахунком**.

Фірмові кредити найчастіше реалізують з допомогою векселя або за відкритим рахунком.

Вексельний кредит передбачає, що експортер укладає договір про продаж товару, а потім виставляє перевідний вексель на імпортера. Останній, одержавши комерційні документи, акцентує його, тобто дає згоду на оплату в строк, який на ньому вказано.

Кредит за відкритим рахунком проводять через відповідні рахунки банків імпортера та експортера. Зокрема, згідно з борговою угодою, експортер записує на рахунок імпортера його борг у сумі, еквівалентній загальній вартості відвантажених товарів із заліком відсотків, що нараховуються. Імпортер, у свою чергу, зобов'язується в термін, який вказано в угоді, погасити суму кредиту та сплатити відсотки.

За підприємницького кредиту імпортер часто сплачує так званий аванс покупця експортеру у розмірі найчастіше **10-20%** вартості поставки у кредит. У такий спосіб аванс покупця виступає як свого роду зобов'язання останнього прийняти товари, які поставляються у кредит.

Зв'язок фірмового кредиту з банківським полягає в тому, що хоча фірмовий кредит і відображає відносини між постачальником та покупцем, він все ж таки передбачає участь банківських коштів. При продажу машин, устаткування фірмовий кредит надається на більш довгі строки (**до 7 років**), що відволікає на тривалий час значні кошти експортера та примушує його звернутися до банківського кредиту або рефінансувати свій кредит у банку.

До початку **60-х років минулого століття** підприємницькі кредити були переважною формою зовнішньоторговельного кредиту. Вони за своїм вартісним обсягом більше ніж у **2** рази переважали банківський експортний кредит. Але швидкий розвиток міжнародної торгівлі, необхідність імпорту взаємопов'язаної продукції одночасно у декількох постачальників, збільшення термінів кредиту виявили недоліки фірмового кредиту. Серед них, з точки зору імпортера, найсуттєвішими є: обмежені строки кредиту, порівняно невеликі обсяги кредитування, прив'язаність імпортера до продукції підприємств постачальника тощо. Тому із зростанням масштабів міжнародної торгівлі та її диверсифікацією частка фірмових кредитів у загальній сумі зовнішньоторговельного кредиту почала поступово зменшуватися. Зрештою, підприємницькі кредити **поступилися місцем**

банківському зовнішньоторговельному кредитуванню.

Банківський зовнішньоторговельний кредит має для імпортера певні переваги перед фірмовим кредитом. Зокрема вони полягають у тому, що цей вид кредитування надає більше можливостей для маневрування при виборі постачальника певної продукції, а окрім того, забезпечує довші терміни кредиту, більші обсяги поставок за кредитом, порівняно нижчою є і вартість кредиту.

Банківський кредит надається **банками, банкірськими домами, іншими кредитними установами.** Для координації операцій з кредитування зовнішньої торгівлі, мобілізації значних кредитних ресурсів та рівномірного розподілу ризиків банки здійснюють кредитування на основі **створення консорціумів.** Банки надають експортні та фінансові кредити.

Експортний кредит полягає у тому, що він надається банком країни-експортера банку країни-імпортера (чи безпосередньо імпортеру) для кредитування поставок машин, устаткування і т.п. Ці кредити надаються в грошовій формі та мають «зв'язаний» характер. Це означає, що боржник зобов'язаний використовувати кредит тільки для купівлі товарів у країні кредитора.

Фінансовий кредит дає змогу здійснювати купівлю товарів на будь-якому ринку, і таким чином виникають умови для вибору варіантів комерційних угод. Часто фінансовий кредит не пов'язаний з товарними поставками, і він може бути призначений, наприклад, для погашення зовнішньої заборгованості, підтримання валютного курсу, поповнення авуарів (рахунків) в іноземній валюті тощо. Основними споживачами фінансових кредитів виступають **ТНК та ТНБ,** які часто використовують їх і для різного роду спекуляцій та фінансових маніпуляцій. Фінансові кредити можуть брати також центральні банки промислово розвинутих країн, які використовують їх для погашення дефіциту платіжного балансу та здійснення валютних інтервенцій.

Основним джерелом міжнародних приватних фінансових кредитів та позик є **міжбанківські депозити та вклади під євродоларові депозитні сертифікати.** Оскільки більшість цих депозитів має короткостроковий характер, актуальною проблемою для банків є їх пролонгація.

Історія формування євrorинку свідчить про те, що виникнення міжнародного приватного фінансового кредиту зумовлене інтерна-

ціоналізацією та інтеграцією виробництва та діяльністю ТНК. Однією з причин формування та швидкого зростання міжнародного фінансового кредиту є:

- застава взагалі;
- застава товару в обігу (враховується залишок товару відповідного асортименту на певну суму);
- застава товару в переробці (із заставного товару можна виробляти вироби, не передаючи їх до застави в банк).

Застава є засобом забезпечення зобов'язань за кредитною угодою, тому кредитор має право у разі невиконання боржником зобов'язань отримати компенсацію, розмір якої дорівнює вартості застави. **Бланковий кредит** видається боржнику під його зобов'язання погасити кредит у відповідний строк. Як правило, документом при цьому слугує **соло-вексель** з одним підписом боржника. Різновидами бланкових кредитів є **контокорент** та **овердрафт**.

Контокорент – одна з найстаріших форм банківських операцій. Вона є особливою формою кредитної угоди, згідно з якою кредитна операція передбачає відстрочку платежу, який мав би бути здійсненим за відсутності контокорентної угоди. Це здійснюється з метою збереження у клієнтів певних коштів, які вони повинні сплачувати для вирішення інших проблем, що дає змогу прискорити обіг коштів, розширити операції. Викладені вище критерії класифікації кредитів ілюструє рисунок 21.

Тема 3. Механізм здійснення міжнародних кредитів

3.1. Товарні кредити.

Одним з важливих інструментів кредитування та засобом мінімізації ризику при здійсненні зовнішньоторговельних операцій виступає **товарний акредитив**. **Товарний акредитив** – це зобов'язання банку за дорученням та за рахунок клієнта впродовж встановленого терміну видати певному одержувачу обумовлену суму в певній валюті за умови подання ним необхідних документів. Надання акредитиву може бути пов'язане з виставленням клієнтом векселя.

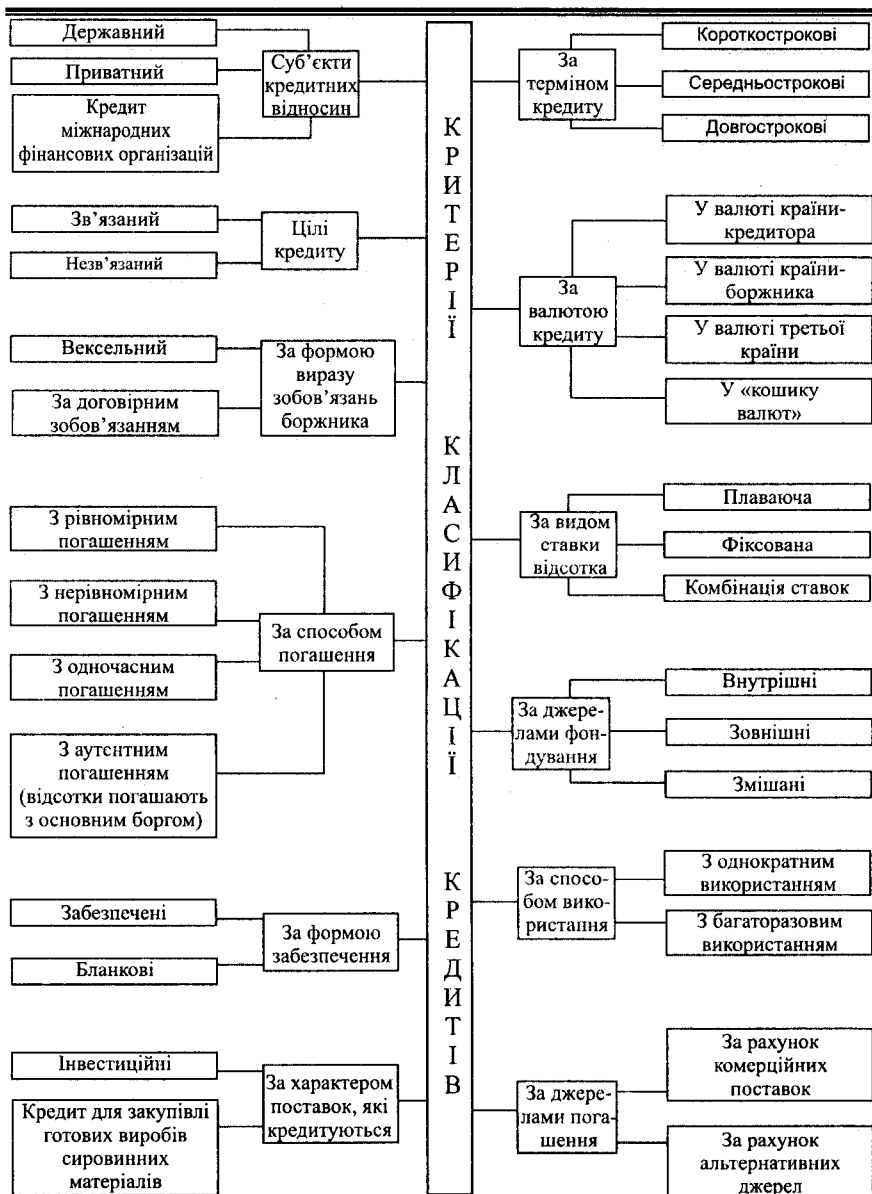


Рисунок 21. Класифікація кредитів

В основі акредитива лежить бажання постачальника мати більшу впевненість у тому, що покупець оплатить поставки. Згідно з укладеним договором, покупець повинен до поставки товарів здійснити переказ певної суми до вказаного експортером банку. Після своєчасного та документально підтвердженого відправлення товарів продавець може одержати кошти, які перебувають у банку згідно з акредитивом.

Відповідно до вимог, які були прийняті **Міжнародною торговельною палатою** для товарного акредитива, існують дві основні форми акредитива: **відзивний** та **безвідзивний**. Форма акредитива встановлюється при укладенні договору. Будь-який акредитив, якщо його не визначено як безвідзивний, є відзивним акредитивом. Відзивний акредитив не створює ніяких правових зобов'язань між банком, який його відкриває, та бенефіціаром (тим, хто отримує платіж), тому в останнього немає повної впевненості щодо одержання коштів. Насамперед це зумовлюється тим, що такий акредитив може в будь-який час бути відізований чи замінений банком або тим, хто його виставив. Згідно з правилами, відзив акредитива дозволяється без повідомлення бенефіціара. Внаслідок того, що інтереси експортера при цьому можуть бути ущемлені, більшого поширення набув **безвідзивний акредитив**. Цей акредитив є твердим зобов'язанням банку перед бенефіціаром.

У практиці набуває дедалі більшого поширення також використання **підтвердженого акредитива**, особливо якщо не відома платоспроможність імпортера та його банку. Він забезпечує експортеру безвідзивне зобов'язання платежу з боку його банку, тому що банк на підставі цього підтвердження зобов'язаний здійснити оплату з наданням відповідних документів у будь-якому випадку. Платіж здійснюється навіть тоді, коли імпортер або його банк не можуть або не бажають платити. Це означає, що ризик такого неплатежу переходить до банку експортера, а експортер отримує повну гарантію платежу. Але це вимагає збільшення витрат – угода про виставлення підтвердженого безвідзивного акредитива передбачає сплату відповідної комісії (плати) за підтвердження. Комісійні витрати у кінцевому підсумку сплачує імпортер.

Значні за розмірами банки надають **акцептний кредит** або **кредит у формі акцепту тратт**. Суть цього виду кредиту полягає у домовленості експортера з імпортером, що платіж за товар буде здійснено через банк шляхом акцепту останнім виставлених експортером тратт.

Поширення кредиту у формі акцепту тратт зумовлене обмеженнями комерційного кредитування. Експортер дуже часто не знає платоспроможності та надійності імпортера з іншої країни. Під час продажу товару в кредит такому покупцеві у експортера виникають сумніви щодо сплати векселя, який акцептований імпортером. Тому він у деяких випадках швидше утримається від кредитування під акцепт невідомого йому імпортера. Навіть у випадку, коли в експортера не виникає сумнівів щодо платоспроможності імпортера та в оплаті акцептованої ним тратти, кредитування імпортера під вексель може бути утрудненим для експортера, насамперед тому, що останньому буде важко облікувати у будь-якому банку тратту, яка акцептована невідомим або маловідомим у цій країні імпортером з іншої країни. Все це і зумовило розвиток банківського кредитування імпортера у формі акцептних кредитів. Замість імпортерів тратту експортерів акцептує банк імпортера, на який вона вже безпосередньо виставляється експортером. Місце невідомого імпортера займає банк, більш платоспроможний та більш відомий у країні експортера, ніж фірма-імпортер. Банки беруть за свій акцепт винагороду з імпортерів і забезпечують себе від ризику на випадок непогашення імпортером наданого йому кредиту. Акцептні операції банків розширюють для експортерів можливість збуту товарів у кредит, а для імпортерів полегшують їх оплату.

Основні риси акцептної операції полягають у тому, що експортер під час продажу товарів у кредит ставить перед імпортером вимогу оплачувати товари з допомогою акцепту тратт експортером, банку імпортера (або будь-яким іншим банком за домовленістю з імпортером). Імпортер робить запит у свого банку (або в іншого) про можливість надання йому акцептного кредиту. Після отримання згоди банку імпортер повідомляє експортера про свою згоду на запропоновану форму розрахунку за товари банківськими акцептами, й сторони укладають угоду.

Відповідно до умов контракту експортер відвантажує товар, оформляє товарні документи та одночасно **випишує тратту** на банк імпортера. Вказані **товарні документи**, що одночасно виписані також і на ім'я банку-імпортера, разом із траттою експортер передає своєму банку для пересилання документів банку імпортера.

Банк імпортера після отримання товарних документів разом з траттою повідомляє імпортера про його зобов'язання внести банку

суму тратти до настання терміну її оплати й видає імпортеру товарні документи, зазвичай під зберігальну записку, яка гарантує належність товару банку. Після цього банк імпортера акцептує виставлену на нього експортером тратту та відсилає її банку експортера.

За певний проміжок часу до оплати тратти імпортер вносить до банку її суму, за рахунок якої банк і оплачує її в день, коли настає термін оплати. При цих операціях банк не вкладає ресурсів у кредитування імпортера. По суті, своїм акцептом банк тільки гарантує експортеру оплату товару імпортером. Зважаючи на банківський акцепт, імпортер отримує можливість користуватися банківським кредитом на термін від акцепту тратти до внеску грошей на її оплату. Таким чином, у цій операції банк імпортера стосовно експортера виступає боржником, а імпортера – кредитором. У випадку невиконання імпортером своїх зобов'язань перед банком за акцептним кредитом банк за рахунок своїх коштів оплачує тратту, яка акцептована ним.

3.2. Акцептно-рамбурсний кредит

Акцептно-рамбурсний кредит є певним ускладненням акцептного кредиту. Місце банку імпортера посідає **міжнародний першокласний банк**. Зазвичай це пов'язано з вимогами експортера отримати тратту, яка акцептована великим банком і може бути легше врахованою, ніж тратта, яка акцептована банком імпортера, котрий є недостатньо відомим у країні експортера.

Хід **акцептно-рамбурсної операції** в основному повторює **акцептну операцію**. На прохання імпортера його банк забезпечує йому одержання акцепту великого міжнародного банку. Якщо банк імпортера вважає можливим надати кредит імпортеру, він звертається з проханням про акцепт тратт, що виставлені експортером до міжнародного банку. Міжнародний банк дає згоду банку імпортера, якщо не має сумніву щодо його платоспроможності. Після цього за кілька днів до терміну акцепту тратт вищеназаним міжнародним банком банк імпортера надсилає міжнародному банку своє зобов'язання здійснити переказ йому грошових коштів для їх оплати. Таке зобов'язання банку про переказ (рамбурсування) сум для оплати акцептованих тратт називається рамбурсним зобов'язанням. Відповідно до цього одержала назву і форма кредитування імпортерів.

Схема операцій за **акцептно-рамбурсним кредитом** передбачає такі дії:

- прохання імпортера банку про відкриття кредиту;
- прохання про відкриття акцептного кредиту та рамбурсне зобов'язання, яке надсилається банком у країні імпортера банку на міжнародному фінансовому ринку;
- відкриття акцептного кредиту банком на міжнародному фінансовому ринку на користь експортера у банку-кореспондента і в країні експортера;
- повідомлення експортеру з боку банку в країні експортера;
- відправлення товару експортером та передання товарних документів та тратти в банк у країні експортера;
- пересилання банком у країні експортера банку на міжнародному ринку одного примірника тратти на акцепт у супроводі товарних документів;
- урахування на грошовому ринку другого примірника тратти;
- пересилання банком на міжнародному фінансовому ринку документів про відвантаження банку в країні імпортера та видача їх імпортеру під зберігальну розписку;
- передавання складу товару під заставне свідоцтво;
- передавання банку в країні імпортера заставного свідоцтва в обмін на зберігальну розписку;
- продаж імпортером на внутрішньому ринку товару та викуп ним у банку заставного свідоцтва;
- перерахування банком у країні імпортера частини виручки за товар, який є необхідним для погашення тратти, на рахунок банку-акцептанта і видача залишків виручки імпортеру;
- пред'явлення тратти банку-акцептанту в строк та її оплата.

На практиці надання акцептно-рамбурсного кредиту нерідко пов'язане з одночасним відкриттям імпортером акредитива. У цьому випадку останній виступає як гарантія виконання зобов'язань.

Брокерські кредити є різновидом комерційного кредитування торговельними посередниками експортерів та імпортерів. Брокери нерідко видають гарантії за кредитами, які отримують експортери та імпортери, за особливу винагороду.

Свої основні економічні функції – фінансування на інтернаціональному рівні світового процесу виробництва та міжнародного платіжного обороту – міжнародний кредит може здійснювати лише при забезпеченні позичальників довгостроковими та середньостроковими фінансовими ресурсами.

3.3. Кредити постачальнику і покупцю.

Експортери під час надання **середньо- та довгострокових кредитів** насамперед застосовують такий інструмент, як **вексель**. У зв'язку з наявністю значного ризику, пов'язаного з оплатою тратт імпортером, труднощами обліку тратт, які акцептовані імпортером, подальший розвиток фірмового кредиту супроводжувався створенням системи страхування експортних кредитів спеціалізованими банками. Спочатку банки вийшли у сферу зовнішньої торгівлі як кредитори експортерів. Такі **кредити називаються кредитами постачальнику** (рисунок 22).

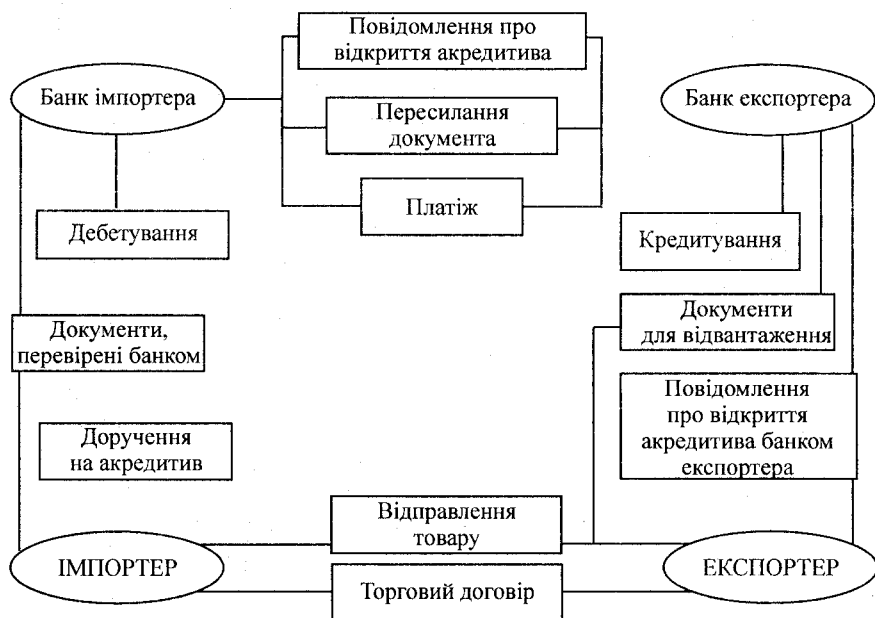


Рисунок 22. Механізм здійснення кредиту постачальнику

Але з часом національні банки країни-експортера почали здійснювати більш гнучку політику зовнішньоторговельного кредитування. Вони почали надавати кредити безпосередньо імпортеру. Це дало йому можливість розплатитися за поставки експортера коштами, одержаними від банку. Такий метод банківського кредитування зовнішньої торгівлі називається **кредитом покупцю**. Кредити

покупцю найбільш вигідні саме імпортеру – в нього з'являється можливість вибору фірми-постачальника, хоча і тільки в окремій країні. Одночасно термін кредиту подовжується, а вартість деякою мірою знижується. При цьому фірми-постачальники, які усунені від безпосередньої участі у кредитуванні експорту, не мають можливості підвищити ціни кредиту. Останнє досить часто відбувається при застосуванні фірмового кредиту і навіть кредиту постачальнику.

Вартість банківського кредиту покупцю фіксується на декілька років на рівні, нижчому за вартість позичкових коштів на ринку капіталів, що сприяє підвищенню їх конкурентоспроможності. Строк кредиту покупцю перевищує строк кредиту постачальнику (переважно це середньо- та довгострокові позики). Банки при цьому можуть відкривати кредитні лінії для іноземних позичальників на оплату товарів, які були придбані. У цих механізмах банки виступають партнерами підприємницької діяльності клієнтів. Вони беруть участь у переговорах про торговельно-виробниче співробітництво, виступають центрами економічної інформації та вивільняють експортерів від різного роду фінансових та комерційних ризиків. Механізм здійснення кредиту покупцеві показано на рисунку 23.

Останнім часом ринок **єврокредитів** перетворився на важливе джерело позичкових коштів для світової економіки. Специфічними інструментами надання середньострокових та довгострокових банківських кредитів на ринку єврокредитів є **роloverні та консорціальні кредити**.

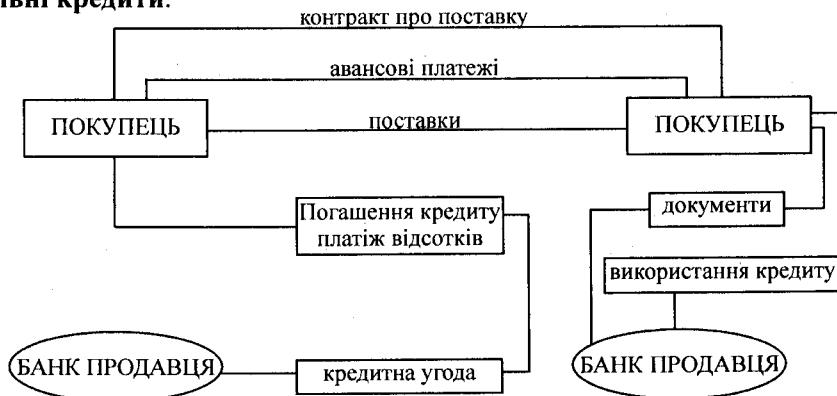


Рисунок 23. Механізм здійснення кредиту покупцеві

3.4. Роловерні та синдиційовані кредити.

Найменування роловерних кредитів, ставка за якими періодично переглядається, походить із факту рефінансування банками позичок 3-6-місячними депозитами. Це означає постійне повторювання відновлення потреб у рефінансуванні. Іншими словами, кредит має періодично «перекредитовуватися». Відповідно кожні 3-6 місяців позичальники переглядають також ставки відсотка. До основних форм роловерного кредиту відносять: **роловерні європозики, відновлювані роловерні кредити та роловер-стенд-бай єврокредити (роловерні кредити підтримки).**

Роловерні європозики на початку свого використання мали фіксовані ставки відсотка. Внаслідок краху **Бретон-вудської системи** при їх наданні почали використовувати «плаваючі» ставки відсотка.

Відновлювані роловерні кредити не мають встановленого загального розміру суми кредиту. При його одержанні обговорюється лише дата зміни ціни та обсягу кредиту в межах терміну надання, що, як правило, збігається з часом зміни ставки відсотка. Базою для їх виникнення слугували національні револьверні, або контокорентні, кредити, в яких практикують використання овердрафту.

Роловер-стенд-бай єврокредит (роловерний кредит підтримки) має характер підстрахувального. При укладенні договору на його отримання позика фактично не надається. Банк лише бере на себе зобов'язання надати впродовж дії договору єврокредит за першою вимогою позичальника.

При цьому базою для регулювання ціни кредиту виступає ставка, яка застосовується в операціях провідних банків у Лондоні – **ЛІБОР (London Interbank Offered Rate)**. Ця ставка пропонується на лондонському міжбанківському ринку. Дана ринкова ставка за короткостроковими кредитами зазнає значних коливань, особливо поза межами встановлених строків. Унаслідок цього процентні ризики, які беруть на себе позичальники відповідно до угод, дуже високі – значно вищі за інші ризики. На практиці ставка за роловерними кредитами розраховується з допомогою додавання різниці до ставки **ЛІБОР**. Ця різниця називається **маржею**, або **спредом** та фіксується у кредитній угоді. Спред слугує компенсацією банку-кредитору за виконання ним відповідної роботи, ризик і за користування його капіталом. Тому розмір спреду розподіляється відповідно

до терміну кредиту та класу або положення позичальника. Тим самим враховуються ризики країни та кредиту, мають вплив також ринкові умови.

Якщо кредит не вибирається повністю зразу ж після його надання, за невикористану частину кредиту спланується **комісія за зобов'язанням**. На додаток до цього позичальник повинен оплатити витрати на консультації та ін.

Терміни за роловерними кредитами значною мірою коливаються залежно від положення позичальника та ринкової кон'юнктури. Як правило, термін такого кредиту становить від **3 до 10 років**. Кошти передаються позичальнику до закінчення терміну, але в разі дострокового погашення береться комісія. Час від часу позичальник має право на користування кредитом на **«револьверній» (відновлювальній)** основі, маючи можливість погасити та отримати його протягом одного й того ж терміну кредиту.

Розміри роловерних кредитів варіюють у дуже широких межах. Кредити розміром **100-300 млн дол.** – зазвичай, а рекордний за розміром кредит становив **2,5 млрд дол. і був наданий Великобританії**.

Роловерна система кредитування виконує важливу функцію трансформування короткострокових коштів у більш тривалі. Справа в тому, що використання короткострокових коштів для кредитів довгострокового терміну призводить до втрат у банківській ліквідності. Крім цього, існування єврокредитних ринків, де є можливість отримати значні за розмірами позики, вимагало, щоб такого роду можливості використовувалися не тільки для задоволення цьогочасних потреб, а й для інвестування та довгострокових державних програм. Необхідність розв'язання цих завдань вимагала розробки специфічного механізму кредитування. Ним і стала банківська кредитна діяльність на основі пасивних операцій із сертифікатами на депозит та активних операцій з відновлюваними роловерними кредитами. Останні слугують основою і для пасивних операцій, коли банки мають можливість за рахунок роловерних позик короткого терміну надавати кредити на більш тривалі строки.

Але надання кредитів на більші терміни за рахунок коштів меншого строку навіть з допомогою такого механізму не ліквідує ризику втрати ліквідності, особливо коли йдеться про значні кошти, типові для міжнародного ринку. Деякою мірою рішення було знайдено з допомогою застосування принципу розподілення ризику.

Намагання зменшити ризик при наданні позичок примусило банки вдосконалювати механізм кредитування, використовуючи, зокрема, випуск **цінних паперів під роловерні єврокредити**. Після укладення контракту позичальник видає кредитору зобов'язання про своєчасне погашення позички, відсотка та комісій. Таке зобов'язання надає додаткові гарантії кредитору і є, по суті, ліквідним папером, який можна переоблікувати. При наданні кредиту також застосовується емісія сертифікатів, які підтверджують участь у єврокредиті. Такі сертифікати теж можуть як перепродуватися іншим фінансовим установам, так і обліковуватися.

Середньострокові та довгострокові кредити на значну суму надаються, як привило, **банківськими консорціумами (синдикатами)**. Техніка надання таких кредитів передбачає, що один банк, який має назву **управляючого** та підтримується банко-менеджерами, проводить переговори з позичальником про умови кредиту. Члени управляючої банківської групи підписуються на певні частини спільного кредиту, тобто вони стають **банками-андерайтерами**. Як правило, вони роздрібнюють частки своєї участі й передають їх іншим кредиторам. При організації консорціального кредиту на додаток до базової відсоткової ставки та маржі сплачуються комісії за управління, участь, посередництво (агентська), а також витрати на консультації тощо.

Банківські синдикати внаслідок розпорошення ризику кредитних операцій серед багатьох банків мають більше можливостей трансформації короткострокових пасивів у довгострокові активи, ніж будь-який інший, навіть великий за розмірами банк. По суті середньострокові банківські кредити надають позичальнику кошти на короткі строки (**3-6 місяців**), але з систематичним подовженням до закінчення терміну кредиту.

Роловерні кредити порівняно з національним банківським кредитом мають як **недоліки**, так і **переваги**, їх недоліки пов'язані з тим, що, будучи за своїми параметрами середньостроковими, вони надаються в цілому на коротші терміни. Крім того, ставка відсотка за єврокредитами здебільшого вища за ставки банківського кредиту, який підтримується державою. Переваги ж їх полягають у тому, що кредити можуть бути надані в будь-якій вільноконвертованій валюті, й це надає позичальнику можливість використовувати ці кошти на свій розсуд, не обмежуючи свої господарські рішення. Довго-

строкове кредитування (строком на 10-15 і більше років) набуло розвитку насамперед у практиці кредитування урядів країн, які стикаються з проблемами заборгованості. **Розрізняють такі форми довгострокових кредитів: міждержавні кредити за рахунок асигнування бюджетних фондів; двосторонні державні; міжнародних та регіональних валютно-кредитних і фінансових організацій; по лінії надання допомоги, яка разом з технічною допомогою, безвідплатними дарами, субсидіями включає позики на пільгових умовах.**

Наприклад, **МВФ** у межах власного фонду надає кредити найбільшим країнам, що розвиваються, строком на **10 років**, якщо вони мають труднощі з платіжним балансом. На строк **15 років** надає кредити і **Фонд структурної адаптації країн**, які відповідають вимогам **Міжнародної асоціації розвитку (МАР)**.

Досить часто здійснюється змішаний вид міжнародного кредиту. Наприклад, звичайні форми кредитування експорту поєднуються з наданням фінансової допомоги або «м'яких» кредитів.

3.5. Спільне кредитування.

Новою формою кредитування, яка найчастіше використовується при наданні кредитів країнам, що розвиваються, є **спільне фінансування кількох кредитними установами значних за розмірами проектів**, переважно в галузях інфраструктури. Ініціаторами спільного фінансування виступають **Світовий банк, МВФ, ЄБРР**, які залучають до цих операцій комерційні банки. Необхідно зауважити, що останні частіше кредитують на пільгових умовах (за ставкою, меншою від ринкової) найбільш привабливу частину проекту.

Практикують дві форми спільного кредитування:

– паралельне фінансування, за якого проект поділяється на дві частини, що кредитуються різними кредиторами в межах установленної квоти;

– співфінансування, за якого всі кредитори надають кредити впродовж реалізації проекту.

Спільне фінансування надає певні переваги позичальнику, оскільки відкриває йому доступ до пільгових кредитів. Але більш вигідним воно є для кредиторів. За такого фінансування вони отримують додаткові гарантії своєчасного погашення позички боржником. Має місце і посилення фінансової залежності країни-боржника від кредитора.

Синдикати комерційних банків часто надають кредит за умови отримання країною-позичальницею кредитів МВФ або Світового банку. Це має на меті регулювання доступу позичальників на світовий ринок позичкового капіталу, виходячи з політичних та економічних міркувань.

Однією з особливостей сучасної зустрічної торгівлі є складний фінансовий механізм її забезпечення та велика роль банків у ньому. Сторони повинні мати механізм взаємного кредитування, функціонування якого забезпечується через традиційний розрахунково-фінансовий механізм банку. Водночас набула розвитку практика, згідно з якою банки надають середньо- та довгострокові кредити при здійсненні компенсаційних угод найбільш складного характеру з точки зору економічних зв'язків між сторонами (компенсаційних проєктів, які включають елементи виробничої кооперації).

Перші угоди про зустрічну торгівлю, в яких брали активну та значну за масштабами участь банки, були **бартерними**, за яких одна сторона кредитує іншу на значні суми порівняно тривалий час. До **1980-х років** банківська участь у зустрічній торгівлі сформувалась у трьох видах:

- у вигляді спеціалізованих банків, найчастіше невеликих, але діючих під керівництвом провідних банків;
- відділів зустрічної торгівлі в більшості великих транснаціональних банків;
- у вигляді дочірніх спеціалізованих торговельних компаній, які належать банкам.

У межах кредитування зустрічної торгівлі традиційна функція банків деякою мірою трансформується: вже не колишні показники платоспроможності розглядаються банком під час оцінки надійності позички, а ймовірність ефективного здійснення проєкту в цілому та зустрічних поставок, які повинні забезпечити його прибутковість та кошти на погашення позички. Певним чином на таку переорієнтацію при аналізі показників вплинула так звана **«криза заборгованості»**, коли чимало країн стали неплатоспроможними або опинилися на грані банкрутства. Зустрічні поставки, що виступають певною мірою альтернативною гарантією платоспроможності, надають банкам можливість продовжувати надавати послуги з фінансування експортних операцій своїх клієнтів.

3.6. Кредитування за компенсаційними угодами.

Банки надають довгострокові кредити за **компенсаційними угодами**. Ці кредити ґрунтуються на механізмах взаємного постачання товарів на однакову вартість. Такі кредити завжди мають цільовий характер: отримуючи у кредит (**приміром на 10 років**) машинне устаткування для створення та реконструкції підприємств, освоєння природних ресурсів, позичальник на погашення кредиту здійснює зустрічне постачання продукції побудованих або реконструйованих підприємств. Характерна риса компенсаційних угод – значні масштаби та довгостроковий характер, взаємна зумовленість експортної та імпоротної угод. Кредит за компенсаційними угодами слугує для імпортера засобом ув'язки платежів за придбані машини та устаткування, виручки від зустрічних поставок товарів на експорт як компенсацію відповідних витрат.

При кредитуванні компенсаційних угод використання **підприємницьких кредитів** має обмежений характер, переважають довгострокові кредити, що надаються банківськими консорціумами. Це зумовлено тим, що національне законодавство досить часто встановлює для окремих банків ліміт кредитування одного позичальника, а також тим, що банки прагнуть обмежити ступінь ризику при наданні кредитів.

3.7. Міжнародні позики під цінні папери.

Частиною довгострокового міжнародного кредитування є **міжнародні позики** – міжнародні кредити, які надаються у валюті, залучення державними або приватними корпораціями позичкових коштів на національному та світовому ринках позичкових капіталів шляхом **випуску своїх боргових зобов'язань**, тобто **емісії цінних паперів** (середньострокових нот, довгострокових облігацій та ін.). Найбільш поширені емісії облігацій, які можуть бути поділені на два сектори: **іноземні облігаційні позики** та власне **міжнародні облігаційні позики**, або **європозики**. Іноземні облігаційні позики (міжнародні кредити, які надаються у валюті) – це емісія облігацій іноземними емітентами з метою мобілізації капіталу насамперед національних кредиторів певної країни. Такі емісії були найбільш поширені в перші десятиліття **XX ст.**, потім їхнє значення зменшилося, але з **1960-х років** вони знову набули певного поширення. У сучас-

них умовах більшість випусків іноземних облігацій практично зосереджені на фінансових ринках **чотирьох** країн. Це – міжнародні кредити, які надаються у валюті **США, Швейцарії, Японії** та євро і підпорядковуються регламентаціям щодо цінних паперів країни емісії, але на практиці їх обіг здійснюється згідно з більшістю принципів євrorинків, насамперед тому, що вони виступають безпосередніми конкурентами власне єврооблігацій. У сфері стягнення податків, методів емісії та функціонування вторинного ринку правила дуже близькі до правил євrorинку. Головні відмінності обумовлюються країнами-емітентами – **Швейцарією** та **Японією**.

Швейцарія, яка монополізувала 2/3 емісій іноземних облігацій у 1986 та 1987 рр. та практично половину міжнародних кредитів, які надаються у валюті, намагається уникнути розвитку ринку швейцарського єврофранка для того, щоб не розширювати міжнародну роль своєї валюти. Тому вона й перешкоджає розміщенню швейцарськими банками єврооблігацій у швейцарських франках. Унаслідок цього бажаючі зробити емісію у цій валюті можуть використовувати єдину можливість – міжнародні кредити, які надаються в іноземній валюті. Тієї ж тактики дотримується і **Японія**. Що стосується **США**, які виступають третьою провідною країною іноземних емісій, то їхнє становище відповідає традиції американського ринку, який зменшується, але має незначну вагу.

Залежно від країни емісії ці облігації мають спеціальні назви: **Yanke Bonds** у **США**, **Samourai Bonds** в **Японії**, **Bulldog Bonds** у **Великобританії** та **Chocolate Bonds** у **Швейцарії**.

Ринок іноземних облігацій розвивається не так динамічно порівняно з ринком власне облігацій. Але ця тенденція може змінитися насамперед під впливом зміни відповідних обмежень на національних та міжнародних ринках капіталів.

З початку свого виникнення позики у формі вільного випуску облігацій на зовнішньому ринку позичкових капіталів базувалися на принципах єдності місця, валюти та біржового котирування. Наприклад, облігації французької позики на англійському ринку капіталів були випущені у фунтах стерлінгів і купувалися англійськими інвесторами на основі лондонського котирування.

Після Другої світової війни виникли перепони для розміщення облігаційних позик, особливо у **Західній Європі**. Це було пов'язано з нестачею довгострокових джерел позичкового капіталу та недоста-

тнім розвитком інституційних інвесторів, нестійкістю валют та платіжних балансів, жорстким контролем за допуском іноземних позичальників на національні ринки позичкового капіталу. Тому набули розвитку міжнародні облігаційні позики, які випускаються банками одночасно на декількох провідних ринках позичкового капіталу у валюті третьої країни. Ці **міжнародні облігаційні позики**, які мають назву **єврооблігаційних або європозик**, вперше почали випускатися з **1963 р.** і поступово почали слугувати вагомим джерелом залучення фінансових ресурсів державами, містами, корпораціями.

Згідно з існуючою практикою до емісії допускаються відомі емітенти, які мають намір залучити значні кошти. Впродовж тривалого часу позичальниками були майже виключно підприємства та організації промислово розвинутих країн та міжнародні інститути, а також держави. За останні роки зросла частка банків та фінансових інститутів.

Ринкова ставка відсотка залежить від валюти позики та фіксується на весь термін. Ціна цінних паперів коливається залежно від рівня ринкової ставки відсотка, регулювання якої відповідно до ринкових умов відбувається раз на півроку. Біржове котирування здійснюється, як правило, на ринках **Люксембурга, Лондона, Франкфурта-на-Майні**. Позичальником сплачуються комісії. Купони цінних паперів, що емітуються публічно або підлягають приватному розміщенню консорціумами міжнародних банків, звільняються від податку.

Використовуються різноманітні фінансові інструменти: звичайні облігації з фіксованою або плаваючою ставкою; облігації, що конвертуються в акції або супроводжуються правом на придбання акцій, інші види облігацій. Цей ринок пропонує також короткострокові цінні папери з плаваючою ставкою, які є **сертифікатами**, що передаються на пред'явника строком до п'яти років та підлягають одно-разовому відшкодуванню.

Банки організували вторинні ринки єврооблігацій у **Люксембурзі, Лондоні, Франкфурті** та ін. Банк **Morgan Guaranty** створив у **1968 р.** клірингову палату в **Брюсселі**, в капіталі якої беруть участь **120 банків**, – **Euroclear**. Друга клірингова палата була створена на початку **1970-х років** європейськими банками (Центр постачання єврооблігацій – **CEDEL**), яка налічує **94 банківських акціонери**.

Основна різниця між двома видами облігацій (іноземними та власне єврооблігаціями) полягає в тому, що перші продаються на

певній біржі, тоді як другі не обов'язково котируються в певному географічному місці. Щодо обсягів, то ці дві категорії облигацій мали однакову вагу в 1970-ті роки та на початку 1980-х років, але потім ситуація дещо змінилася. Починаючи з 1982 р. євроемісії почали в 2 рази перевищувати емісії іноземних облигацій, у 1987 р. вони були в 4 рази більшими.

Майже до середини 1980-х років більша частина європозик здійснювалася у євродоларах, але в наш час поширення набули інші євровалюти.

Ринок єврооблігацій практично закритий для позичальників, які мають репутацію ненадійних боржників.

Організація публічних емісій та приватного розміщення на євrorинках облигаційних позичок здійснюється спеціально створеними для цього міжнародними синдикатами (консорціумами) або пулами. Звичайно вони мають триярусну структуру, яка включає групу управління, групу розміщення та групу продажу.

Упродовж останніх років банки дедалі більше орієнтуються на діяльність на ринках капіталів, насамперед на євrorинках. Нові електронні інформаційні технології в банківській справі дають змогу отримати моментальну інформацію про стан справ в усіх провідних фінансових центрах та надзвичайно швидко обробити її. Це створює можливості отримання прибутків на основі проведення арбітражу між різними фінансовими центрами, посилює взаємозв'язок між ринками прямих банківських кредитів та ринками облигацій.

Розвиток євроемісій з фіксованою ставкою відбувається залежно від різниці у реальному доході єврооблігацій, з одного боку, та грошових вкладів на строк три місяці, з іншого. Коли ця різниця зростає, обсяг євроемісій збільшується. Ринок розширюється тим більше, чим більша ця різниця в період падіння ставок відсотка. Відбувається певна консолідація грошових авуарів.

У нестабільному міжнародному середовищі, що постійно змінюється, внаслідок зміни ставок відсотка та валютних курсів, інвесторам та позичальникам необхідно в будь-який момент пристосовуватися до обставин. Водночас, вони намагаються максимально скористатися з переваг або недоліків податкового законодавства. Фінансові інновації, що масово виникли й поширилися впродовж 1970-80-х років, задовольняють саме ці потреби. Необхідно насамперед підкреслити те, що саме міжнародні ринки найкраще пристосовані

для впровадження інновацій, бо вони менше регламентовані, ніж національні.

До цього часу євrorинки пропонували позичальникам такі **три основні види позик**:

а) короткострокові кредити у євrorвалютах, які давали змогу фінансувати потреби в грошових коштах безпосередньо на зразок грошових кредитів, що пропонуються банками у більшості провідних промислово розвинутих країн;

б) середньо- та довгострокові євrokредити (терміном більше як 18 місяців, але менше від 15 років), які надаються банківським пулом;

в) єврооблігації на міжнародних ринках.

За допомогою застосування спеціальних видів цінних паперів фінансові інновації дають можливість забезпечити будь-яку тривалість позики – від **24 год до безмежності**.

Однією з перших інновацій були послуги гарантованих емісій, які мали замінити євrokредити в умовах нестабільності фінансових ринків. Вони мали на меті запропонувати цінні папери, які користуються довірою як у позичальника, що прагне забезпечити собі певні обсяги середньострокового фінансування за найбільш сприятливими ставками, так і в кредитора, який надає перевагу короткостроковому інвестуванню коштів.

Серед таких фінансових **інновацій** необхідно насамперед зазначити **євроноти RUF, NIF і MOFF**.

Інструменти відновлення підписки (**revolving underwriting Facilities – RUF**) – це середньострокові (**від 5 до 7 років**) кредитні програми, які дають змогу позичальнику періодично випускати на євrorинок короткострокові (**від 1 до 12 місяців**) євроноти при посередництві інвестиційного банку. По суті, ці послуги з відновлення підписки на цінні папери є середньостроковим кредитом, який передбачає продаж короткострокових цінних паперів. У разі неможливості реалізації цінних паперів унаслідок ринкової кризи ліквідності, позичальник має впевненість щодо викупу цих паперів комерційними банками, об'єднаними в гарантійний синдикат, за ціною, обумовленою раніше. Ставки реалізації визначаються шляхом індексації за ЛІБОР заздалегідь. Завдяки цьому позичальник отримує гарантію середньострокового фінансування, що, безумовно, є вигідним для нього.

Гарантійні інструменти (**Notes Insurance Facilities – NIF**) – послуги з випуску боргових зобов'язань з наступним продовженням на тих же умовах – були створені за ініціативою комерційних банків, яких не зовсім задовольняли властивості **RUF**. Насамперед тому, що вони перекладали всі ризики ліквідності тільки на комерційні банки, тоді як ділові банки, не маючи ніякого ризику, отримували теж значні доходи. У паперах типу **NIF** дії з реалізації та гарантії більше не розділяють – банки, які бажають брати участь у реалізації евронт, об'єднуються в синдикат, який робить заяву про придбання цінних паперів, котрі бажає випустити позичальник. Якщо позичальник невдоволений заявою, він може скористатися єврокредитом, який буде наданий цим синдикатом на умовах, погоджених заздалегідь.

В операціях на євrorинку використовуються різні модифікації **RUF** та **NIF**, які утворені відповідно до потреб як позичальника, так і банків.

Фондові інструменти з багатоваріантним вибором (**Multi Options Funding Facilities – MOFF**) – це зобов'язання синдикату банків надавати кредит за першою вимогою та в зручній для клієнта формі. Банки за таку послугу отримують відповідну винагороду. Такі кредити дають змогу позичальнику здійснювати випуск кількох інструментів фінансування, крім короткострокових цінних паперів. Завдяки цьому існує можливість робити вибір між кількома валютами та способами розрахунку ставок відсотка. У таких формах кредитування заінтересовані передусім невеликі та середні фірми, тому що вони підвищують стабільність взаємовідносин кредиторів та позичальників.

У другій половині **1980-х** років набули розвитку негарантовані цінні комерційні папери, які випускаються переважно першокласними позичальниками. Ці папери надають більші пільги, ніж гарантовані, і можуть мати термін до **10 років**.

Значні коливання ставок відсотка на міжнародних та національних ринках грошей останніми роками стимулювали появу та популярність на євrorинку короткострокових зобов'язань зі змінним відсотком (ставки, що плавають). Ставки відсотка за цим новим видом зобов'язань з термінами від **5 до 15 років індексуються за ЛБОР** і періодично переглядаються з метою адаптування до ринкової кон'юнктури (як правило, кожні **6 місяців**).

Поряд зі ставками, що плавають, з'явилося багато видів інших,

які дають змогу задовольнити вимоги різноманітних інвесторів. Це – **прогресивні та регресивні ставки; ставки, які підлягають перегляду; ставки, які регулюються; ставки, що плавають, які перетворюються у фіксовані за умови їх зниження нижче від певного рівня; ставки, що плавають між мінімумом і максимумом; облигації з нульовим купоном, за яким дохід передплатника забезпечується приростом вартості між ціною емісії, яка значно нижча за номінал, та ціною погашення, яку визначають за номіналом.**

Існують також облигації, що мають додаткову перевагу порівняно з відсотковою ставкою. Це дає змогу емітенту пропонувати ставки відсотка нижчі, ніж за звичайними облигаціями. Це – **облигації, що конвертуються, та облигації з варантами.** Облигації, що конвертуються, можуть обертатися у нові облигації, завдяки чому передплатники отримують певні переваги, насамперед при змінах відсотка. Облигації з варантами дають можливість придбати облигації або акції емітента за певною ціною, більш вигідною для передплатника.

3.8. Операційні свопи.

Намагання зменшити ризики, пов'язані зі змінністю ставок відсотка та валютних курсів, призвело до поширення таких фінансових інструментів, **як свопи.** Саме з ними зараз пов'язані більшість облигаційних позик. **Свопи – це повний або частковий обмін заборгованістю.** Механізм здійснення свопу передбачає, що дві сторони беруть на себе зобов'язання обміну валюти або обслуговування боргу (платежі відсотка за двома зобов'язаннями на одну й ту ж суму) на заздалегідь установлених умовах упродовж періоду, який може досягати **10 років.**

У свопах використовується насамперед різниця в ставках відсотка, яка існує на різних сегментах міжнародного ринку капіталів, на різних національних ринках. Це дає змогу позичальнику отримати доступ до кредитних ресурсів на більш вигідних умовах. Використовують свопи найчастіше корпорації-позичальники, а посередниками-організаторами є банки, деякі з них беруть на себе роль біржі свопів (зводять не двох партнерів, а зразу широку позицію з багатьма клієнтами). По суті, операції своп утворюють самостійний середньо- та довгостроковий ринок з певним складом учасників та професійною асоціацією/банків, які спеціалізуються на цих операціях, стандартною технікою та вторинним ринком.

Набули поширення також свопи активів, до яких вдаються кредитори, що потребують реструктуризації балансу або одержання будь-яких інших переваг.

У зв'язку з виникненням кризи неплатоспроможності країн, що розвиваються, з'явилися «**боргові свопи**». Вони передбачають обмін боргових зобов'язань країн, які зазнають труднощів з обслуговуванням зовнішнього боргу між банками та інвесторами (по суті це теж свопи активів). Обмін борговими зобов'язаннями країн, які розвиваються, дав змогу відрегулювати профіль кредитного ризику країни, знизити його шляхом диверсифікації.

У практиці міжнародного банківського кредитування у зовнішній торгівлі використовуються такі форми, як **лізинг, факторинг, форфейтинг**. Вони характерні тим, що в них кредитні відносини виступають лише частиною більш складної сукупності відносин.

3.9. Лізинг.

Лізинг (від англ. **leasing** – довгострокова оренда) означає надання або прийняття у тимчасове використання, оренду майна. Учасниками операції виступають лізингодавач – сторона, яка володіє майном, що надається в оренду, лізингоотримувач – сторона, яка отримує у користування це майно. Економічна суть лізингу полягає у придбанні лізингодавачем на прохання лізингоотримувача майна у виробника на умовах купівлі-продажу і в отриманні його лізингоотримувачем від лізингодавача у виключне використання за певний термін. У відповідній угоді вказується сума орендних платежів, які включають споживчу вартість, послуги лізингодавача та частину додаткової вартості. При цьому майно залишається власністю лізингодавача. Після закінчення терміну дії угоди лізингу користувач (лізингоотримувач) може придбати устаткування у власність, поновити угоду на пільгових умовах або припинити договірні відносини.

Лізинг, таким чином, передбачає відносини купівлі-продажу та оренди, але основою відносин є **кредитна операція – лізингова компанія** надає орендатору фінансову послугу. Лізингодавач купує устаткування у свою власність за повну вартість, але не для власного користування, а для користувача, який отримує та використовує це устаткування. Останній сплачує кошти не одноразово, а поступово – періодичними внесками. Таким чином, **лізинг можна роз-**

глядати як передачу майна у тимчасове користування на умовах повернення, терміновості, платності і кваліфікувати як кредит на придбання основного капіталу. З економічної точки зору, лізинг є специфічним кредитом, який надається у формі майна, яке передається у користування.

Основними видами лізингу є **фінансовий** та **операційний лізинг**. У даному випадку критеріями для розмежування є: обсяг обов'язків лізингодавача на термін використання устаткування.

Здійснення **фінансового лізингу** передбачає, що лізингодавач купує устаткування для користувача, чим фінансує майбутнє використання ним устаткування, повертаючи собі його вартість з періодичних платежів. В інших випадках лізингодавач теж здійснює фінансування – купує устаткування, але водночас має певні зобов'язання щодо устаткування (наприклад, здійснює технічне обслуговування), чого немає за фінансового лізингу.

Фінансовий лізинг – один з найбільш поширених видів – характеризується насамперед тим, що термін, на який устаткування передається у тимчасове користування, наближається за тривалістю до терміну його служби. Лізингодавачем виступає лізингова компанія, яка отримує устаткування у власність безпосередньо у фірми-виробника (рисунок 23).

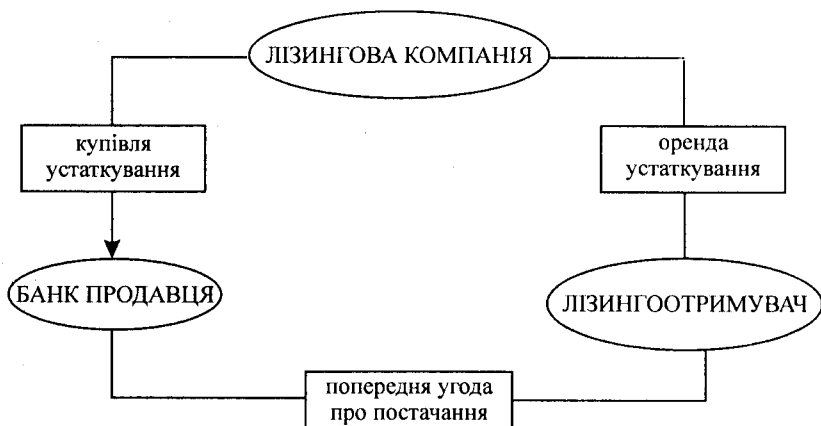


Рисунок 23. Схема здійснення лізингу

Лізингова компанія з придбанням нового устаткування отримує податкову знижку на інвестиції й право на прискорену амортизацію. Це надає можливість зменшувати розмір періодичних платежів.

Різновидом фінансового лізингу є **зворотний лізинг**. У цьому випадку власник устаткування продає його лізинговій компанії та одночасно укладає з нею договір лізингу на це устаткування як користувач. Таким чином, первісний власник отримує від лізингової компанії вартість устаткування, зберігає за собою право володіння та лише сплачує періодичні платежі за користування устаткуванням.

Інший не менш поширений вид лізингу – **операційний лізинг**. Крім обсягу обов'язків лізингодавача, він відрізняється від фінансового і за терміном: при операційному лізингу устаткування використовується протягом терміну, який є меншим за строк економічної служби устаткування. Для того, щоб відшкодувати вартість устаткування, лізингова компанія надає його у тимчасове користування декілька разів, як правило, різним користувачам. Техобслуговування, ремонт, страхування тощо при операційному лізингу покладаються на лізингову компанію. Предметом операційного лізингу зазвичай є устаткування з високими темпами морального старіння.

Одним з найбільш складних видів лізингу є **спільний лізинг**, суть якого полягає в об'єднанні кількох фінансових установ для фінансування значної операції за лізингом, яка не може бути здійсненою окремою установою. Складність відносин за цього виду лізингу насамперед пов'язана зі значною кількістю його учасників. Основна відмінність цього виду лізингу від фінансового полягає у тому, що лізингова компанія, купуючи устаткування, оплачує своїми коштами не всю його вартість, а лише частину, наприклад **20%**. Решту вона бере у кредит в одного або кількох позичкодавців (банків, страхових компаній та ін.). При цьому лізингова компанія користується усіма податковими пільгами, що розраховуються, за повну вартість устаткування, а не частини.

Об'єктами угод **спільного лізингу** найчастіше є устаткування для підприємств з комунального обслуговування, парки вантажних машин, вантажний залізничний парк, судна та ін. Поряд з наявністю у багатьох країнах податкових пільг ще однією особливістю цього виду лізингу є те, що лізингодавач отримує позику у позичкодавців на умовах «без права зворотної вимоги». Це означає, що він не несе відповідальності перед позиконадавцем за виплату позики, вона

має погашатися з сум періодичних платежів користувача.

Міжнародний лізинг з'явився пізніше, ніж внутрішній, приблизно на десятиліття. Операція набуває міжнародного характеру, якщо лізингова компанія та орендатор знаходяться у різних країнах. Угода, за якою лізингова компанія купує устаткування у національної компанії-виробника, а потім надає його в оренду за кордон іноземному орендатору, називається експортним лізингом. Лізинг зберігає міжнародний характер і в тому випадку, коли спеціалізована компанія знаходиться в тій самій країні, що й орендатор. У цьому випадку орендатор використовує іноземне обладнання, придбане за кордоном. Нарешті, в умовах міжнародного лізингу всі три учасники угоди можуть знаходитися в різних країнах.

Для країни-орендодавача **міжнародний лізинг становить певний інтерес**, насамперед як засіб отримання доходу в іноземній валюті. Орендатор же вбачає основну перевагу міжнародного лізингу у використанні більш досконалого іноземного устаткування, одержанні валютних, фінансових та податкових пільг. Наприклад, згідно з правилами **МВФ**, зобов'язання, пов'язані з одержанням в оренду іноземних машин та устаткування, не збільшують зовнішню заборгованість.

У сучасних умовах розвитку міжнародного лізингу сприяє уніфікація правил оренди іноземних машин та устаткування. Свого часу різниця режимів оподаткування, національних законодавств обмежувала поширення міжнародного лізингу.

3.10. Факторинг.

Факторинг (від англійського **factor** – агент, посередник) – це придбання банком або спеціалізованою факторинговою компанією грошових вимог постачальника до покупця та їх інкасація за певну винагороду.

Механізм здійснення **факторингових операцій передбачає такі дії:**

- придбання факторинговою компанією (фактор-фірмою) платіжних вимог до покупців у своїх клієнтів на умовах негайної оплати клієнту **80-90%** вартості від фактурованих поставок;
- оплату в строго визначений термін іншої частини вартості з відрахуванням комісійних та відсотків за кредит, незалежно від надходження виручки від покупців. Платіж, який надходить потім від

покупця, повністю зараховується на рахунок фактор-компанії.

В умовах міжнародних відносин кредитний ризик постачальника особливо зростає при постачанні товарів на експорт, що пов'язано з більшими труднощами оцінки платоспроможності іноземних клієнтів, тривалішими строками документа та товарообігу, факторами політичної нестабільності в країнах-учасниках цих відносин.

Специфіка міжнародного факторингу полягає у тому, що при роботі з експортером факторингова компанія, як правило, укладає угоду з факторинговою компанією країни імпортера та передає їй частину своїх функцій. У свою чергу, вона виконує роботу, пов'язану з дорученнями іноземної факторингової компанії. Такий зустрічний факторинг має назву взаємного або двофакторного. Його переваги зумовлені тим, що для кожної з компаній, які обслуговують імпортерів, боргові вимоги є внутрішніми, а не зовнішніми. Це значно спрощує процедури визначення кредитоспроможності імпортера, страхування ризиків, інкасування бонових вимог та ін.

Факторинг зручніший для фінансування експорту товарів споживання з терміном кредитування **від 90 до 180 днів**. Водночас факторинг, як правило, не покриває політичних та перевідних ризиків, тоді як форфейтер при форфейтуванні будь-якої вимоги за ці ризики несе відповідальність. У багатьох країнах прийшли до висновку, що форфейтування може бути відносно недорогим, альтернативним іншим формам експортного фінансування, що застосовуються зараз.

3.11. Форфейтинг.

Форфейтинг (від французького «*a forfait*» – відмова від прав) – це кредитування експортера шляхом придбання **векселів або інших боргових вимог**. По суті, міжнародні кредити, які надаються у валюті, це форма трансформації комерційного кредиту у банківський, внаслідок якої експортер отримує ряд переваг. Насамперед прискорюється одержання ним коштів за товар, що експортовано, а значить, і обіг усього капіталу. Експортер звільняється від ризику неплатежу та валютного ризику, а також ризику, пов'язаного з коливанням ставок відсотка. Спрощується баланс підприємства за рахунок часткового звільнення від дебіторської заборгованості. **Форфейтинг** – це одна із нових форм кредитування зовнішньої торгівлі, її поява зумовлена швидким зростанням експорту дорогого устаткування з тривалим терміном виробництва, посиленням конкурентної

боротьби на світових ринках та зростанням ролі кредиту у розвитку світової торгівлі.

Форфейтування з'явилося у відповідь на постійно зростаючий попит на міжнародні кредити, який не задовольнявся. На початку 1960-х років, коли почав формуватися механізм форфейтингу, ринок продавців товарів виробничого призначення поступово перетворювався на ринок покупців цих товарів. Значний розвиток міжнародної торгівлі супроводжувався посиленням тенденції зростання вимог імпортерів подовжити термін традиційного **90-180-денного кредиту**. Відродження торговельних відносин між країнами **Західної та Східної Європи** та зростаюча значущість у світовій торгівлі країн **Азії, Африки та Латинської Америки** створили багато фінансових перешкод для західних експортерів. Виникнення цих нових ринків припало на час, коли обтяжуючі інвестиційні зобов'язання фірм, що експортують, перешкоджали фінансуванню ними середньострокових кредитів постачальника за рахунок власних коштів. Банки, що існували тоді, були не в змозі запропонувати послуги, яких потребували експортери.

Швейцарія, яка традиційно виступала значним банківським центром та мала багаторічний досвід у фінансуванні міжнародної торгівлі, стала одним з перших центрів та ринків форфейтування.

З часом стало очевидним, що цей механізм потребує створення в межах традиційної функціональної структури банку спеціального підрозділу – філії, згодом почали створюватися і спеціалізовані компанії, які здійснюють виключно **форфейтування**.

Механізм здійснення операцій **форфейтингу** передбачає, що експортер виконав свої зобов'язання за контрастом і прагне інкасувати розрахункові документи імпортера шляхом їх продажу з метою отримання готівкових коштів (рисунок 24). Покупцями (форфейтерами) стають банк або спеціалізована фірма. Вони беруть на себе комерційний ризик, пов'язаний з неплатоспроможністю імпортерів, без права регресу (обернення) документів на експортера.



Рисунок 24. Схема здійснення операцій форфейтування

Якщо імпортер не виступає першокласним позичальником, який має бездоганну репутацію, форфейтер вимагає в банку країни-імпортера гарантію у формі авалю або безумовну та безвідзивну гарантію за борговими зобов'язаннями, які він хоче придбати. Виконання цієї умови має особливе значення з огляду на необоротність угоди, тому що в разі неплатежу боржником форфейтер як на свою єдину гарантію може покластися тільки на цю форму банківської гарантії. Форфейтер при покупці боргових вимог відраховує відсотки за весь термін, на який вони виписані (дисконтуює векселі), та перетворює тим самим експортну угоду на готівкову. У цьому випадку експортер відповідає тільки за задовільне виготовлення та постачання товару та правильне оформлення документів за зобов'язаннями. Ця остання обставина разом з наявністю фіксованої ставки відсотка, яка стягується з початку операції, робить форфейтинг досить привабливим видом фінансування. Форфейтер може зберігати придбані документи (витрачені ним кошти будуть розглядатися в цьому випадку як капіталовкладення) або може продати їх іншому форфейтеру теж на безоборотній основі. Із настанням терміну платежу кінцевий власник документів пред'являє їх у банк для оплати.

Джерелом коштів для банків, які беруть участь в операціях форфейтингу, слугує ринок євровалют. Внаслідок цього облікова ставка за форфейтингом тісно пов'язана з рівнем процента за середньостроковими кредитами на цьому ринку.

ЛІТЕРАТУРА

- 📖 *Анулова Г.Н.* Международные валютно-финансовые организации и развивающиеся страны. – М.: Финансы и статистика, 1993.
- 📖 *Баринов З.А.* Валютно-кредитные отношения во внешней торговле. – М.: Федеративная книготорговая компания, 1998.
- 📖 *Боринець С.Я.* Міжнародні валютно-фінансові відносини. – К.: Знання, 1999
- 📖 *Економічний словник-довідник / За ред. С.В. Мочерного.* – К.: FEMINA, 1995.
- 📖 *Кредісов А.І. та ін.* Управління зовнішньоекономічною діяльністю. К.: ВІРА-Р, 1998.
- 📖 *Максимова Л.М., Носкова И.Я.* Международные экономические отношения. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1995.
- 📖 *Міжнародні валютно-кредитні відносини: Підручник / А.С. Філіпенко, В.І. Мазуренко, В.Д. Сікора та ін.; За ред. А.С. Філіпенка.* – К.: Либідь, 1997.
- 📖 *Міжнародні економічні відносини: Сучасні міжнародні економічні відносини / А.С. Філіпенко, С.Я. Боринець, В.А. Вергун та ін.* – К.: Либідь, 1992.
- 📖 *Носкова И.Я.* Международные валютно-кредитные отношения. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1995.
- 📖 *Смирнов А., Красавина Л.* Международный кредит: формы и условия. – М., 1995.
- 📖 *Сухарський В.С.* Економічний словник-довідник. – Тернопіль: Навчальна книга – БогДан, 2001.
- 📖 *Сухарський В.С.* Словник-довідник зовнішньоекономічної діяльності. Тернопіль: Астон, 2007.
- 📖 *Сухарський В.С.* Управління зовнішньоекономічною діяльністю: теорія, методологія, практика. – Тернопіль: Астон, 2001.
- 📖 *Сухарський В.С., Сухарський В.В., Охота В.І.* Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: теорія, методологія, практика: Навчальний посібник. – Тернопіль: Астон, 2005.
- 📖 *Шмитгофф К.* Экспорт: право и практика международной торговли. – М., 1993.

РОЗДІЛ 27

ОСНОВИ ОПОДАТКУВАННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Тема 1. Основи податкового регулювання зовнішньоекономічної діяльності: теорія і практика.

Тема 2. Вплив податків на процес іноземного інвестування.

Тема 3. Непряме оподаткування міжнародної підприємницької діяльності в податковій системі України.

Тема 4. Вплив податкових ставок на експортно-імпортні операції.

Тема 5. Фіскальна політика та фінансові інструменти регулювання зовнішньоекономічної діяльності.

Тема 1. Основи податкового регулювання зовнішньоекономічної діяльності теорія і практика

Найвпливовішим видом торговельних обмежень є мито. Митом вважається податок, який стягується з товару при перетині ним митного національного кордону. **Імпортне мито** – це податок, який стягується з імпортованих товарів, у той час як **експортне мито** накладається на експортовані товари. Більшість країн застосовують саме імпортне мито, а експортне в основному застосовується країнами, що розвиваються, по відношенню до традиційного експорту, щоб отримати кращі ціни та збільшити виручку. З іншого боку, імпортне мито накладається з метою захисту окремих галузей економіки.

Мито може встановлюватись **на вартість** та **на кількість** товару. **Адвалерне мито** встановлюється як процент від вартості товару, що є предметом торгівлі. **Специфічне мито** встановлюється як фіксована сума коштів на фізичний обсяг товару. **Комбіноване мито** передбачає одночасне встановлення як адвалерного, так і специфічного мита.

Дуже часто країна не встановлює мита на імпорт сировинних матеріалів або комплектуючих, необхідних для створення кінцевої продукції на території цієї країни. Основною причиною цього є

спроба захопити місцеве виробництво та створити робочі місця в країні. Наприклад, країна може імпортувати вовну без стягнення мита, але встановити імпортне мито на ввезення з-за кордону вовняних тканин та одягу з метою стимулювання національного виробництва тканин та одягу, збільшення кількості робочих місць.

У такому випадку показник ефективного протекціонізму, який розраховується відносно до даної вартості, що створюється в країні, або обсягів національного виробництва, є більшим за номінальну митну ставку, яка розраховується відносно до вартості кінцевої продукції. Національна додана вартість визначається як різниця між ціною кінцевої продукції та вартістю імпортованих матеріалів і напівфабрикатів, які використовуються для виробництва цього товару. В той час, як номінальне мито має більше значення для споживачів, оскільки визначає ступінь збільшення ціни на внутрішньому ринку, ступінь ефективного протекціонізму має більше значення для виробників, оскільки визначає ступінь реального захисту національного виробництва, яке конкурує з іноземним.

Для пояснення наведемо приклад: припустимо, що імпортна вовна вартістю **800 грн.** надходить у національне виробництво для виробництва костюма. Ціна такого костюма при вільній торгівлі становить **1000 грн.**, але уряд цієї країни ввів імпортне мито на костюми у розмірі **10%**. Тоді ціна цього виробу всередині країни становитиме вже **1100 грн.**, з яких **800 грн.** становитиме імпортна сировина, **200 грн.** – національна додана вартість, а **100 грн.** – мито. Мито **100 грн.**, яке стягується з кожного імпортного костюма, є **10%**-відсотковим номінальним імпортним митом, яке нараховується на кінцеву вартість товару (тобто **1000 грн.**) ($1000 \text{ грн.} : 100\% = 10\%$), але відповідає **50%**-ній ставці ефективного протекціонізму, оскільки воно розраховується на національну додану вартість (тобто **200 грн.**) ($200 \text{ грн.} \times 100\% = 50\%$).

У той час, як споживачі більше занепокоєні фактом введення мита у розмірі **100 грн.**, виробники розглядають такий захід як можливість отримання **50%**-ної доданої вартості, що створюється національним виробництвом. Таким чином, для них мито у розмірі **100 грн.** представляє більш високий рівень захисту (**5 разів**), ніж здавалося на перший погляд, коли ми мали інформацію лише про **10%-не** мито. Показник ефективного протекціонізму має велике значення для стимулювання національного виробництва, яке заміщує імпорт.

Показник ефективного протекціонізму буде більшим за номінальну ставку мита в тому разі, **коли сировина мита в тому разі**, коли сировина та комплектуючі будуть імпортуватися без стягнення мита або за зниженими митними ставками порівняно з кінцевою продукцією.

Мито на імпорту сировину є податком для місцевих виробників, що збільшує їхні витрати на виробництво, скорочує вплив ефективного протекціонізму, який ґрунтується на введенні мита на кінцеву продукцію і таким чином перешкоджає національним виробникам. У деяких випадках навіть при позитивному значенні номінального мита на кінцеву продукцію в країні буде вироблятися ще менше товару, ніж при існуванні вільної торгівлі.

Тема 2. Вплив податків на процес іноземного інвестування

Багато країн активно прагнуть залучити якнайбільше іноземних інвестицій. З цією метою вони нерідко створюють особливі, сприятливі умови для іноземного інвестування. Рівень і суть таких сприятливих умов може відрізнятись залежно від **форми і місця інвестування**.

Навіть у тих випадках, коли держава прагне залучити іноземні інвестиції, їх можна здійснювати тільки за визначених обставин і з визначеними обмеженнями. Зокрема, **репатріація прибутку**, роялті, отримані в результаті інвестиції, можуть підпадати під державні обмеження або ж бути обумовленими одержанням дозволу від компетентних державних органів.

Після того, як інвестиція була здійснена, вона підпадатиме під дію місцевого законодавства і залежатиме від місцевих політичних дій, у тому числі можливої політичної нестабільності. Перед здійсненням інвестицій необхідно уважно і вивчити законодавство країни, в якій здійснюватимуться інвестиції. Важливо вивчити всі можливості оскарження дій держави, що призвели до втрати зробленої інвестиції, якщо ці засоби звичайно є. **Необхідно застрахувати іноземну інвестицію від некомерційних ризиків**.

Обмеження на інвестиції може накладати і держава інвестора. Наприклад, багато країн забороняють інвестування за кордоном у вигляді технологій, що особливо важливо для безпеки країни, її зовнішньої політики.

Треба зазначити, що інтелектуальна власність і торгівля нею, в тому числі **ліцензування і франчайзинг**, займають важливе місце серед причин, що спонукають держави регулювати іноземне інвестування (стимулювати або обмежувати). Наприклад, держава може вимагати від іноземного інвестора передачі цінної технології в обмін на дозвіл працювати в країні або на надання привілеїв (наприклад, податкових пільг).

Статутний капітал підприємства формується за рахунок внесків власників (учасників) підприємства. Власники, здійснюючи довгострокове вкладання капіталу (інвестицій) у будь-яке підприємство з метою одержання в майбутньому прибутку, тим самим здійснюють інвестиційну діяльність. Інвестиційна діяльність може здійснюватися також із залученням іноземних **фізичних, юридичних осіб і держав**. Основним законодавчим актом є **Закон України «Про режим іноземного інвестування» від 19.03.96 р. №93/96**. Форми іноземного інвестування досить різноманітні, але найчастіше це або **пайова участь** у підприємствах, створених спільно з українськими юридичними або фізичними особами, або **придбання частки** вже діючих підприємств.

Внесення інвестицій іноземними власниками (учасниками) має ряд істотних відмінностей порівняно з порядком інвестування, встановленим для резидентів **України**. Іноземна інвестиція підлягає **обов'язковій державній реєстрації**, яка здійснюється відповідно до **Постанови Кабінету Міністрів України**. Підставою для реєстрації є такі документи, подані в органи державної влади **іноземним інвестором або уповноваженою ним особою**:

- інформаційне повідомлення про внесення іноземної інвестиції;
- документи, що підтверджують форму іноземної інвестиції (установчі документи);
- документи, що підтверджують вартість іноземної інвестиції (вантажна митна декларація тощо);
- документ, який засвідчує внесення заявником плати за реєстрацію інвестицій (20 неоподаткованих мінімумів громадян).

Після закінчення процедури реєстрації інформаційному повідомленню присвоюється відповідний **реєстраційний номер**. Тільки таким чином оформлення інформаційне повідомлення є підтвердженням **факту державної реєстрації іноземної інвестиції**.

Тема 3. Непряме оподаткування міжнародної підприємницької діяльності в податковій системі України

Практика оподаткування використовує кілька видів непрямих податків – **універсальні та специфічні акцизи, а також мито. Специфічні акцизи** встановлюються на обмежений перелік товарів. У цьому випадку застосовуються диференційовані ставки для окремих груп та видів товарів.

Податок з продажу. Застосовується у сфері оптової та роздрібною торгівлі. Об'єктом оподаткування є реалізація товарів на заключному етапі. При цьому оподаткування здійснюється один раз. Ця форма використовувалась нетривалий час, але поширена і в інших країнах.

Податок на додану вартість. Сплачується на всіх етапах руху товарів, робіт, послуг.

В Україні використовуються три види непрямих податків: акцизний збір (специфічний акциз), податок на додану вартість (універсальний акциз), мито.

Непрямі податки включають у ціни товарів, що реалізуються, робіт, що виконуються, послуг, що надаються. Отже, ці податки є ціноутворюючим елементом і можуть суттєво впливати на загальний рівень цін.

У відпускну ціну продукції підприємств виробничої сфери можуть бути включені два непрямі податки: акцизний збір і податок на додану вартість.

Акцизний збір, що включається в ціну, розраховується у твердих сумах з одиниці реалізованого товару, або виходячи з відсоткової ставки податку до ціни виробника продукції.

Податок на додану вартість, що включається в ціну, розраховується, виходячи з відсоткової ставки податку до ціни виробника і суми акцизного збору, включеного в ціну.

Є особливості визначення суми непрямих податків, що включаються в ціну реалізації товару споживачу (роздрібну ціну), за реалізацію підприємствами товарів, придбаних усередині країни та імпортованих. Акцизний збір і податок на додану вартість включають у відпускну ціну виробника продукції. Отже, підприємства торгівлі

купують товари за ціною, що включає ці непрямі податки. Підприємства торгівлі обчислюють податок на додану вартість від загальної вартості (ціни) придбаних товарів і суми торгової націнки.

Ціна реалізації споживачам імпортованих товарів може включати три види непрямих податків: ввізне мито, акцизний збір, податок на додану вартість.

Ввізне мито встановлюється у твердих ставках у податок на додану вартість євро з одиниці товарів, що імпортуються, або у відсотках до митної вартості імпортованих товарів. Сума акцизного збору, що включається в ціну, визначається у твердих сумах з одиниці товарів, що імпортуються, або за ставками у відсотках до обороту, що включає: **митну вартість придбаних товарів та імпортне мито.**

Непрямі податки мають, в основному, **фіскальне спрямування**. Однак було б неправильно заперечувати регулюючу функцію непрямих податків. На суму непрямих податків відповідно зростає ціна товарів, що впливає на їх виробництво й реалізацію.

Реальними платниками непрямих податків є покупці (споживачі) товарів, робіт, послуг. Ними можуть бути: фізичні особи (населення); юридичні особи; фізичні особи – суб'єкти господарської діяльності, організації, установи, що не є суб'єктами господарювання.

Достатньо складним є вплив непрямих податків на фінансову діяльність, фінансовий стан суб'єктів підприємництва. Суб'єкти підприємництва, реалізуючи товари, роботи, послуги, у складі виручки від реалізації одержують на свої рахунки певні суми непрямих податків, сплачених покупцями (споживачами), а отже, вони є платниками непрямих податків до бюджету.

Вплив непрямих податків на фінансову діяльність, фінансовий стан суб'єктів підприємництва залежно від сфери їх діяльності виявляється по-різному. А отже, є певні особливості впливу непрямих податків на діяльність підприємств виробничої сфери (з урахуванням галузі), тих, які займаються торгово-посередницькою діяльністю, тих, що надають послуги. На практиці застосовується кілька видів мита: **ввізне, вивізне, сезонне, спеціальне, антидемпінгове, компенсаційне.**

Міжнародна практика свідчить, що найбільш поширеним є мито на імпорт.

Платниками мита є фізичні та юридичні особи. Сплата податку здійснюється за перетинання митного кордону. У кінцевому підсум-

ку реальними платниками мита на імпорт є споживачі товарів, що імпортуються.

На фінансову діяльність імпортерів будуть справляти вплив: визначення об'єкта оподаткування, розмір ставок податку, податкові пільги, терміни сплати ввізного мита до бюджету.

Об'єктом оподаткування є **митна вартість товару**, що переміщується через митний кордон.

Користуються двома видами ставок для обчислення суми мита:

– у відсотках до митної вартості товарів, що переміщуються через митний кордон;

– у грошовому розмірі на одиницю товару.

Акцизний збір – це непрямий податок, що встановлюється на підакцизні товари та включається в їхню ціну.

Платниками акцизного збору в бюджет є суб'єкти підприємницької діяльності, їхні філії, відділення, підрозділи:

– виробники підакцизних товарів на митній території **України**, у тому числі з давальницької сировини;

– нерезиденти, які виробляють підакцизні товари на митній території **України**, безпосередньо або через їх постійні представництва;

– юридичні або фізичні особи, які купують підакцизні товари в податкових агентів;

– фізичні особи – резиденти або нерезиденти, які ввозять підакцизні речі на митну територію **України**.

Перелік товарів, на які встановлюється акцизний збір, і ставки акцизного збору затверджуються законодавчо і є єдиними на всій території України для вітчизняних та імпортних товарів.

Тема 4. Вплив податкових ставок на експортно-імпортні операції

Одним із найбільш поширених регуляторів зовнішньоекономічної діяльності є **митний тариф**. Практично всі країни світу за його допомогою вирішують найрізноманітніші завдання: від захисту вітчизняного виробника до поповнення державного бюджету за рахунок коштів, вилучених на кордоні.

Територія України, в тому числі території штучних островів та споруд, що створюються в економічній (морській) зоні, над якими **Україна** має виняткову юрисдикцію щодо митної справи, становить

єдину митну територію.

Митний контроль здійснюється під час:

– ввезення на митну територію **України** товарів з метою їх вільного використання з моменту ввезення і до пропуску через митний кордон;

– вивезення за межі території **України** товарів з метою вільного використання – з моменту ввезення товарів у зону митного контролю і подання необхідних для митного контролю документів на дані товари до вивезення їх за межі митної території;

– транзиту через територію **України** – ввезення в **Україну** і до вивезення з **України**.

Митне оформлення.

Митне оформлення – це сукупність дій, пов'язаних з пропуском в **Україну** чи за її межі товарів, майна та інших предметів, що переміщуються через митний кордон **України**.

Обов'язковою умовою митного оформлення на вантажі є їх **декларування**. **Декларування** – це заява за встановленою формою точних даних про мету переміщення через митний кордон товарів та інших предметів і про самі товари та інші предмети, а також будь-яких відомостей, необхідних для митного контролю та митного оформлення.

Для розмитнення вантажу по експортно-імпорتنим операціям обов'язково потрібно **пред'явити документи**, що підтверджують проведення платежів по отриманому або відправлюваному вантажу.

До митних платежів належать:

- мито;
- плата за проведення митних процедур;
- утримання акцизу при перетинанні кордону;
- нарахування та сплата податку на додану вартість при імпорті товарів, майна та інших предметів.

Відносно товарів, що переміщуються через митний кордон **України**, застосовують три види ставок мита:

- преференційні;
- пільгові;
- повні.

Преференційні – це особливі пільгові ставки, які включають звільнення від сплати мита і застосовуються до товарів, які походять з держав, що разом з **Україною** входять до митних союзів або ство-

рюють з нею спеціальні митні зони, а також при встановленні якогось спеціального преференційного рішення відповідно до міжнародних договорів за участю **України**; їх застосовують в основному до товарів країн, що розвиваються (за винятком товарів, які входять у товарні групи від **25** до **97** позиції).

Пільгові ставки застосовуються до товарів, які мають походження з держав або економічних союзів, що користуються в **Україні** режимом найбільшого сприяння, а також до товарів з країн, які розвиваються (у межах товарних груп позицій **25-97**).

Повні ставки – по інших товарах. Повним митом оподатковуються товари із **Тайваню, ПАР, Сербії, Хорватії, Словенії**.

Разом з тим, існує ціла група товарів, які не обкладаються митом. До них належать:

- товари, які ввозяться з країн, що розвиваються, у межах товарних груп **1-24**;
- валюта **України**, іноземна валюта та цінні папери;
- товари та інші предмети, що внаслідок пошкодження до пропуску стали непридатними до використання як виробі або матеріали;
- товари та інші предмети, що підлягають поверненню у власність (**України**) держави та у випадках, передбачених законами **України**;
- наукове, навчальне обладнання, що надходить на адресу наукових, навчальних закладів;
- предмети матеріально-технічного забезпечення та спорядження, сировина для промислової переробки, продукти харчування та інше майно, що вивозиться за межі митної території **України** для забезпечення виробничої діяльності українських та орендованих українськими підприємствами та організаціями суден, що здійснюють морський промисел, а також продукція їх промислу, що ввозиться на митну територію **України**;
- інші товари та предмети, що визначаються законами **України**, постановами (розпорядженнями) Кабінету Міністрів.

Мито нараховується відповідно до ставок **Єдиного митного тарифу України** і сплачується в національній валюті за поточним курсом **Національного банку України**, діючим на день подання вантажної митної декларації.

Крім сплати мита, обов'язковими платежами при переміщенні вантажів через митний кордон є **митні збори**. Вони нараховуються за вантажною митною декларацією.

Важливим інструментом регулювання зовнішньоекономічної діяльності є **акцизний збір** – непрямий податок на високорентабельні товари (продукцію). Платниками акцизного збору при експорті чи імпорті товарів є суб'єкти **ЗЕД**.

Ставка акцизного збору визначається, виходячи з митної вартості товарів, з урахуванням митних зборів та мита.

Крім акцизного збору, товари, що ввозяться на територію **України**, оподатковуються податками **на додану вартість**. Цей податок стягується з митної вартості імпортованих товарів з урахуванням фактично сплачених сум митних зборів та мита.

Митні органи в разі явного зниження митної вартості або у разі неможливості перевірки й обчислення (наприклад, на зношені або пошкоджені товари) мають право самостійно визначати митну вартість на підставі ціни на ідентичні або подібні товари, що діють у провідних країнах-експортерах.

Податкові ставки та відповідні преференції на них позитивно або негативно впливають на експортну та імпортову діяльність в Україні.

Тема 5. Фіскальна політика та фінансові інструменти регулювання зовнішньоекономічної діяльності

В Україні доходи держави (сектора державного управління) включають у себе доходи державного і місцевих бюджетів, а також Пенсійного фонду і фонду соціального страхування (щодо коштів, одержаних за рахунок обов'язкових страхових внесків підприємств, організацій, громадян). Однак обсяг податків і обов'язкових платежів, які фактично збираються в **Україні**, не може слугувати конкретною оцінкою доходів сектора державного управління, яку закладено в чинному податковому законодавстві. В основі такої оцінки повинні лежати не фактично сплачені, а нараховані податки, збори і обов'язкові платежі, оскільки в **Україні** високим є рівень заборгованості по них.

Наявність такої заборгованості відзначається практично в усіх

країнах з перехідною економікою. Однак, у найуспішніших з них максимальний рівень заборгованості по податках і соціальних зборах не тільки був істотно нижчим, ніж в Україні, але й стабільно знижується.

В Україні особливо високою є сумарна ставка оподаткування трудових доходів, причому значну частину цього податкового навантаження несуть роботодавці. Наприкінці 2002 р. фактична сумарна ставка прибуткового оподаткування для доходів на рівні мінімальної зарплати становила близько **35%**. Гранична ставка оподаткування мінімальних доходів досягла **39,1%**. Однак, для доходів, оподаткованих за максимальною ставкою, гранична сумарна ставка оподаткування в Україні досягла **67,8%**. У 2002 р. сумарна ставка прибуткового оподаткування середньої зарплати становила **39,4%**, а кожна додаткова гривня валової зарплати означала збільшення прибуткового податку і соціальних внесків працівників і роботодавців майже на **50 коп.** Зрозуміло, що такий високий рівень податкового навантаження не може не справляти негативного впливу на ринок праці та функціонування підприємств у офіційному секторі економіки.









Поведінка підприємств, міра свободи їх дій визначаються ринковими цінами і співвідношенням доходів і витрат кожного з них, тобто жорсткістю його бюджетних обмежень.

В умовах, що склалися, ефективніші підприємства втрачають свої конкурентні переваги як на міжнародному, так і на внутрішньому ринках:

- по-перше, погіршується їх міжнародна конкурентоспроможність (через вищий, ніж в інших країнах, загальний рівень податкового навантаження);
- по-друге, втрачаються їх порівняльні переваги на внутрішньому ринку.

Тим часом у таких умовах найменш ефективні підприємства зацікавлені в продовженні своєї діяльності, оскільки це є підставою для збереження податкових пільг. Наслідками здійснюваної податкової політики стали зростання кількості неефективних підприємств у народному господарстві та тривале падіння темпів економічного розвитку, викликане неможливістю перерозподілу обмежених виробничих факторів у найефективніші види діяльності.

ЛІТЕРАТУРА

-  Дроздова Г.М. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності підприємства: Навч. посібник. – К.: ЦУП, 2002.
-  Кредісов А.І. та ін. Управління зовнішньоекономічною діяльністю. – К.: ВІРА-Р, 1998.
-  Сухарський В.С. Економічний словник-довідник. – Тернопіль: Навчальна книга – БогДан, 2001.
-  Сухарський В.С. Словник-довідник зовнішньоекономічної діяльності. – Тернопіль: Астон, 2007.
-  Сухарський В.С. Управління зовнішньоекономічною діяльністю: теорія, методологія, практика. – Тернопіль: Астон, 2001.
-  Сухарський В.С., Сухарський В.В., Охота В.І. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: теорія, методологія, практика: Навчальний посібник. – Тернопіль: Астон, 2005.
-  Сухарський В.С. Зовнішньоекономічна діяльність: організація, технологія, практика, управління. – Тернопіль: Астон, 2006.
-  Шмитгофф К. Экспорт: право и практика международной торговли. – М., 1993.

РОЗДІЛ 28

РИЗИКИ ТА СИСТЕМИ ЇХ ЗАСТЕРЕЖЕНЬ У ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Тема 1. Ризики та системи їх застережень у зовнішньоекономічній діяльності.

- 1.1. Ризики у зовнішньоекономічній діяльності.
- 1.2. Системи застережень ризиків у зовнішньоекономічній діяльності.

Тема 2. Суть та поняття страхування.

- 2.1. Страхування.
- 2.2. Види страхування.
- 2.3. Страховий захист.

Тема 3. Страхування зовнішньоекономічного ризику.

- 3.1. Страхування як метод зменшення ризику.
- 3.2. Страхування експортних кредитів.
- 3.3. Особливості ризику експортного кредитування.
- 3.4. Принципи експортного кредитування.

Тема 4. Захист від валютного ризику у міжнародній діяльності.

- 4.1. Валютні застереження.
- 4.2. Вибір валюти контракту.
- 4.3. Мультивалютне застереження.
- 4.4. Хеджування, форвардні операції, угоди «спот».
- 4.5. Захист від валютних втрат.
- 4.6. Про перегляд контрактної ціни.

Тема 1. Ризики та системи їх застережень у зовнішньоекономічній діяльності

1.1. Ризики у зовнішньоекономічній діяльності.

Близько 85% комерційних структур і підприємств, що займаються проведенням зовнішньоекономічних операцій, неодноразово стикалися з ризиковими випадками. Структура ризиків у зовнішньоекономічній діяльності нараховує близько 150 різноманітних ризиків. Класифікувати ризики можна в різний спосіб, наприклад, відносно процесу укладення договорів:

– ризики, пов'язані з умовами контракту:

- 1) ризики, пов'язані з властивостями товару;
- 2) ризики умов постачання;
- 3) ризики вибору валютних умов контракту;
- 4) ризики розриву контракту;

– ризики, зовнішні відносно контракту:

- 1) політичні;
- 2) макроекономічні;
- 3) ризик надійності партнера;
- 4) юридичні;
- 5) маркетингові.

Ризики можуть бути **загальними** та **операційними**, що відносяться до конкретного виду зовнішньоекономічних операцій. Під час укладення зовнішньоекономічних контрактів одним з найважливіших чинників є урахування особливостей країни потенційного партнера. Таке урахування зумовлене дією багатьох факторів. Найвпливовішими в цій групі є політичні та макроекономічні ризики, оскільки вони діють у глобальних аспектах здійснення світогосподарських відносин. Політичний ризик пов'язаний із можливими змінами в політичному курсі уряду, змінами в пріоритетних напрямках його діяльності. Політичні ризики розподіляють на **чотири групи**:

- 1) ризики націоналізації та експропріації;
- 2) ризики трансферту, пов'язаний з можливими обмеженнями на конвертування національної валюти;
- 3) ризики розриву контракту через діяльність влади тієї країни, де знаходиться компанія-контрагент;
- 4) ризики військових дій та громадських заворушень.

Політичні ризики слід обов'язково врахувати при укладанні угод партнерами, які знаходяться в країнах із нестабільною політичною ситуацією. Зазвичай ситуацію в країні оцінюють за такими показниками, як політична, економічна стабільність, переказ капіталу та прибутків, захист технологій, ставлення до іноземних інвестицій, обмеження та пільги інвестиційної сфери, культурної взаємодії.

При проведенні зовнішньоекономічних операцій слід врахувати фактори ризиків, пов'язані з **платіжним потенціалом** країни-дебітора. Тому потрібно здійснювати аналіз макроекономічних показників країн та ринкового потенціалу. Отже, слід розглянути:

- внутрішню економіку країни;

- економіки країн-партнерів;
- заборгованість держав (внутрішню і зовнішню).

Інформацію про країни та ризики можна отримати, використовуючи періодичні публікації консалтингових фірм, що спеціалізуються на оцінках ризиків. Деякі з них, такі як «**Business International Corporation**», публікують звіти, прогнози щодо інвестиційного клімату за кордоном. Найчастіше цікавляться такою інформацією:

- індексами політичного ризику (**political risk indeks**);
- індексами поточної економічної ситуації (**operation risk indeks**);
- індексами можливостей для переказу капіталу та прибутків (**repatriation indeks, R-faktor**);
- індекси можливості отримання прибутків (**profit opportunity indeks**).

Ступінь можливості виникнення ризиків країн залежить від країни, з якою передбачається укладення зовнішньоекономічного контракту.

Для зменшення ризиків за укладеними зовнішньоекономічними контрактами слід попередньо **перевірити потенційного партнера** (рис. 25). З цією метою пропонується оцінити ефективність його функціонування. Керуючись інформацією про потенційного партнера, можна зробити конкретні висновки щодо його надійності та платоспроможності. Широко розповсюджується інформація про торговельно-промислові палати (**ТПП**), банки, які мають ліцензії на проведення валютних операцій, спеціалізовані консалтингові фірми, спілки підприємців, фондові біржі. Серед інформаційних послуг, консалтингових фірм – надання бізнес-довідок про фінансовий стан і ділову репутацію потенційного партнера, яка включає відомості про загальний обсяг фінансових коштів з оцінкою фінансової усталеності; перелік банків та інших фінансових установ, що ведуть фінансові справи фірми; довідка про точність виконання платежів із вказівкою терміну оплати рахунків; порівняння фінансового стану фірми і точності здійснення платежів з іншими фірмами тієї ж галузі. Посольства різних держав і представництв торговельних палат в **Україні** забезпечують зацікавлених осіб інформацією про експорт та імпорт своїх країн, надають списки товарів і можливих партнерів. Зрозуміло, що така інформація є досить надійною, проте вона може коштувати дуже дорого.

Види ризиків	Дії підприємств
Невиконання партнером зобов'язань за контрактом	1. Укладення договору про наміри, де обумовлюється термін, впродовж якого сторони можуть внести зміни
	2. Відображення в договорі про наміри матеріальної відповідальності за відмови від підписання контракту
	3. Відображення умов про чинність контракту не під час його підписання, а під час його узгодження
	4. Відображення умови про розгляд можливих суперечок через арбітражний суд
	5. Відображення в контракті умови про виникнення можливих форс-мажорних обставин
	6. Відображення в контракті умови про штрафні санкції за невиконання будь-якого зобов'язання за контрактом
Неплатоспроможність партнера	1. Передбачення умови про чинність контракту після надходження коштів на розрахунковий рахунок виконавця
	2. Передача права власності замовнику після 100%-ної оплати вартості товарів (послуг)
	3. Використання послуг банку щодо акредитованої або іншої гарантованої форми розрахунків
	4. Укладення угод з банком на факторингове обслуговування можливої дебіторської заборгованості

Рисунок 25. Мінімізація ризиків надійності партнера

Зарубіжний досвід показує, що практика застосування методики (5C) (**character** – економічний характер партнера, **capacity** – фінансові можливості, **capital** – акціонерний капітал, **collateral** – забезпечення власними активами, **conditions** – загальні умови) для оцінки партнера, запропонованої американськими бізнесменами, дає хороші результати, але й вона не бездоганна. Існує також альтернатива – утворення власної бази даних (інформації про потенційних партнерів). Але вона потребує часу для її створення та відповідної підгото-

вки працівників, які будуть цим займатися. Одним з інструментів утворення такої системи є маркетингове дослідження, яке повинно проводитися у формі **анкетного опитування**. Це дає можливість отримати найдосконалішу інформацію про потенційних контрагентів. Але, незважаючи на такий шлях отримання інформації, існує певна загроза неповернення анкет або відмови відповідати на них без контрагентів, якими вони були надіслані.

Отже, якщо підприємство задовольняє партнера в якості потенційного клієнта, то перед підприємством стоїть питання укладення зовнішньоекономічної угоди з мінімалізацією можливих ризиків. У залежності від ситуації можливі такі дії для мінімалізації ризиків.

1.2. Системи застережень на зменшення ризиків у зовнішньоекономічній діяльності.

Найбільшою групою ризиків у зовнішньоекономічній діяльності є група **маркетингових ризиків**, які пов'язані з реалізацією товару на ринках збуту. До таких ризиків відносяться **інформаційні, інноваційні та кон'юнктурні** ризики. Для проведення успішної збутової діяльності на зовнішніх ринках потрібно проводити їх ретельний ситуаційний аналіз, який ґрунтується на розробці таких експертних чи маркетингових систем, які дають змогу врахувати невизначеність інформації про ринок.

Інформаційні ризики (information risk) – ризики відсутності, невизначеності чи недостовірності інформації, що стосується юридичної бази для підготування контракту, стану справ партнера і його банку, загального стану ринку товарів (послуг), на якому функціонує підприємство.

Інноваційні ризики (innovation risk) – можливість витрат, що виникають внаслідок вкладення підприємством витрат на нові товари (послуги), які, можливо, не знайдуть попиту на ринку.

Запобігти виникненню інноваційного ризику можливо тільки шляхом проведення ретельних маркетингових досліджень, спрямованих на виявлення потреб споживачів на тому ринку, де функціонує підприємство.

Кон'юнктурні ризики (conjuncture risk) – можливість втрат через зміну ринкової кон'юнктури, зміну як економічного стану галузі, в якій функціонує підприємство, так і суміжних з нею галузей.

При запобіганні кон'юнктурному ризику слід врахувати діяль-

ність підприємства в даній галузі, а також суміжних галузей за певний період часу; сталість функціонування даної галузі порівняно з економічним станом у країні в цілому; результати діяльності різних підприємств у межах однієї й тієї ж галузі.

Оцінка маркетингової групи ризиків ґрунтується на визначенні ступеня можливості виникнення маркетингових ризиків, тобто на їх імовірності. Маркетингові ризики багатонаменклатурні, їх зумовлюють як внутрішні, так і зовнішні фактори, дію яких досить важко скерувати в потрібному напрямку.

Транспортні ризики (transport risk) – ризики, які виникають у зовнішньоекономічній діяльності при укладенні зовнішньоекономічних угод, а саме при передачі товару продавця (постачальника) до покупця.

Умовами зовнішньоекономічного договору передбачене можливе виникнення транспортних ризиків, регламентоване правилами (ІНКОТЕРМС-2000), відповідно до яких усі транспортні ризики класифікуються за чотирма групами – «E», «F», «C», і «D».

Група E включає ситуацію, коли постачальник (продавець) тримає товар на своїх власних складах (EXW). Ризики приймають на себе постачальник і його банк до моменту прийняття товару покупцем. А ризик транспортування від приміщень продавця до кінцевого пункту вже приймається покупцем і його банком.

Група «F» містить три конкретні ситуації передачі відповідальності і ризиків:

FCA (Free Carrier) – означає, що ризик і відповідальність продавця та його банку переносяться на покупця чи посередника у момент передачі товару у визначеному місці;

FAS (Free Alongside Ship) – відповідальність і ризик за товар переходять від постачальника, його банку до покупця у визначеному договором порту;

FOB (Free on Board) – продавець і його банк знімають із себе відповідальність після розвантаження товару з борту корабля.

Група «C» включає ситуації, коли експортер (продавець) та його банк укладають із покупцем угоду на транспортування, але не беруть на себе ніякого ризику. Вони включають такі ситуації:

CAF (Cost and Freight) – продавець і його банк оплачують вартість транспортування до порту прибуття, але ризик і відповідальність за цілісність, неушкодженість товару, а також додаткові витра-

ти беруть на себе покупці його банк. Перенесення ризиків і відповідальності відбувається в момент завантаження корабля;

CIF (Cost, Insurance and Freight) – крім обов'язків, як у випадку **CFR**, продавець та його банк повинні забезпечити й оплатити страховку ризиків під час транспортування;

CPT (Carrier Paid To) – продавець та покупець і їх банки розподіляють між собою ризики і відповідальність. У певний момент у будь-якому проміжному географічному пункті ризики цілком переходять від продавця до покупця і його банку;

CIP (Freight/Carrier and Insurance) – ризики переходять від продавця до покупця у визначеному проміжному пункті транспортування, але продавець забезпечує і сплачує вартість страховки товару.

Група «D» означає, що всі транспортні ризики переходять до продавця. До цієї групи відносяться такі ситуації:

DAF (Delivered at Frontier) – означає, що продавець бере на себе ризики до визначеного у договорі державного кордону. Дані ризики переймає на себе покупець і його банк.

DES (Delivered Ex Ship) – передача ризиків продавцем покупцю відбувається на борту корабля;

DEQ (Delivered Ex Quay) – передача ризиків відбувається в момент прибуття товару в порт завантаження.

DDU (Delivered Duty Unpaid) – продавець бере на себе транспортні ризики за псування, втрати, розкрадання товару тощо до визначеного договором місця на території покупця;

DDP (Delivered Duty Paid) – продавець відповідає за транспортні ризики до визначеного місця на території покупця, але останній оплачує їх.

При настанні ризиків, про які йдеться в (**ІНКОМТЕРМС – 2000**), покупець зобов'язаний сплатити ціну товару навіть при отриманні товару у стані, який не відповідає умовам договору, чи при повній його втраті. У цьому полягає «ціна ризику». Якщо ж ушкодження не обумовлене транспортним ризиком, то покупець має право не тільки ухилитися від оплати товару, але і вважати продавця відповідальним за порушення умов договору.

Тема 2. Суть та поняття страхування

2.1. Страхування.

Страхування – це система економічних відносин, яка полягає в утворенні за рахунок підприємств, організацій, населення спеціального фонду для відшкодування збитків у майні, завданих внаслідок стихійного лиха та інших несприятливих випадкових явищ. У страхуванні обов'язково є наявність двох сторін: страхової організації (страховика) та юридичних і фізичних осіб, які вносять у страхову організацію встановлені платежі.

Характерні риси страхування:

- цільове акумулювання коштів, які використовуються тільки на покриття витрат в обумовлених випадках;
- ймовірний характер відносин;
- зворотність коштів, оскільки вони призначені для виплати всім страхувальникам у сукупності.

У процесі страхування відбувається перерозподіл коштів між учасниками створення спеціального страхового фонду: відшкодування збитків одному чи кільком страхувальникам здійснюється шляхом його розподілу на всіх.

Страхування проводиться в основному у грошовій формі, хоча за певних умов буває також натуральне страхування.

2.2. Види страхування.

Розрізняють:

- майнове страхування;
- особисте страхування;
- страхування відповідальності.

Страхування буває добровільним на угоди сторін та обов'язковим. До особливих форм страхування належать перестраховування та співстраховування.

Страхові відносини виникли у зв'язку з різними несприятливими явищами. У міру розвитку суспільства страхування поширюється також на події, зумовлені виробничою діяльністю людей, розвитком техніки тощо.

2.3. Страховий захист.

Страховий захист як економічна категорія характерний для всіх суспільно-економічних формацій. Він пов'язаний із категорією випадку, з ризикованим характером суспільного виробництва, з дією протиріччя між суспільним виробництвом і руйнівними силами природи.

Найхарактернішою, специфічною для даної економічної категорії є ознака надзвичайності, яка відображає, з одного боку, наявність певного ризику, тобто можливості виникнення страхового випадку та його руйнівних наслідків, а з іншого, – об'єктивну необхідність відшкодування завданих надзвичайних збитків. Тим самим економічна категорія страхового захисту втілюється у страховому фонді, який становить собою сукупність різних цільових страхових натуральних запасів і грошових страхових фондів.

Тема 3. Страхування зовнішньоекономічного ризику

3.1. Страхування як метод зменшення ризику.

Страхування зовнішньоекономічного ризику – це комплекс видів страхування, які забезпечують захист інтересів вітчизняних і зарубіжних учасників тих чи інших форм міжнародної співпраці. Він включає страхування експортно-імпортних вантажів, засобів транспорту, які їх перевозять, будівельно-монтажного ризику, експортних кредитів, міжнародних торгово-промислових та інших виставок, котрі створюються спільно з іноземними підприємствами, майна діючих на нашій території іноземних компаній і українських організацій, які працюють в інших країнах, страхування цивільної відповідальності українських та іноземних учасників економічного співробітництва й інші види страхування. Страхові операції здійснюються у вільноконвертованій і національній валюті.

Юридично для більшості видів страхування укладення договорів є **добровільним**. Однак сам характер угод про товарні поставки, підряди на будівництво та перевезення, про оренду того чи іншого майна, як правило, враховує страхування як неодмінну передумову дії договору.

Так, під час експорту вітчизняних товарів пріоритет мають контракти, укладені на умовах **СІФ**, які включають витрати на страхування у продажну ціну продукції. Під час імпорту продукції перевага надається

договору на умовах **ФОБ**, коли купівельна ціна не містить витрат на страхування, щоб товари могли бути застраховані в **Україні**.

3.2. Страхування експортних кредитів.

Певне місце серед інших видів страхування відповідальності займає **страхування кредитного ризику**. Суть його полягає у зменшенні чи ліквідації кредитного ризику.

Серед різновидів цього страхування своїми специфічними особливостями виділяється **страхування експортних кредитів**, яке охоплює всі згадані та низку інших видів страхування: **страхування валютного ризику, страхування витрат на входження експортера на новий ринок, страхування від інфляції**.

Страхування кредитного ризику захищає інтереси продавця чи банку-кредитора на випадок неплатоспроможності боржника чи несплати боргу з інших причин.

Коли договір укладається за рахунок продавця, то погашення наданого кредиту у разі неплатежу бере на себе страхова організація. Випадки неплатежу кредиту можуть зумовлюватися різними причинами. Тільки у страхуванні експортних кредитів є до **50 видів ризиків**. Їх поділяють на дві основні групи. До першої можна віднести суто комерційний чи економічний ризик. Друга група об'єднує різновиди політичного ризику.

В усіх промислово розвинутих країнах є компанії, що страхують кредитний ризик. Багато з них мають свої системи страхування експортних кредитів і схеми страхування зарубіжних інвестицій.

3.3. Особливості ризику експортного кредитування.

Такий ризик може бути у двох випадках: він впливає або з достатньо повного знання експортером і банкіром, який акцептує його векселі, даних про фінансовий стан покупця, або з розходжень між покупцем і продавцем у питанні про відповідність товару умовам торгової угоди.

Фінансовий ризик пов'язаний безпосередньо з недобросовісністю клієнта.

Торговий ризик пов'язаний не з фінансовою, а з торговою частиною операції.

Фінансовий ризик кредитування зовнішньої торгівлі може бути зведений до мінімуму і при деяких методах кредитування, напри-

клад, при **рамбурсі**. У цьому разі страхування кредиту може бути лише засобом його додаткового забезпечення. Стосовно торгового ризику, то його неможливо уникнути звичайними банківськими методами, і для його елімінування велике значення має страхова організація та її методи.

У зв'язку з торговим і фінансовим ризиком зросла і вартість позичкового капіталу. Окрім звичайного облікового відсотка, з'явилася нова величина – **вартість страхування від збільшеного ризику**.

Суть страхування полягає в тому, що страхова установа бере на себе частку можливого ризику, тобто кінцевих збитків від страхової суми. Вона видає страховий поліс на точно визначену суму застрахованого кредиту з вказанням терміну кредитування і частки ризику (зазвичай **60-85%**), яку приймає на себе страховик. Розмір страхової премії, що стягується останнім, залежить від розміру страхових операцій, форми кредиту, його терміну, становища експортера та виробника у комерційному середовищі та економічного стану країни-експортера. Шкала преміальних ставок щодо страхування кредиту має досить широкий спектр (середні норми – від **0,25%** до **10%** застрахованої суми).

3.4. Принципи експортного кредитування.

Експортер, який прагне застрахувати кредит, наданий іноземному покупцеві, вступає в угоду зі страховим товариством, що володіє достатньою інформацією про кредитоспроможність потенційних імпортерів у даній країні.

Страхування кредиту передуює появі конкретного ризику.

Принцип, за яким страхування кредиту повинне або передувати встановленню умов відчуження товару і фактичному його відчуженню, або супроводжувати його, є найкращим засобом запобігання недоцільному використанню гарантії страховика та спотворенню самої суті страхування.

Страхування кредиту визначається станом кредитованого товару, який у момент страхування однаковою мірою відомий обом сторонам: страховику та страхувальнику.

Страхування передбачає виникнення під час торгової операції надмірного ризику, від якого страхове товариство і прагне забезпечити експортера.

Страхова фірма встановлює певну норму ризику, яку вона ви-

знає або нормальною, або залежною від самого експортера та характеру його діяльності, і погоджується страхувати всякий ризик, що перевищує цю норму. З метою усунення торгового ризику страхове товариство проводить спеціальну експертизу товару, щоб встановити, чи відповідає він замовленню та специфікаціям, доданим до трасового векселя. Для усунення ж фінансового ризику страхове товариство вимагає подання клієнтом акцепту якогось солідного банку і погоджується страхувати лише акцептований вексель.

Страховання усього ризику, який виникає у зв'язку зі страхуванням іноземного покупця, не є поширеним, оскільки розвиток страхування у цьому напрямку:

- а) був би економічно недоцільним;
- б) спотворив би суть страхування;
- в) підвищив би вартість страхування.

Страхове товариство – не кредитна установа, і воно не ставить за мету замінити її. Страхування кредиту захищає безпосередні інтереси експортера, який не може трасувати вексель без права регресу і добитися для нього акцепту. Банк, що акцептує такий вексель і, отже, відмовляється від права зворотньої вимоги до трасанта, фактично здійснює найповніше страхування кредиту експортера і змушений брати весь ризик на себе.

За час акцепту тратти без права обороту на трасанта банк втручається у незнайому для нього сферу і бере на себе ризик у такому розмірі, який зазвичай не практикується у банківській діяльності. Акцентуючи тратту з правом регресу, він може висунути свої претензії до обох контрагентів і зазнає великих збитків тільки у разі одночасного банкрутства обох, під час же акцепту тратти без права регресу банк бере на себе і фінансовий, і торговий ризик. Страхове товариство також втручається у чужу йому сферу, видаючи поліс на всю суму можливого ризику. Цим самим страховик усуває необхідність у банківському акцепті, оскільки страхова установа не тільки звільняє кредитора від надмірного ризику, але й полегшує йому мобілізацію капіталів на обліковому ринку.

Отже, право регресу передбачає певний розклад ринку. Повне звільнення експортера від ризику можливе лише за умови, що вексель трасується «без обороту».

Облік чи акцепт банком тратти без обороту на трасанта є однією із форм існуючої раніше системи страхування кредиту, відомої як

прийняття банком ризику на себе.

Вартість страхування залежить від ступеня ризику, який страхова установа погоджується гарантувати.

Гарантуючи увесь ризик, страховик повинен встановлювати вищу ставку, ніж при страхуванні **50-** чи **75%-ного** того кінцевого збитку, якого може завдати невдалий фінал торгової угоди.

Експортер у разі невдалого закінчення застрахованої комерційної операції може отримати страхове відшкодування у розмірі застрахованої суми тільки після встановлення розмірів кінцевого збитку.

Страхове товариство докладає всіх зусиль, щоб, по-перше, отримати у дебітора якусь частку застрахованої позики, і, по-друге, реалізувати те майно чи ті товари, які служили забезпеченням кредиту.

Акцепт банком векселя зумовлює прийняття на себе (у разі відмови трасанта) завчасно здійснити всі потрібні платежі. Банк, зі свого боку, негайно використовує право зворотньої вимоги відносно трасанта. Залишаючись надалі формою забезпечення ризику експортера, страхування не звільняє його коштів чи кредитних ресурсів у банківських установах від необхідної термінової мобілізації у момент неплатежу покупця.

Тема 4. Захист від валютного ризику у міжнародній діяльності

Зовнішньоторговельна 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, як правило, у вільноконвертованих валютах: **доларах США, англійських фунтах стерлінгів** тощо.

Після відміни твердих, або фіксованих, курсів і переходу багатьох країн на початку **1973 р.** до ринкового регулювання курсів своїх валют коливання бувають досить суттєвими. Такі коливання валютних курсів дезорганізуюче впливають на міжнародний розподіл праці, ускладнюють еквівалентний обмін товарами та послугами.

4.1. Валютні застереження.

Для захисту можливих валютних втрат, пов'язаних із курсовими коливаннями, у зовнішньоторговельних контрактах, а іноді й у кре-

дитних угодах застосовують так звані валютні застереження. Захист від ризику з допомогою валютних застережень належить до так званого нестрахового захисту.

Суть цих застережень полягає у встановленні в контракті, а саме у двох його статтях – «ціна товару» та «умови платежу», – таких умов, які б звели до мінімуму можливі валютні втрати.

Більшість контрактів передбачають як валюту ціни та валюту платежу одну і ту ж валюту. При цьому експортер зацікавлений у встановленні ціни в стійкій валюті, тобто тій, що не ризикує знецінитись, фіксація ціни товару в стійкій валюті є однією з форм страхування валютного ризику.

За системи фіксування паритетів (до 1973 р.) валюта ціни у контракті не відігравала такої ролі, як тепер. Коливання курсів будь-якої валюти країни-члена МВФ не могли виходити за допустимі межі відхилень від офіційного паритету $\pm 1\%$ (до грудня 1971 р.) і $\pm 2,25\%$ (до лютого 1973 р.). Головним завданням експортера у той час було страхування від офіційної девальвації валюти ціни.

Таке страхування здійснювалося з допомогою валютного та золотого застереження.

За системи фіксованих паритетів девальвація однієї валюти не зумовлювала автоматичної зміни паритетів і курсів інших валют між собою. Девальвація англійського фунта стерлінгів не змінювала автоматично паритетів і курсів між долларом і німецькою маркою, маркою та французьким франком і т.д. Застосування валютного застереження давало змогу експортерів зберегти еквівалент цін в інших валютах без змін.

Сьогодні твердих паритетів і офіційної ціни золота не існує. Курси валют змінюються постійно під впливом ринкових сил. Причому у русі перебувають одночасно курси багатьох валют.

4.2. Вибір валюти контракту.

У платіжних операціях немає валюти-еталона, до якої можна прив'язати ціну та платіж у контракті для збереження незмінного еквівалента у всіх інших валютах, оскільки одні валюти дорожчають, а інші дешевшають.

А тому велике значення має вибір валюти ціни. З великим ступенем ймовірності можна орієнтуватися тільки на короткострокові тенденції у русі курсів валют (3-6 місяців). На довший термін (рік і

більше) визначити рух курсу тієї чи іншої валюти складніше.

Для такого прогнозування треба враховувати кілька найважливіших факторів розвитку економіки країни. Одним із них є аналіз інфляційних процесів.

Регулятором валютного курсу є платіжний баланс країни, що відображає співвідношення надходження і платежів валюти за експортовані та імпортовані товари та послуги, та рух капіталів.

Якщо країна імпортує більше товарів і послуг, ніж сама надає, то виникає підвищений попит на іноземну валюту. Це спричиняє підвищення курсів іноземних валют і зниження курсу валюти даної країни. 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.

Для визначення можливої тенденції валютних курсів важливо з'ясувати динаміку цін на товари та послуги, що є об'єктами міжнародної торгівлі. Для цього можуть бути використані індекси оптових цін.

Основною валютою міжнародних розрахунків і **надалі залишається долар США**, але все більшу роль починають відігравати валюти інших країн: євро, ієна, швейцарський франк.

Тому встановлення цін у доларах не завжди повністю забезпечує інтереси експортера. В такому разі виникає необхідність страхування від можливого падіння курсу долара.

Таке страхування експортної виручки, вираженої у валюті, становище якої нестійке, можливе з допомогою валютного застереження, наприклад, до євро, яке на перспективу вважається більш стійким. При цьому в умовах платежу фіксується, що платіж здійснюється у євро, виходячи з його курсу до долара на момент (дату) підписання контракту. Фактично це застереження переводить суму, виражену у доларах, в євро. Ціна у контракті, встановлена у доларах, відповідно до котирувальної ціни може змінюватися у будь-який бік, але перерахунок її на євро за курсом, зафіксованим на весь термін контракту, є гарантією від втрат внаслідок можливого падіння курсу долара.

4.3. Мультивалютне застереження.

У зовнішньоекономічних стосунках застосовується і такий метод страхування валютного ризику, як включення у контракти **багатовалютних, або мультивалютних застережень**.

Особливість мультивалютного застереження у тому, що як валютне застереження береться не одна, а кілька валют, об'єднаних разом у «кошику» валют.

«Кошики» валют – це умовні облікові одиниці. За допомогою них визначається вартість тієї чи іншої валюти по відношенню до набору валют.

За таких застережень розмір платежу ставиться у залежність від зміни курсу валюти платежу.

Вибір валют переважно визначається з огляду на характер торгівлі даної країни з її основними торговельними партнерами та характер зовнішньоекономічних зв'язків цієї країни.

Багато країн з інших регіонів світу розробили свої облікові одиниці, найбільш прийнятні для них. Але ідеальних валютних «кошиків», які б повністю гарантували від ризику валютних втрат, не знайдено.

До виду умовних чи облікових валютних одиниць належить і одиниця **СДР**, створена **МВФ**. Вартість **СДР** визначається на основі середньозваженої вартості валют п'яти найбільших країн-членів **МВФ**, на кожному з яких припадає значна частина світового експорту товарів і послуг. Найбільшу частку у цьому «кошику» валют займає долар **США**. Ця одиниця застосовується **МВФ** у розрахунках з країнами-членами **Фонду**, у ній **МВФ** підраховує світові валютні резерви і всі операції, здійснювані самим **Фондом**.

Як облікова одиниця **СДР** використовується також у статистичних матеріалах **ОЕСР**, при розміщенні облігаційних позик на єрвалютних ринках та в інших сферах.

Найзручнішим, хоч і не завжди вигідним, для зовнішньоторговельних партнерів є саме валютна поправка на основі **СДР**. Щоденно опубліковані **МВФ** курси валют по відношенню до **СДР** показують зміну становища тієї чи іншої валюти загалом у системі міжнародних розрахунків. Вартість же долара, виражена у **СДР**, відображає середню зміну його цінності відносно всіх інших валют «кошика» **СДР**.

Використовуючи **СДР** як мультивалютну поправку, ціну в контракті встановлюють у якійсь вільноконвертованій валюті, з огляду на її вартість у **СДР** на дату укладення договору чи контракту.

4.4. Хеджування, форвардні операції, угоди «спот».

Для зменшення можливих валютних втрат через різкі коливання курсів валют та їх інфляційне знецінювання експортери багатьох країн застосовують метод хеджування, тобто метод укладення поряд з основним контрактом контракту про купівлю в постачальників відповідного товару **«на термін»** за фіксованою ціною. Спекуючи на біржі цим основним контрактом, експортер розраховує отримати прибуток, який компенсує йому можливі збитки при виконанні основного контракту.

Така практика поширена у **США**. Багато іноземних банків часто здійснюють і валютні угоди **«на термін»**, суть яких полягає в купівлі чи продажі певних сум відповідної валюти за заздалегідь обумовленим курсом на основі поточних ринкових котирувань з її фактичною передачею у розпорядження контрагента у певний строк у майбутньому. Банки страхують себе і своїх клієнтів від можливих валютних збитків під час проведення останніми зовнішньоторговельних операцій. Банки часто практикують диверсифікацію складу своїх валютних резервів, скорочуючи в них частку нестійких валют і збільшуючи в них частку стійких валют – євро, швейцарського франка.

У ряді країн для страхування практикується регулювання терміну платежу, що називається **«лідс енд легс»**, яке полягає у проведенні заходів, спрямованих на прискорення чи затримку міжнародних платежів за кредитними і зовнішньоторговельними рахунками, вираженими в іноземних валютах, щоб запобігти валютним втратам й отримати вигоду від очікуваної зміни валютного курсу.

До вказаних методів попередження і страхування від валютного ризику фірми-експортери часто намагаються завищувати ціни, фіксуєючи їх у слабких валютах, щоб нейтралізувати можливе падіння курсу валюти, ціни. Вони можуть також включати застереження в експортні контракти, допускаючи перегляд цін у разі зміни валютних курсів.

Використовується і такий метод страхування від валютного ризику, як проведення угод **«спот»** із валютами й одночасне розміщення їх на грошових ринках.

Такі комбінації валютних операцій на ринку **«спот»** і на грошовому ринку застосовуються часто.

4.5. Захист від валютних втрат.

Страховання валютних втрат внаслідок зміни валютних курсів стосується такої статті «невидимої» торгівлі, як **фрахт**. Об'єктом торгівлі тут є послуги з транспортування вантажів з одних країн в інші. Ціною цих послуг виступають ставки фрахту. **Міжнародний фрахтовий ринок** у принципі нічим не відрізняється від будь-якого товарного ринку. З другої половини **70-х років ХХ ст.** під час фіксації ставок фрахту у доларах активно стали використовуватися дві форми страхування від валютних втрат.

По-перше, це прив'язка до стійкої, твердої валюти за визначеним курсом. Наприклад, у контракті на перевезення вантажів від такого-то порту до такого-то фіксувалось, що ставка для даного товару становить **100 доларів США** за 1 тону. Платіж здійснюється у швейцарських франках за курсом не менше 1 євро = 1,2 долар.

Більш поширеною формою страхування від падіння курсу долара є **застосування спеціальної валютної поправки** на знецінювання долара **CAF (currency adjustment factor)**. Суть її в тому, що основна або базова ставка фрахту збільшується на певну величину **CAF**, що відображає знецінювання долара **США** по відношенню до інших валют.

Розмір **CAF** у процентному відношенні встановлюється об'єднанням судовласників (конференціями). Оскільки конференція об'єднання судових компаній для обслуговування вантажів на певному напрямку (**Західна Європа – Близький Схід, Японія – порти Південно-Східної Азії, Західна Європа – порти Червоного моря і т.д.**), то доларові надходження цих компаній, як правило, конвертуються у валюті своїх країн.

«Кошик» валют, по відношенню до яких вираховується розмір знецінювання долара, залежить від країн, які беруть участь у тій чи іншій конференції.

4.6. Про перегляд контрактної ціни.

У контрактах як формі страхування від курсових коливань часто передбачають не застосування валютних поправок, а **поправки про перегляд сторонами контрактної ціни у разі зміни курсу валюти ціни, що перевищує певну встановлену сторонами межу коливань.**

Наприклад, сторони контракту фіксують ціну в англійських фунтах стерлінгів, виходячи з курсу фунта до євро на дату підписання контракту. При цьому робиться поправка, що якщо курсове співвідношення між фунтом стерлінгів і євро зміниться на **2,5%** у той чи інший бік, то сторони зустрінуться для відповідного перегляду ціни.

Як і будь-яка умова контракту, встановлення в контракті тих чи інших поправок, як і валюта ціни, залежить насамперед від позиції сторін на переговорах. Якщо кон'юнктура на даному ринку сприятлива для продавця, то він має перевагу на переговорах і може добитися включення у контракт найвигідніших для себе умов. Якщо ж превалює «ринок покупця», то ситуація буде зворотною.

Застосування тих чи інших поправок може регламентуватися валютними законодавствами країн або торговими та платіжними угодами між країнами.

Практикується ведення або розширення урядами промислово розвинутих країн механізму страхування експортерів від валютних втрат у результаті коливань валютних курсів.







Згадані системи страхування є в **Японії** і щонайменше в **10-ти західноєвропейських країнах (Австрії, Великобританії, Данії, Італії, Норвегії, Португалії, Франції, Німеччині, Швеції та Швейцарії).**

Механізм страхування від валютних втрат у різних країнах суттєво відрізняється, його важко охарактеризувати.

ЛІТЕРАТУРА

- 📖 Закон України «Про страхову діяльність» від 7 березня 1996 р. №85/96 ВР.
- 📖 *Аленичев А.* Страхование валютных рисков, банковских и коммерческих кредитов. – М., 1994.
- 📖 *Багрова І.В., Редіна Н.І., Власик В.Е. Гетьман О.О.* Зовнішньоекономічна діяльність підприємств. – К.: Центр навчальної літератури, 2004.
- 📖 *Бутинець Ф.Ф. та ін.* Обмін і аналіз зовнішньоекономічної діяльності. – Житомир: ПП «Рута», 2001.
- 📖 *Приходько В.С.* Бухгалтерський облік страхової діяльності. – К., 1998.
- 📖 *Словарь страховых терминов / Под ред. Е. Коломина.* – М., 1992.
- 📖 *Страхование от А до Я / Под. ред А.И. Корчевской и*

К.Е. Турбиной. – М.: ИНФРА-Р, 1996.

-  Страховое дело: Учебник / Под ред. Л. Рейтмана. – М., 1992.
-  *Стровский Л.Е. и др.* Внешнеэкономическая деятельность предприятия. – М.: ЮНИТИ, 1998.
-  *Сухарський В.С.* Словник-довідник зовнішньоекономічної діяльності. – Тернопіль: Астон, 2007.
-  *Сухарський В.С.* Управління зовнішньоекономічною діяльністю: теорія, методологія, практика. – Тернопіль: Астон, 2001.
-  *Сухарський В.С., Сухарський В.В., Охота В.І.* Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: теорія, методологія, практика: Навчальний посібник. – Тернопіль: Астон, 2005.
-  *Сухарський В.С.* Зовнішньоекономічна діяльність: організація, технологія, практика, управління. – Тернопіль: Астон, 2006.

ЗМІСТ

РОЗДІЛ 1. ЗАГАЛЬНІ ЗАСАДИ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	5
Тема 1. Природа зовнішньоекономічної діяльності.....	5
Тема 2. Загальна оцінка міжнародного середовища	7
Тема 3. Адаптація до особливостей життя і управління	10
Тема 4. Перспективи менеджменту зовнішньо-економічної діяльності	12
РОЗДІЛ 2. БАЗОВІ ТЕОРІЇ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ І УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ	16
Тема 1. Основи теорій міжнародної торгівлі.....	16
1.1. <i>Теорія абсолютних переваг</i>	16
1.2. <i>Теорія порівняльних переваг</i>	17
1.3. <i>Природний розподіл грошового металу</i>	19
Тема 2. Окремі концепції зовнішньоекономічної діяльності	20
2.1. <i>Кейнсіанство</i>	20
2.2. <i>Монетаризм</i>	21
2.3. <i>Теорія Хекшера-Оліна</i>	22
2.4. <i>Теорія міжнародного руху капіталу</i>	22
2.5. <i>Трактування ролі іноземного капіталу з позиції країни-експортера</i>	24
2.6. <i>Економічний аспект марксистської теорії імперіалізму</i>	25
РОЗДІЛ 3. СУТЬ, ПРИНЦИПИ ТА МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ	27
Тема 1. Суть управління зовнішньоекономічною діяльністю	27
1.1. <i>Суть управління зовнішньоекономічною діяльністю в Україні</i>	27
1.2. <i>Принципи, якими треба керуватися, здійснюючи управлінську діяльність в Україні</i>	28
1.3. <i>Склад керуючої та керованої систем в Україні та їх основні функції</i>	29
Тема 2. Методи управління зовнішньо- економічною діяльністю	33
Тема 3. Система управління зовнішньо- економічною діяльністю	34
Тема 4. Організація управління зовнішньоекономічною діяльністю на підприємствах	36

РОЗДІЛ 4. ПРОБЛЕМИ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ ТА СТАН ТОРГІВЛІ ТОВАРАМИ І ПОСЛУГАМИ	39
Тема 1. Сучасні проблеми зовнішньоекономічної діяльності України	39
Тема 2. Україна у світовому торговому просторі	47
2.1. Місце зовнішньої торгівлі в економіці України.....	47
2.2. Структурні особливості експортно-імпортних відносин України.	52
2.3. Торгівля з країнами СНД.....	64
РОЗДІЛ 5. ОКРЕМІ ІНСТИТУЦІЇ ТА ІНСТРУМЕНТИ РЕГУЛЮВАННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	69
Тема 1. Інституції та засоби управління зовнішньою торгівлею на національному рівні	69
1.1. <i>Список державних органів управління зовнішньоекономічною діяльністю та їх основні функції.....</i>	69
1.2. <i>Засоби зовнішньоторгової політики на національному рівні.....</i>	72
Тема 2. Механізми державного регулювання фінансових потоків.....	76
2.1. <i>Вільна торгівля чи протекціонізм.....</i>	76
2.2. <i>Платіжний баланс і його основні розділи.....</i>	76
Тема 3. Міжнародні інститути регулювання свідодіяльності.....	78
3.1. <i>Загальні та регіональні інституції створені при ООН.....</i>	78
3.2. <i>Галузеві економічні організації.....</i>	80
3.3. <i>Регулювання зовнішньої торгівлі.....</i>	81
3.4. <i>Координація макрополітики.....</i>	81
3.5. <i>Регіональні економічні союзи.....</i>	82
РОЗДІЛ 6. МІЖНАРОДНІ ВАЛЮТНО-КРЕДИТНІ ОРГАНІЗАЦІЇ.....	83
Тема 1. Світовий банк.....	83
Тема 2. Міжнародний банк реконструкції і розвитку.....	85
Тема 3. Міжнародна асоціація розвитку.....	86
Тема 4. Міжнародна фінансова корпорація.....	88
Тема 5. Міжнародний центр урегулювання інвестиційних суперечок	89
Тема 6. Банк міжнародних розрахунків	89
Тема 7. Міжнародний валютний фонд.....	90
Тема 8. Регіональні валютно-кредитні організації.....	94
Тема 9. Європейський банк реконструкції і розвитку	96

РОЗДІЛ 7. СТРУКТУРА ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ЕКСПОРТНО-ІМПОРТНИХ ОПЕРАЦІЙ		99
Тема 1. Деякі методи операцій з експорту та імпорту.....		99
1.1. Методи операцій.....		99
1.2. Принципи організації та управління виробничо-збутовою діяльністю структур, які працюють у зовнішньоекономічній діяльності.....		100
1.3. Організація експортних операцій.....		102
1.4. Організація імпортних операцій.....		102
Тема 2. Торгово-посередницькі операції.....		103
2.1. Поняття та види торгово-посередницьких операцій.....		103
2.2. Операції з перепродажу.....		103
2.3. Комісійні операції.....		104
2.4. Агентські операції.....		104
2.5. Брокерські операції.....		104
Тема 3. Структурно-організаційні форми торгово-посередницьких операцій.....		105
3.1. Торгові фірми.....		105
3.2. Комісійні фірми.....		105
3.3. Агентські фірми.....		105
3.4. Брокерські фірми.....		105
3.5. Фектори.....		106
РОЗДІЛ 8. ДЕЯКІ ПРОБЛЕМИ ТА НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ВІЛЬНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ЗОН		107
Тема 1. Вільні економічні зони та тенденції їх розвитку.....		107
Тема 2. Типи вільних економічних зон.....		109
2.1. Експортно-виробничі зони.....		109
2.2. Зони зовнішньої торгівлі.....		110
2.3. Зони підприємств.....		111
2.4. Науково-технологічні парки.....		111
2.5. Наукові парки США.....		112
2.6. Технополіси Японії.....		112
Тема 3. Вільні економічні зони та режими їх функціонування.....		113
РОЗДІЛ 9. МИТНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК ВАЖЛИВА СКЛАДОВА ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ КРАЇНИ		116
Тема 1. Становлення та розвиток митної системи України.....		116
Тема 2. Система митних стягнень.....		119
Тема 3. Порядок визначення та особливості сплати мита в Україні.....		122
Тема 4. Ліцензування експортно-імпортних операцій.....		124
Тема 5. Торгово-політичні заходи регулювання експортно-імпортних операцій у країнах Євросоюзу.....		126

РОЗДІЛ 10. ОСОБЛИВОСТІ ПЛАНУВАННЯ РИНКОВОЇ СТРАТЕГІЇ.....	132
Тема 1. Структура та стратегія підприємства на зовнішньому ринку	132
Тема 2. Планування ринкової стратегії підприємства.....	133
2.1. Необхідність планування ринкової стратегії підприємства.....	133
2.2. Основні пріоритети планування ринкової стратегії.....	134
2.3. Фази планування стратегії підприємства.....	135
Тема 3. Стратегічний маркетинг підприємства.....	136
3.1. Структура стратегічної маркетингової програми.....	136
3.2. Основні напрямки маркетингової стратегії.....	139
3.3. Види стратегічних господарських підрозділів.....	140
Тема 4. Деякі особливості росту і розвитку малих, великих та середніх підприємств.....	142
4.1. Базові стратегії росту підприємства.....	142
4.2. Особливості стратегії малих підприємств.....	143
4.3. Особливості стратегії росту великих підприємств.....	144
4.4. Особливості стратегії росту і розвитку середніх підприємств.....	145
РОЗДІЛ 11. СТРУКТУРА ТА ЗМІСТ БІЗНЕС-ПЛАНУ.....	148
Тема 1. Критерії, цілі та завдання бізнес-плану	148
Тема 2. Структура та зміст бізнес-плану	150
2.1. Характеристика проекту.....	150
2.2. Фінансовий план.....	154
РОЗДІЛ 12. МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ ДЛЯ ВИХОДУ НА ЗОВНІШНІЙ РИНОК	160
Тема 1. Необхідність маркетингових досліджень.....	160
Тема 2. Сутність маркетингових досліджень	161
2.1. Маркетингові дослідження.....	161
2.2. Вивчення товару.....	162
2.3. Вивчення покупця.....	163
2.4. Вивчення ринку.....	163
2.5. Вивчення навколишнього середовища.....	164
Тема 3. Основні напрямки досліджень	165
3.1. Середовище міжнародного маркетингу.....	165
3.2. Система міжнародної торгівлі.....	165
3.3. Економічне середовище.....	165
3.4. Політико-правове середовище.....	166
3.5. Культурологічне середовище.....	167
Тема 4. Спеціалізовані маркетингові підприємства.....	167

РОЗДІЛ 13. ПОЛІТИКА ЦІН НА ЗОВНІШНЬОМУ РИНКУ	170
Тема 1. Ціновий механізм регулювання міжнародних економічних відносин	170
Тема 2. Мета цінової політики	174
Тема 3. Цінова стратегія підприємства	174
Тема 4. Види і функції експортних цін	179
Тема 5. Вплив ціни на обсяг експорту-імпорту	187
Тема 6. Практика регулювання експортних (імпортних) цін державою	189
Тема 7. Ціни зовнішньоторговельних контрактів	192
7.1. Одиниці виміру ціни	192
7.2. Базис ціни	192
7.3. Валюта ціни	193
7.4. Фіксація ціни	193
7.5. Технічні поправки	196
7.6. Комерційні поправки	197
РОЗДІЛ 14. СТРУКТУРА ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ МІЖНАРОДНИХ ТОВАРНИХ РИНКІВ.....	201
Тема 1. Міжнародні товарні біржі	201
1.1. Поняття біржі	201
1.2. Техніка біржових операцій	203
1.3. Види біржових угод на товарній біржі	204
1.4. Ф'ючерсні угоди	204
Тема 2. Міжнародні товарні аукціони	206
2.1. Загальне поняття аукціонів	206
2.2. Практика проведення аукціонів	207
2.3. Організація операцій на аукціонах	207
2.4. Огляд товару	207
2.5. Аукціонні торги	207
2.6. Оформлення угоди	208
Тема 3. Поняття та організація торгів	208
3.1. Поняття торгів	208
3.2. Організація торгів	208
Тема 4. Міжнародні ярмарки та виставки	209
4.1. Поняття ярмарків та виставок	209
4.2. Значення ярмарків та виставок	209
4.3. Організація міжнародних ярмарків та виставок	210
РОЗДІЛ 15. КОНТРАКТИ ТА УМОВИ ЇХ ЗДІЙСНЕННЯ.....	211
Тема 1. Значення контрактів	212
Тема 2. Види зовнішньоторговельних контрактів	212
Тема 3. Деякі вимоги зовнішньоторговельного контракту	217
3.1. Зміст контракту	217
3.2. Специфіка зовнішньоторговельного контракту	218

3.3. Місце виконання контракту.....	218
3.4. Ціна товару.....	219
Тема 4. Структура контракту	223
Тема 5. Умови зовнішньоторговельного контракту	225
5.1. Вступна частина.....	225
5.2. Предмет контракту.....	225
5.3. Кількість.....	225
5.4. Якість.....	226
5.5. Термін та дата поставки.....	230
5.6. Базисні умови поставки товару.....	231
5.7. Ціна.....	232
5.8. Хто оплачує витрати.....	233
5.9. Платежі.....	236
5.10. Упаковка та маркування товару.....	237
5.11. Порядок відвантаження.....	237
5.12. Здача-приймання товару.....	237
5.13. Рекламуції.....	239
5.14. Гарантії.....	240
5.15. Умови, які забезпечують виконання договору, і санкції.....	240
5.16. Застереження про обставини нездоланної сили («форс-мажор»).....	242
5.17. Арбітраж.....	243
5.18. Транспортні умови.....	243
5.19. Експортні та імпорнтні ліцензії.....	244
Тема 6. Основні платежі у зовнішньоекономічній діяльності.....	244
6.1. Умови платежу.....	244
6.2. Комерційні документи.....	247

РОЗДІЛ 16. ПРИНЦИПИ УПРАВЛІННЯ КОНТРАКТНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ. ПРАКТИКА ВЕДЕННЯ ПЕРЕГОВОРІВ	250
Тема 1. Типові контракти	250
Тема 2. Вивчення умов та підготовка до укладення контракту	251
2.1. Вибір ринку та його вивчення.....	251
2.2. Вибір контрагента.....	253
2.3. Практика ведення переговорів.....	255

РОЗДІЛ 17. ОРГАНІЗАЦІЯ ТА ОБЛІК ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНИХ ЗВ'ЯЗКІВ ПІДПРИЄМСТВ.....	259
Тема 1. Особливості обліку зовнішньоекономічних операцій підприємств	259
Тема 2. Облік експортних операцій.....	261
Тема 3. Облік імпорнтних операцій	267

РОЗДІЛ 18. СИСТЕМА РОЗРАХУНКІВ У

ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНИХ ОПЕРАЦІЯХ.....	273
Тема 1. Міжнародні розрахунки	273
1.1. Суть та значення міжнародних розрахунків.....	273
1.2. Особливості міжнародних розрахунків.....	276
Тема 2. Способи платежу	277
2.1. Платіж готівкою.....	277
2.2. Платіж у кредит.....	278
Тема 3. Засоби платежу	278
3.1. Платіж за допомогою чека.....	278
3.2. Платіж векселем.....	281
Тема 4. Форми платежів	287
4.1. Авансовий платіж.....	287
4.2. Розрахунки акредитивами.....	288
4.3. Инкасова форма розрахунків.....	293
4.4. Розрахунки через відкритий рахунок.....	295
4.5. Банківський переказ.....	296
4.6. Розрахунки кредитними картками.....	296
4.7. Валютний кліринг.....	297
4.8. Інші форми платежів.....	300

РОЗДІЛ 19. МЕХАНІЗМИ ТА ПРАКТИКА ВАЛЮТНОГО

РЕГУЛЮВАННЯ.....	303
Тема 1. Регулювання – властивість валютного ринку	304
1.1. Характеристика валютного ринку.....	304
1.2. Необхідність валютного регулювання.....	304
1.3. Суб'єкти валютного ринку.....	305
1.4. Розміри валютного ринку.....	305
1.5. Світові валютні центри.....	305
1.6. Види валюти та валютних операцій.....	306
Тема 2. Система та механізми валютного регулювання.....	307
2.1. Рівні валютного регулювання.....	307
2.2. МВФ у системі валютного регулювання.....	308
2.3. Світовий банк у валютному регулюванні.....	308
2.4. Національний рівень валютного регулювання.....	309
2.5. Стан валютного ринку України.....	309
2.6. Валютне законодавство України.....	311
2.7. Валютна політика. Її основні складові.....	313
Тема 3. Головні об'єкти валютного регулювання.....	315
3.1. Валютний курс.....	315
3.2. Встановлення валютного курсу.....	315
3.3. Види валютних курсів.....	316
3.4. Валютне угруповання.....	318
3.5. Множинність валютних курсів.....	318
3.6. Індекси валютних курсів.....	318
Тема 4. Головні інструменти валютного регулювання.....	319

4.1. Девальвація валюти.....	319
4.2. Ревальвація валюти.....	319
4.3. Валютна інтервенція.....	319
4.4. Корекція облікових ставок Національного банку.....	320
4.5. Валютні обмеження.....	320
4.6. Механізм регулювання платіжного балансу.....	320
4.7. Конвертованість валют.....	321

РОЗДІЛ 20. ОБСЛУГОВУВАННЯ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ

ЗВ'ЯЗКІВ.....	324
Тема 1. Транспортне обслуговування міжнародних зв'язків.....	325
Тема 2. Сутність і види міжнародних транспортних операцій.....	327
Тема 3. Конвенції й угоди про міжнародні перевезення.....	328
Тема 4. Базисні умови поставки товару.....	330
Тема 5. Вибір виду транспорту.....	336
5.1. Види вантажу.....	336
5.2. Відстань і маршрут перевезення.....	336
5.3. Фактор часу.....	336
5.4. Вартість перевезення.....	336
5.5. Безпечність транспортування.....	337
Тема 6. Морські та річкові зовнішньоторговельні перевезення.....	337
6.1. Загальні засади водних перевезень.....	337
6.2. Трампове судноплавство.....	340
6.3. Лінійне судноплавство.....	341
6.4. Контейнерні перевезення.....	343
Тема 7. Міжнародні залізничні перевезення.....	343
Тема 8. Міжнародні повітряні перевезення.....	344
Тема 9. Міжнародні автомобільні перевезення.....	345
Тема 10. Види транспорту, що використовуються для забезпечення зовнішньої торгівлі.....	346
10.1. Загальні засади вибору транспорту.....	346
10.2. Залізничний транспорт.....	347
10.3. Водний транспорт.....	348
10.4. Автомобільний транспорт.....	348
10.5. Трубопровідний транспорт.....	349
10.6. Повітряний транспорт.....	349
Тема 11. Транспортний потенціал України та його використання у міжнародних зв'язках.....	350
Тема 12. Транспортно-експедиторські підприємства.....	355

РОЗДІЛ 21. ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ СПІЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	357
Тема 1. Спільні підприємства в народногосподарському комплексі України.....	357
Тема 2. Економічна доцільність функціонування спільних підприємств	362
Тема 3. Спільне підприємство як ефективна форма залучення іноземного капіталу та фактор економічного росту	363
Тема 4. Переваги підприємницької діяльності спільних підприємств над вітчизняною практикою господарювання.....	364
Тема 5. Вдосконалення механізму розподілу прибутку спільного підприємства	366
Тема 6. Особливості оцінки внеску до статутного фонду СП та вдосконалення існуючої практики.....	368
РОЗДІЛ 22. ІНОЗЕМНІ ІНВЕСТИЦІЇ ТА ЇХ РОЛЬ У ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНИ.....	371
Тема 1. Поняття та загальна характеристика інвестицій.....	371
Тема 2. Специфіка і проблеми залучення іноземних інвестицій в економіку України.....	374
Тема 3. Іноземні інвестиції в сучасних умовах та фінансові аспекти їх формування.....	376
Тема 4. Пріоритетні напрямки залучення іноземних інвестицій для економіки України.....	381
Тема 5. Переваги іноземного інвестування над іншими формами залучення іноземного капіталу.....	383
Тема 6. Інвестиційна напруженість української економіки	385
РОЗДІЛ 23. ШЛЯХИ СТИМУЛЮВАННЯ ТА ЗАХИСТУ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ	388
Тема 1. Роль та значення інвестицій	388
1.1. Портфельні та прямі інвестиції.....	388
1.2. Інвестиції та інвестиційні інституції.....	389
Тема 2. Інвестиційний капітал	391
2.1. Доступ до передових технологій.....	391
2.2. Доступ до передових методів управління.....	391
2.3. Доступ до західних ринків.....	391
2.4. Поліпшення процесу приватизації та перебудови економіки.....	391
2.5. Обсяги ринку.....	391
2.6. Невпевненість при інвестуванні.....	392
2.7. Юридичні та регулюючі фактори.....	392

2.8. Макроекономічне середовище.....	392
Тема 3. Доступ до засобів виробництва.....	392
3.1. Вартість робочої сили та оподаткування.....	392
3.2. Амортизаційний режим.....	393
3.3. Режим стосовно витрат.....	393
3.4. Податки, не пов'язані з доходами.....	394
3.5. Податкові стимули.....	394
3.6. Ухилення від сплати податків з використанням податкових канікул.....	395
3.7. Шляхи податкових стимулів.....	395
РОЗДІЛ 24. ІНВЕСТИЦІЙНИЙ АНАЛІЗ КАПІТАЛОВКЛАДЕНЬ	398
Тема 1. Методи оцінки інвестиційної привабливості капіталовкладень.....	398
1.1. Метод чистої сьогоденньої вартості.....	399
1.2. Внутрішня норма рентабельності.....	401
1.3. Метод періоду повернення вкладених інвестицій.....	403
1.4. Балансова норма рентабельності.....	404
1.5. Індекс прибутковості.....	406
Тема 2. Вплив інфляції на оцінку інвестиційних проектів.....	407
2.1. Ставка дисконтування та інфляція.....	407
2.2. Грошовий потік та інфляція.....	408
2.3. Вибір ставки для дисконтування.....	408
РОЗДІЛ 25. ФІНАНСОВИЙ АНАЛІЗ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ	410
Тема 1. Організаційні засади фінансового аналізу.....	410
Тема 2. Прибутковість.....	412
Тема 3. Ефективність.....	413
Тема 4. Ліквідність або платоспроможність.....	414
Тема 5. Структура капіталу.....	415
РОЗДІЛ 26. МІЖНАРОДНІ КРЕДИТИ ТА МЕХАНІЗМИ ЇХ ЗДІЙСНЕННЯ	417
Тема 1. Міжнародний кредит як економічна категорія.....	417
Тема 2. Форми і види міжнародних кредитів.....	418
Тема 3. Механізм здійснення міжнародних кредитів.....	424
3.1. Товарні кредити.....	424
3.2. Акцептно-рамбурсний кредит.....	428
3.3. Кредити поставальнику і покупцю.....	430
3.4. Роловерні та синдиковані кредити.....	432
3.5. Спільне кредитування.....	435
3.6. Кредитування за компенсаційними угодами.....	437
3.7. Міжнародні позики під цінні папери.....	437
3.8. Операційні свопи.....	443
3.9. Лізинг.....	444
3.10. Факторинг.....	447

3.11. Форфейтинг.....	448
-----------------------	-----

РОЗДІЛ 27. ОСНОВИ ОПОДАТКУВАННЯ

ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	452
Тема 1. Основи податкового регулювання зовнішньоекономічної діяльності теорія і практика	452
Тема 2. Вплив податків на процес іноземного інвестування	454
Тема 3. Непряме оподаткування міжнародної підприємницької діяльності в податковій системі України	456
Тема 4. Вплив податкових ставок на експортно-імпортні операції.....	458
Тема 5. Фіскальна політика та фінансові інструменти регулювання зовнішньоекономічної діяльності.....	461

РОЗДІЛ 28. РИЗИКИ ТА СИСТЕМИ ЇХ ЗАСТЕРЕЖЕНЬ У

ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ	464
Тема 1. Ризики та системи їх застережень у зовнішньоекономічній діяльності.....	464
1.1. Ризики у зовнішньоекономічній діяльності.....	464
1.2. Системи застережень на зменшення ризиків у зовнішньоекономічній діяльності.....	468
Тема 2. Суть та поняття страхування.....	471
2.1. Страхування.....	471
2.2. Види страхування.....	471
2.3. Страхувий захист.....	472
Тема 3. Страхування зовнішньоекономічного ризику.....	472
3.1. Страхування як метод зменшення ризику.....	472
3.2. Страхування експортних кредитів.....	473
3.3. Особливості ризику експортного кредитування.....	473
3.4. Принципи експортного кредитування.....	474
Тема 4. Захист від валютного ризику у міжнародній діяльності.....	476
4.1. Валютні застереження.....	476
4.2. Вибір валюти контракту.....	477
4.3. Мультивалютне застереження.....	478
4.4. Хеджування, форвардні операції, угоди «спот».....	480
4.5. Захист від валютних втрат.....	481
4.6. Про перегляд контрактної ціни.....	481

В.С. СУХАРСЬКИЙ

**ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА
ДІЯЛЬНІСТЬ:
ОРГАНІЗАЦІЯ І УПРАВЛІННЯ**

Монографія

Редактор Ігор Миколів
Комп'ютерна верстка Марії Логош
Комп'ютерний набір Ірини Парадюк
Обкладинка Інни Малявської

НБ ПНУС



771415

Підписано до друку 15.07. 2007 р. Формат 60x84 1/16.
Папір офсетний. Гарнітура Шкільна. Друк офсетний.
Умовно-друк. арк. 30,69. Облік.-видавн. арк. 76,03. Зам. №.54

ТзОВ «Видавництво Астон» м. Тернопіль
вул. Гайова, 8 тел. (0352) 52-71-36
Свідоцтво ТР № 28 від 09.06.2005
E-mail: Zbut@utel.net.ua
Віддруковано в ТОВ «Гал-Друк» м. Тернопіль
Зам. 207-А.