

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
УНІВЕРСИТЕТ МИТНОЇ СПРАВИ І ФІНАНСІВ

**ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА  
ДІЯЛЬНІСТЬ  
ПІДПРИЄМСТВА**

**Навчальний посібник**

*за загальною редакцією доктора економічних наук, професора,  
заслуженого діяча науки і техніки України  
Ю.Є. Петруні*

Дніпропетровськ  
2015

**ББК**  
**УДК**

**Рецензенти:**

**Момот В.Є.** – д.е.н., проф., завідувач кафедри інноваційного менеджменту та міжнародної логістики Дніпропетровського університету імені Альфреда Нобеля

**Тарасевич В.М.** – д.е.н., проф., завідувач кафедри політичної економії Національної металургійної академії України

**Рекомендовано до друку рішенням Вченої Ради Академії митної служби України № від 02.2015 р.**

**Зовнішньоекономічна діяльність підприємства [Текст] : навчальний посібник / за заг. ред. д.е.н. Ю.Є. Петруні. – Дніпропетровськ : Університет митної справи та фінансів, 2015. – 331 с.**

**Авторський колектив:** **Ю.Є. Петруня** – д.е.н., проф., заслужений діяч науки і техніки України (*загальна редакція, вступ*), **В.Ю. Єдинак** – к.е.н., доц. – (*теми 3, 4, 5, 6*), **Ю.О. Кахович** – к.е.н., доц. (*теми 1, 12, 13, 14*), **Б.В. Літовченко** – к.е.н., доц. (*теми 10, 11*), **Д.В. Маляр** – к.е.н., доц. (*тема 17*), **К.І. Новікова** – к.е.н., доц. (*теми 7, 8*), **Р.Ю. Олексієнко** – к.е.н., доц. (*теми 2, 16*), **Т.О. Пасічник** – к.е.н. (*тема 15*), **В.Ю. Петруня** – к.е.н., доц. (*тема 9*).

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП.....</b>	<b>8</b>
<b>ТЕМА 1. ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЇЇ РОЛЬ У РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ.....</b>	<b>10</b>
1.1. Сутність та функції розвитку зовнішньоекономічної діяльності .....	10
1.2. Суб'єкти та інструменти регулювання зовнішньоекономічної діяльності.....	18
1.3. Види зовнішньоекономічної діяльності .....	20
1.4. Принципи зовнішньоекономічної діяльності .....	24
Питання для самоконтролю .....	28
<b>ТЕМА 2. ОСНОВНІ НАПРЯМИ І ПОКАЗНИКИ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ.....</b>	<b>30</b>
2.1. Сутність та значення зовнішньоекономічної політики держави .....	30
2.2. Основні етапи та аналіз розвитку зовнішньоекономічної діяльності в Україні .....	36
2.3. Характеристика основних показників розвитку зовнішньоекономічного сектору країни .....	39
2.4. Платіжний баланс України, його структура та основні характеристики.....	44
Питання для самоконтролю .....	48
<b>ТЕМА 3. СИСТЕМА РЕГУЛЮВАННЯ ЗОВНІШНЬО-ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ.....</b>	<b>50</b>
3.1. Національний та наднаціональний рівень регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні .....	50
3.2. Система державних органів регулювання ЗЕД в Україні: їх характеристика та повноваження.....	55
3.3. Методи та інструменти регулювання зовнішньоекономічної діяльності .....	58
Питання для самоконтролю .....	64

<b>ТЕМА 4. МИТНО-ТАРИФНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЗОВНІШНЬО-ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....</b>	<b>65</b>
4.1. Сутність, вид та методи митного контролю .....	65
4.2. Митні режими та їх характеристика .....	69
4.3. Основні митні документи та порядок митного оформлення .....	72
4.4. Мито як інструмент економічного регулювання .....	78
Питання для самоконтролю .....	82
<b>ТЕМА 5. ЗАГАЛЬНОДЕРЖАВНІ ПОДАТКИ ТА ЗБОРИ У СФЕРІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ .....</b>	<b>84</b>
5.1. Види та функції податків у сфері зовнішньоекономічної діяльності .....	84
5.2. Справляння акцизного податку та податку на додану вартість при перетині митного кордону .....	89
5.3. Справляння податку на додану вартість при перетині митного кордону .....	92
Питання для самоконтролю .....	94
<b>ТЕМА 6. НЕТАРИФНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЗОВНІШНЬО-ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....</b>	<b>95</b>
6.1. Класифікація та характеристика нетарифних засобів регулювання зовнішньоекономічної діяльності .....	95
6.2. Кількісні обмеження зовнішньоекономічної діяльності .....	98
6.3. Технічні бар'єри у зовнішній торгівлі.....	104
Питання для самоконтролю .....	106
<b>ТЕМА 7. ВАЛЮТНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЗЕД В УКРАЇНІ.....</b>	<b>107</b>
7.1. Сутність валютного регулювання та валютного контролю .....	107
7.2. Валюта, валютний курс. Порядок придбання і використання валюти .....	113
7.3. Види та особливості валютних операцій.....	117
7.4. Українська міжбанківська валютна біржа та особливості її	

функціонування.....	123
Питання для самоконтролю .....	126
<b>ТЕМА 8. МІЖНАРОДНІ РОЗРАХУНКИ І БАНКІВСЬКЕ ОБСЛУГОВУВАННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....</b>	<b>127</b>
8.1. Міжнародні розрахунки та їх основні форми .....	127
8.2. Розрахунки вексями та чеками .....	139
8.3. Кредитування та фінансування ЗЕД підприємства .....	145
Питання для самоконтролю .....	153
<b>ТЕМА 9. ФОРМИ ВИХОДУ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗОВНІШНІЙ РИНОК .....</b>	<b>155</b>
9.1. Обґрунтування виходу підприємства на зовнішній ринок та основні управлінські підходи до його вибору .....	155
9.2. Вибір зовнішнього ринку та варіанту виходу підприємства на нього .....	163
9.3. Експорт товарів як традиційна форма виходу підприємства на зовнішній ринок .....	167
9.4. Спільна підприємницька діяльність та пряме зовнішнє інвестування .....	170
Питання для самоконтролю .....	177
<b>ТЕМА 10. ЦІНОУТВОРЕННЯ У ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....</b>	<b>179</b>
10.1. Ціни і цінова політика на світовому ринку .....	179
10.2. Фактори ціноутворення у ЗЕД підприємства .....	183
10.3. Цінові стратегії підприємства на зовнішньому ринку .....	186
10.4. Методологія визначення ціни на зовнішніх ринках .....	190
Питання для самоконтролю .....	197

<b>ТЕМА 11. ТОРГОВО-ПОСЕРЕДНИЦЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ НА ЗОВНІШНЬОМУ РИНКУ .....</b>	<b>198</b>
11.1. Поняття і види торговельно-посередницьких операцій .....	198
11.2. Посередники та їх послуги у міжнародній торгівлі .....	203
11.3. Організаційні форми торговельно-посередницьких операцій .....	210
Питання для самоконтролю .....	217
<b>ТЕМА 12. ОРГАНІЗАЦІЯ І ТЕХНІКА ПІДГОТОВКИ УКЛАДАННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНИХ КОНТРАКТІВ .....</b>	<b>218</b>
12.1. Поняття, види і класифікація контрактів .....	218
12.2. Інститут міжнародної комерційної угоди .....	224
12.3. Підготовка і укладання зовнішньоторгових договорів купівлі-продажу .....	227
Питання для самоконтролю .....	233
<b>ТЕМА 13. СУЧАСНІ ФОРМИ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ.....</b>	<b>235</b>
13.1. Основні форми міжнародної торгівлі.....	235
13.2. Класифікація угод зустрічної торгівлі.....	243
Питання для самоконтролю .....	250
<b>ТЕМА 14. СТРУКТУРА І ЗМІСТ МІЖНАРОДНИХ КОНТРАКТІВ КУПІВЛІ-ПРОДАЖУ .....</b>	<b>252</b>
14.1. Зміст статей контракту купівлі-продажу.....	252
14.2. Базисні умови договору купівлі-продажу .....	264
Питання для самоконтролю .....	271
<b>ТЕМА 15. ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ ЗОВНІШНЬО-ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....</b>	<b>272</b>
15.1. Види економічного аналізу зовнішньоекономічної діяльності підприємства.....	272
15.2. Показники ефективності зовнішньоекономічної діяльності.....	278
15.3. Оцінка ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства.....	282



## ВСТУП

Очевидним є те, що основу національної економіки складає функціонування системи підприємств. Саме на підприємствах відбувається створення абсолютно переважної частини національного продукту.

Разом із тим, підприємство є організацією, яка створюється для вирішення певних прагматичних завдань, реалізації економічних інтересів – приватних власників, держави тощо. Підприємство має досягати відповідних результатів – в обсягах збуту, виручці, прибутковості, рентабельності. В умовах конкуренції – це непрості завдання. Власники та менеджери мають постійно та наполегливо працювати заради їх виконання.

Національна економіка, внутрішній ринок – звичний ареал, середовище діяльності підприємств. У той же час, підприємства досить часто в своїй бізнес-діяльності виходять за межі внутрішнього ринку. Чому вони це роблять?

По-перше, їх можуть штовхати до таких дій амбіції експансії, розвитку, набуття статусу міжнародної компанії. Зрозуміло, що розвиток – це досягнення нових рівнів і динаміки бізнес-показників.

По-друге, підприємство може «некомфортно» почувати себе на внутрішньому ринку: недостатня місткість ринку, жорстка конкуренція, високі податки та інше. Вихід вбачається в спробі знайти “більш комфортне” місце на ринках інших країн.

Безумовно можуть існувати й інші причини визоду підприємств на зовнішні ринки.

Крім завоювання іноземних ринків існують й інші напрями зовнішньоекономічної діяльності підприємств: здійснення імпорتنих операцій, залучення та розміщення інвестицій, виробнича кооперація, аутсорсінг тощо. Здається з часом різноманітність форм



зовнішньоекономічної діяльності постійно зростає.

Одночасно ми не можемо оминати увагою й те, що інтенсивність зовнішньоекономічних зв'язків у світі постійно зростає. Зростає й залежність національних економік від економік інших країн. Україна відчуває це достатньою мірою. Зростають вимоги й до якості державного та міждержавного регулювання зовнішньоекономічних відносин, міжнародної діяльності підприємств.

Цей навчальний посібник за своєю структурою та змістом відповідає нормативній навчальній дисципліні «Зовнішньоекономічна діяльність підприємства». Його авторами є викладачі кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності Університету митної справи і фінансів: Ю.Є. Петруня, В.Ю. Єдинак, Ю.О. Кахович, Б.В. Літовченко, Д.В. Маляр, К.І. Новікова, Р.Ю. Олексієнко, Т.О. Пасічник, В.Ю. Петруня. Ми всі щиро сподіваємося, що наша праця буде корисна студентам, аспірантам і викладачам.

## ТЕМА 1

# ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЇЇ РОЛЬ У РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Питання організації і ведення зовнішньоекономічної діяльності підприємства є важливими для будь-якої держави. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства є основним фактором, який сприяє підвищенню економічного зростання усього народного господарства. А також це – основний спосіб включення економіки кожної країни до системи світового господарства.

Підприємство, як на національному, так і на міжнародному ринку виступає вагомим суб'єктом господарювання.

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

Зовнішній ринок набагато складніший від внутрішнього і, щоб бути конкурентоспроможним на ньому підприємство повинно мати конкурентні переваги.

В даному розділі розглянуто питання: сутності та функцій розвитку зовнішньоекономічної діяльності; постановки цілей, визначення суб'єктів та інструментів регулювання, видів та принципів зовнішньоекономічної діяльності.

### **1.1. Сутність та функції розвитку зовнішньоекономічної діяльності**

Неоднакова забезпеченість країн ресурсами, різними кліматичними умовами, географічними положенням, соціальними та історичними

умовами, науково-технічним розвитком, а також іншими факторами спричиняє міжнародний поділ праці.

**Міжнародний поділ праці** – це спеціалізація кожної країни на випуску окремих товарів з метою задоволення як власних, так і потреб країн-партнерів і раціональний спосіб застосування суспільної праці в межах світового господарства.

Отже, країнам вигідніше спеціалізуватися на виробництві тих чи інших товарів або послуг та обмінюватися ними з іншими країнами, співпрацювати між собою, кооперуючи зусилля для виробництва певних видів товарів. Міжнародний поділ праці передбачає як міжнародну спеціалізацію і міжнародну кооперацію.

**Міжнародна спеціалізація виробництва** – це концентрація однорідного виробництва на основі диференціації національних виробництв і виготовлення однорідних товарів (послуг) більших обсягів, ніж того вимагає внутрішній ринок, для здійснення міжнародного обміну.

**Міжнародна кооперація виробництва** – це сумісна координація виробничо-господарської діяльності підприємства різних країн з метою збільшення обсягів виробництва за більш високої продуктивності праці.

Міжнародний поділ праці, в свою чергу, розвиває між країнами міжнародні економічні відносини.

**Міжнародні економічні відносини** – це система господарських зв'язків між регіональними об'єднаннями, економіками окремих країн, підприємствами та фізичними особами.

Здавна країни вступають у економічні відносини для отримання тих благ, яких вони не мають. Жодна країна світу не є ідеальною замкнутою системою, яка може існувати в остронь від усіх, сама по собі. Це стосується країн усіх рівнів розвитку, як розвинутих країн, так і країн, що розвиваються. Розвинуті країни залежать від країн, що розвиваються наявністю у них природних, ресурсів, дешевої робочої сили, ненасиченого

ринку збуту, а також можливістю продавати ті товари, які є морально застарілими на ринках розвинутих країн, тобто можливістю продовжити товарам свій життєвий цикл, тощо. Країни, що розвиваються залежать від розвинутих країн можливістю залучити на свій ринок капітал (прямі і портфельні інвестиції), кваліфіковану робочу силу, сучасні методи управління підприємствами, високотехнологічні товари і послуги, тощо. Ні одна країна в світі не є повністю забезпеченою всіма благами, і ніколи не буде, тому що потреби людей завжди збільшуються – діє закон “зростання потреб”.

Міжнародні економічні відносини не можливі без налагодження політичних і соціальних відносин. Країни між собою укладають міжнародні договори, створюють союзи, вступають до міжнародних організацій, обмінюються технологіями, здійснюють торгівлю товарами, послугами, тобто налагоджують зовнішньоекономічні зв'язки.

**Зовнішньоекономічні зв'язки** – міжнародні господарські, торговельні і політичні відносини в сферу яких входять: обмін товарами, економічне сприяння, науково-технічне співробітництво, спеціалізація і кооперація виробництва, надання послуг і спільне підприємництво.

Отже, зовнішньоекономічні зв'язки є необхідними тому, що країни мають різні виробничі умови внаслідок, яких вони спеціалізуються на виробництві такої продукції, яка значною мірою конкурентоспроможна від зарубіжних аналогів, що в кінцевому підсумку приносить прибуток кожній країні-учасниці і задовольняє потреби споживачів.

Зовнішньоекономічні зв'язки можна класифікувати, зокрема, за напрямком товарного потоку і за структурною ознакою.

**Залежно від напрямку товаропотоку** зовнішньоекономічні зв'язки класифікуються на експортні – товари вивозяться із країни, імпортні – при ввезенні товарів до країни та транзитні – товаропотік іде через країну до інших держав.

**За структурною ознакою** взаємозв'язки з суб'єктами господарювання інших країн поділяються на кілька груп: зовнішньоторговельні, фінансові, виробничі, інвестиційні.

*Зовнішньоторговельні зв'язки* це – торгівля товарами, послугами (туризм, інжиніринг, інформаційний обмін, послуги зв'язку, транспортне обслуговування, тощо) і інтелектуальною власністю (франчайзинг, ноу-хау, консалтинг).

*Зовнішні фінансові взаємозв'язки* – це міжнародне кредитування, страхування, обслуговування платежів, депозити та інші банківські операції.

*Зовнішні виробничі взаємозв'язки* – лізинг, франчайзинг, кооперація, спільне підприємництво.

*Зовнішні інвестиційні взаємозв'язки* – це портфельні інвестиції, які забезпечують вкладення капіталу в цінні папери, і прямі – ті, що дають право контролю над об'єктом інвестування.

Виходячи з цього, можна зазначити, що зовнішньоекономічні зв'язки – це комплексна система різнобічних форм міжнародного співробітництва держав та їх суб'єктів у різних галузях економіки, які дозволяють державам посісти гідне місце в системі світового господарства і отримувати блага від глобалізованого світу. Для цього країна повинна нарощувати своє значення у сучасному світовому господарстві засобами власних внутрішніх джерел розвитку спираючись при цьому на світові умови і чинники.

Основним суб'єктом сучасних міжнародних економічних відносин виступає підприємство як ключова ланка ринкової економіки, потужне внутрішнє джерело розвитку держави.

**Підприємство** – це самостійний суб'єкт господарювання, створений у порядку, встановленому законодавством, для виробництва продукції, виконання робіт і послуг з метою задоволення суспільних потреб та

отримання прибутку, що залишається в нього після сплати податків та інших обов'язкових платежів.

Роль підприємства в суспільному виробництві полягає в тому, що воно забезпечує:

- випуск товарів і послуг – вирішує: що і скільки виробляти;
- поєднання факторів виробництва – вирішує, які фактори необхідні для виробництва продукції;
- зв'язок між товарними і ресурсними ринками – вирішує: де брати ці фактори для виробництва продукції, де і кому продавати готову продукцію і в який спосіб (яку форму зовнішньої торгівлі обрати).

Однією з основних ознак підприємства є те, що воно є економічно самостійним. Економічну самостійність підприємству забезпечує ефективна діяльність та її результат – стабільний фінансовий стан. Одержання прибутку є, як правило, необхідним компонентом діяльності комерційного підприємства, в іншому випадку його функціонування може втратити сенс. Тобто отримання прибутку необхідно вважати результатом від досягнення поставленої мети підприємства.

Важливою умовою досягнення прибутку є підприємницький стиль поведінки, який передбачає здатність змінювати взаємовідносини із зовнішнім середовищем. Підприємницький стиль поведінки дозволяє підприємству розширювати межі своєї діяльності і виходити на зовнішній ринок, тобто організувати зовнішньоекономічну діяльність (ЗЕД).

Зовнішньоекономічна діяльність підприємства є важливою і невід'ємною сферою господарської діяльності, яка при ефективному використанні всього комплексу сучасних форм і методів міжнародного бізнесу здатна позитивно впливати на ефективність виробництва, його технічний рівень і якість продукції.

Вихід підприємства на зовнішні ринки сприяє пристосуванню економіки до системи світогосподарських відносин, формуванню

економіки ліберального типу. Саме тому, розвиток зовнішньоекономічної діяльності підприємств – це суттєвий фактор підвищення ефективності господарської діяльності, як на рівні мікроекономіки, так і в масштабах усього національного господарства.

Під **зовнішньоекономічною діяльністю** розуміють діяльність суб'єктів господарської діяльності України та іноземних суб'єктів господарської діяльності, яка побудована на взаємовідносинах між ними, що має місце як на території України, так і за її межами.

Таке визначення надається в Законі України “Про зовнішньоекономічну діяльність”. Цей закон є нормативно-правовим актом, в якому визначаються суб'єкти ЗЕД, їхні права; встановлюються принципи здійснення та організаційні форми зовнішньоекономічної діяльності.

Зовнішньоекономічна діяльність реалізується, як на рівні державних органів управління, так і господарських організацій. В першому випадку вона направлена на встановлення міждержавних основ співробітництва, створення правових і торгово-політичних механізмів, стимулюючих розвиток і поведінку ефективності економічних зв'язків, в другому випадку проявляється в укладанні і виконанні контрактів та інших договорів в межах цивільного права.

**Функціями зовнішньоекономічної діяльності є (рис. 1.1):**

1. *Організація і обслуговування міжнародного обміну ресурсами і результатами праці.* Ця функція повинна забезпечити обмін шляхом купівлі-продажу необхідними економічними благами в речовій або вартісній формі. Для організації і обслуговування обміну ресурсами і результатами праці (товарами, послугами) створюються різні інститути, які сприяють розвитку ЗЕД. Інститути створюють певні правила, закони та порядок здійснення ЗЕД.



Рис. 1.1. Функції ЗЕД

*2. Міжнародне визнання споживацької вартості продуктів МПП.*

Товар або послуга є продуктом виробництва, який створюється для задоволення певних потреб. Якщо товар на міжнародному ринку знаходить своїх покупців, тобто здатний задовольнити потреби, отже, відбувається міжнародне визнання його споживацької вартості. Споживча вартість товару завжди має суспільний характер, тому що задовольняє потреби ринку, а значить і суспільства. В процесі виконання цієї функції завершуються товарно-грошові відносини обміну грошей на продукт міжнародного поділу праці, тобто товар користується попитом, на нього встановлена світова ціна і його купили.

*3. Організація міжнародного грошового обігу.* Обмін товарами та послугами неможливий без створення механізму, який забезпечує безперервний рух грошей. За результатами обміну товару на гроші є важливим, щоб гроші надійшли відразу після поставки товару. Коливання міжнародних цін на товари може швидко змінюватися і затримка у грошових переказах буде, не що іншим, як упущеною вигодою. Міжнародні розрахунки можуть здійснюватися в різних формах, що значно покращує розвиток ЗЕД.

Виділяють такі основні напрями **ПОЗИТИВНОГО** впливу



зовнішньоекономічної діяльності:

1. Сприяння вирівнюванню темпів економічного розвитку – кожна країна прагне за допомогою розвитку зовнішньоекономічної діяльності підвищити свій економічний розвиток. Зовнішньоекономічна діяльність за допомогою розвитку різних її видів дає можливості до економічного розвитку. Це і організація спільних проектів, підприємств, торгівля, послуги, науково-технічні розробки, тощо. Одна тільки міжнародна торгівля має багато форм і методів, які максимально прагнуть враховувати можливості суб'єктів ЗЕД і їх потреби.

2. Порівнянність витрат виробництва на національному та світовому рівнях – порівнюючи витрати на випуск продукції і її просування до споживачів виробник вирішує чи самим виробляти продукцію, чи вигідніше її закупити на світовому ринку. Отже, у порівнянні обирається більш раціональний і вигідний варіант.

3. Реалізація переваг міжнародного поділу праці, що сприятиме зростанню ефективності національних економік – економічний прогрес суспільства безпосередньо пов'язаний поділом праці. Люди це усвідомлювали ще з давніх-давен. Ще Адам Сміт стверджував, що швець не буде шити собі одяг, а купить його у кравця. Так можна сказати і про підприємство, і про державу. На підприємстві відбувається поділ праці, який проявляється у спеціалізації працівників на конкретних операціях, технологічних процесах, тощо. Міжнародний поділ праці є зосередженням ресурсів та зусиль окремих країн на певних видах товарів чи послуг. Зокрема, Об'єднані Арабські Емірати є однією з країн експортерів нафти, а Японія – виробником високотехнологічних товарів.

## **1.2. Суб'єкти та інструменти регулювання зовнішньоекономічної діяльності.**

В законі України “Про зовнішньоекономічну діяльність”, який є основним нормативно-правовим документом, визначені такі **цілі** регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні:

1. Забезпечення збалансованості економіки та рівноваги внутрішнього ринку в Україні.

2. Стимулювання прогресивних структурних змін в економіці, в тому числі і в зовнішньоекономічних зв'язках суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності України.

3. Створення найбільш сприятливих умов для залучення економіки України до системи світового поділу праці та наближення її до ринкових структур розвинутих зарубіжних країн.

### **Суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності в Україні є:**

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

*Юридичні особи*, зареєстровані як такі в Україні і які мають постійне місцезнаходження на території України (підприємства, організації та об'єднання всіх видів, включаючи акціонерні та інші види господарських товариств, асоціації, спілки, концерни, консорціуми, торговельні доми, посередницькі та консультаційні фірми, кооперативи, кредитно-фінансові установи, міжнародні об'єднання, організації та ін.), в тому числі юридичні особи, майно та/або капітал яких є повністю у власності іноземних суб'єктів господарської діяльності.

*Об'єднання* фізичних, юридичних, фізичних і юридичних осіб, які не є юридичними особами згідно з законами України, але які мають постійне місцезнаходження на території України і яким цивільно-правовими законами України не заборонено здійснювати господарську діяльність.

*Структурні одиниці* іноземних суб'єктів господарської діяльності, які не є юридичними особами згідно з законами України (філії, відділення тощо), але мають постійне місцезнаходження на території України.

*Спільні підприємства* за участю суб'єктів господарської діяльності України та іноземних суб'єктів господарської діяльності, зареєстровані як такі в Україні і які мають постійне місцезнаходження на території України.

*Інші суб'єкти* господарської діяльності, передбачені законами України.

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

Фізичні особи мають право здійснювати зовнішньоекономічну діяльність з моменту набуття ними цивільної дієздатності згідно з законами України. Фізичні особи, які мають постійне місце проживання на території України, мають зазначене право, якщо вони зареєстровані як підприємці.

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

Для регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні використовуються наступні *інструменти*:

- законодавчі та інші нормативні заходи;
- економічні заходи державного регулювання (валютно-фінансового, кредитного та іншого) в межах законів України;
- рішення недержавних органів управління економікою, які приймаються за статутними документами в межах законів України;
- угоди, які укладаються між суб'єктами зовнішньоекономічної

діяльності і не суперечать законам України.

Держави, які вступають у зовнішньоекономічні відносини, різними способами і методами регулюють свою зовнішньоекономічну діяльність. Принципова структура державних інститутів, які регулюють зовнішньоекономічну діяльність суб'єктів господарювання приблизно однакова. В Україні до неї входять: Верховна Рада України, Кабінет Міністрів, Національний банк України, Центральний орган виконавчої влади з питань економічної політики, Органи доходів і зборів, Антимонопольний комітет, Міжвідомча комісія з міжнародної торгівлі.

### **1.3. Види зовнішньоекономічної діяльності**

Види зовнішньоекономічної діяльності визначаються законом України “Про зовнішньоекономічну діяльність”. До **видів** зовнішньоекономічної діяльності, які здійснюють в Україні суб'єкти цієї діяльності, належать:

*Експорт та імпорт товарів, капіталів і робочої сили.* Це найбільш розповсюджений вид ЗЕД. Країна імпортує ті товари, яких потребує або вимушена купувати. Причини експорту капіталу в основному пов'язанні із застосуванням стратегії диверсифікації та стратегії захвату ринку. Експорт робочої сили поширений, тоді коли країна має складне економічне положення.

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

зовнішньоекономічної діяльності України. Про значення послуг в ЗЕД сьогодні можна говорити лише про те, що воно зростає. Потреби людства і рівень життя зростають, технології, система управління і обслуговування удосконалюються, що вимагає розширення і удосконалення використання сфери послуг. Вимоги до обслуговування учасників ринкових відносин виходять на новий рівень взаємовідносин. Значення послуг набуває нового рівня, також завдяки взаємозв'язку між ними. Тобто організація одного виду послуг ЗЕД не можлива без організації інших. Наприклад, сприяння організації виробництва продукції в Україні іноземними інвесторами може бути пов'язана із зобов'язанням експортувати вироблену продукцію на цьому виробництві. Таким чином, іноземна фірма зобов'язана надавати додаткову послугу – організувати експорт цієї продукції.

*Наукова, науково-технічна, науково-виробнича, виробнича, навчальна та інша кооперація з іноземними суб'єктами господарської діяльності; навчання та підготовка спеціалістів на комерційній основі. Міжнародна кооперація поширена форма співробітництва, яка дозволяє застосовувати три види кооперації в господарській діяльності підприємства, а саме: виробничу, збутову і виробничо-збутову.*

*Міжнародні фінансові операції та операції з цінними паперами у випадках, передбачених законами України.*

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

*Спільна підприємницька діяльність між суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності та іноземними суб'єктами господарської діяльності, що включає створення спільних підприємств різних видів і*

форм, проведення спільних господарських операцій та спільне володіння майном як на території України, так і за її межами. Створення спільних підприємств може мати, як позитивний, так і негативний результат. В Україні створення спільних підприємств мав негативний досвід на початку становлення ринкових відносин. Коли держава переживає економічну кризу вона будь-яким шляхом намагається залучити іноземний капітал. Спільним підприємствам був наданий пільговий режим, який поставив у нерівні відносини національних та іноземних виробників. Метою створення спільних підприємств була спроба підняти розвиток виробництва. Вона була провальною. Іноземний інвестор мав на меті отримати доступ до ресурсів України. Обираючи будь-яку форму спільного підприємництва необхідно враховувати не тільки бажання, вигоди, але і загрози.

*Підприємницька діяльність на території України, пов'язана з наданням ліцензій, патентів, ноу-хау, торговельних марок та інших нематеріальних об'єктів власності з боку іноземних суб'єктів господарської діяльності; аналогічна діяльність суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності за межами України. Поширеного значення набула купівля ліцензії на ведення вже організованого бізнесу та під розробленим і відомим товарним знаком (франчайзинг). Даний вид ЗЕД є поширеним і схвалений тими країнами, які не запатентували певну діяльність з різних причин.*

*Організація та здійснення діяльності в галузі проведення виставок, аукціонів, торгів, конференцій, симпозіумів, семінарів та інших подібних заходів, що здійснюються на комерційній основі, за участю суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності. Має вагоме значення для організації ЗЕД, тому що є інформаційною ланкою для встановлення певних зв'язків між суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності. З'являється можливість знаходити партнерів для здійснення ЗЕД.*

*Організація та здійснення оптової, консигнаційної та роздрібною торгівлі на території України за іноземну валюту у передбачених законами України випадках.*

*Товарообмінні (бартерні) операції та інша діяльність, побудована на формах зустрічної торгівлі між суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності та іноземними суб'єктами господарської діяльності. Укладання міжурядових угод про товарообмінні операції, а також угод про економічне і виробниче співробітництво на компенсаційній основі дає можливість на кілька років уперед визначити види і обсяги товарів взаємного постачання. Інколи вихід на міжнародний ринок є можливим тільки завдяки безвалютному обміну. Це обмежений вихід на нетрадиційні ринки збуту, важкодоступні ринки розвинутих країн, які захищені тарифними і нетарифними бар'єрами.*

*Орендні, в тому числі лізингові, операції між суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності та іноземними суб'єктами господарської діяльності. Особливо поширені між країнами, які мають різний рівень розвитку. Наприклад, обладнання країна, що розвивається може взяти в оренду у розвиненій країні, так як грошей на його купівлю не має.*

*Операції з придбання, продажу та обміну валюти на валютних аукціонах, валютних біржах та на міжбанківському валютному ринку.*

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

*Інші види зовнішньоекономічної діяльності, не заборонені прямо і у виключній формі законами України.*

#### 1.4. Принципи зовнішньоекономічної діяльності

Організація зовнішньоекономічної діяльності повинна здійснюватися за певними правилами – принципами. Дотримання принципів організації зовнішньоекономічної діяльності дозволяє підприємствам і державам підтвердити те, що вони підтримують мир і безпеку у всьому світі, сприяють дружнім відносинам між країнами і здійсненню міжнародного співробітництва в рішенні міжнародних проблем в економічній і соціальній сферах. **Принципи зовнішньоекономічної діяльності** поділяються на три рівні (рис.1.2):

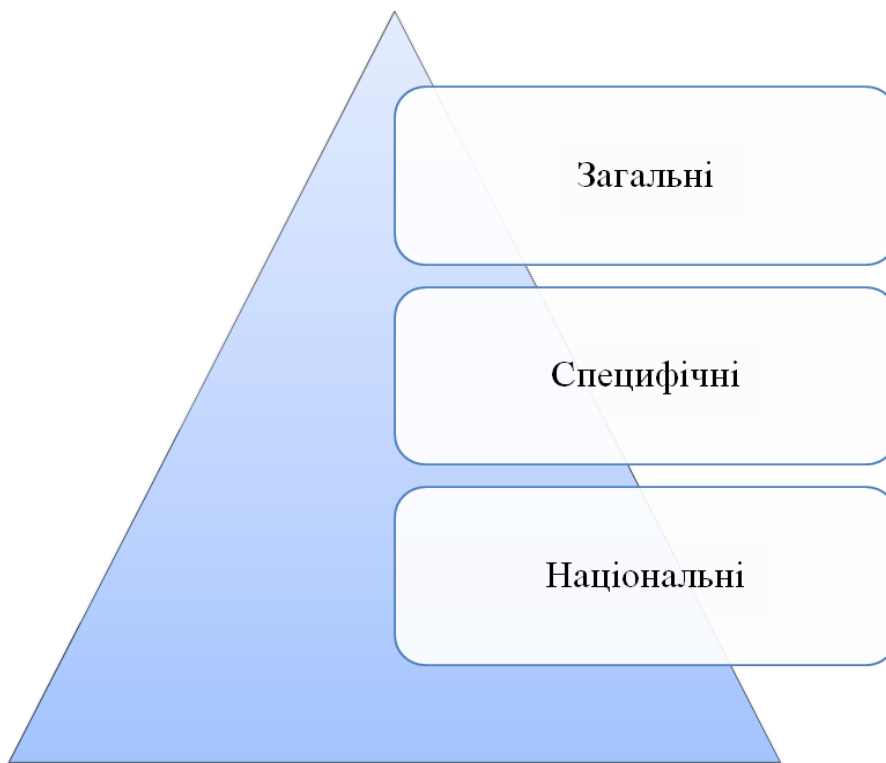


Рисунок 1.2. Рівні принципів ЗЕД

**1. Загальні принципи зовнішньоекономічної діяльності** – це визнані у всьому світі правила, яких дотримуються всі учасники ділових операцій. Серед загальних принципів зовнішньоекономічної діяльності виділяють три основних – принцип науковості, принцип системності і принцип взаємовигідності.



*Науковість ЗЕД* – безсумнівно, організація зовнішньоекономічної діяльності вимагає наукового підходу, а ефективне її забезпечення вимагає необхідних наукових знань (економічних, математичних, юридичних та інших наук), що, в свою чергу, потребує залучення кваліфікованого персоналу, який має певні знання для її ведення і організації.

*Системність ЗЕД* – необхідно враховувати всі рівні організації зовнішньоекономічної діяльності, як системи, тобто рівень самого підприємства, національний рівень, міжнародний і глобальний. Окрім цього, підприємство, яке розпочало зовнішньоекономічну діяльність, повинно працювати на перспективу і враховувати, що така діяльність є систематичною і вимагає багато зусиль і затрат. Всі складові повинні працювати, як один злагоджений механізм на досягнення результату.

*Взаємовигідність* – організація зовнішньоекономічної діяльності повинна бути взаємовигідною для усіх сторін, тобто повинна бути не тільки оціненою, виходячи з потреб кожної сторони, але й оціненою у порівнянні з вигодами партнера. Участь у зовнішньоекономічній діяльності повинна приносити користь, а не часткову користь.

**2. Специфічні принципи зовнішньоекономічної діяльності** – стосуються тих держав, які підписали той чи інший правовий акт міжнародних організацій в якому закріплені ці принципи.

Найбільш повний перелік принципів організації зовнішньоекономічної діяльності надається в “Хартії економічних прав і обов’язків держав”, прийнятій Спеціальною сесією ООН у 1974 році. В цьому документі зазначені такі принципи:

- суверенна рівність усіх держав;
- територіальна цілісність і політична незалежність усіх держав;
- ненапад і невтручання у внутрішні справи;
- взаємна і справедлива вигода;
- мирне співіснування і мирне вирішення спірних питань;

- рівноправність і самовизначення народів;
- усунення несправедливості (внаслідок застосування сили), що позбавляє націю засобів для її нормального розвитку;
- сумлінне виконання міжнародних зобов'язань;
- повага до прав людини та основних свобод;
- сприяння міжнародній соціальній справедливості;
- міжнародне співробітництво з метою розвитку;
- вільний доступ до морів для країн, що їх не мають.

Принципи зовнішньоекономічної діяльності Європейського Союзу (ЄС) містяться у так званій Білій книзі під назвою “Формування внутрішнього ринку”, (1985 р.). В якій надається наступний перелік принципів:

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

**3. Національні принципи зовнішньоекономічної діяльності** закріплюються в законодавчих актах країн, яких повинні дотримуватися усі суб'єкти, які здійснюють зовнішньоекономічну діяльність на території тієї чи іншої країни. В Україні ці принципи закріплені у Законі України “Про зовнішньоекономічну діяльність”. Необхідно враховувати, що ці

принципи стосуються всіх іноземних суб'єктів, які ведуть свою зовнішньоекономічну діяльність в Україні.

Принципи організації зовнішньоекономічної діяльності на території України:

*Принцип суверенітету народу України при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності.* Народ України самостійно і незалежно має право проводити зовнішньоекономічну діяльність на території своєї країни і виконувати всі зобов'язання у сфері міжнародних економічних відносин і договорах.

*Принцип свободи зовнішньоекономічного підприємництва* передбачає право суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності добровільно вступати в зовнішньоекономічні зв'язки, а також здійснювати її в будь-яких формах, які не заборонені законами України. Суб'єкт зовнішньоекономічної діяльності, який одержав від цієї діяльності у власність кошти, майно, майнові і немайнові права та інші результати, має право володіти, користуватися і розпоряджатися ними на свій розсуд. Вилучення результатів зовнішньоекономічної діяльності у власника у будь-якій платній або неоплатній формі без його згоди забороняється, за винятком випадків, передбачених законами України.

*Принцип юридичної рівності та недискримінації* передбачає рівність усіх суб'єктів перед законом незалежно від форм власності, у тому числі і держави при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності, заборону будь-яких дій держави, окрім тих, які передбачені законом, результатом яких може стати обмеження прав і дискримінація суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності, а також іноземних суб'єктів. Передбачає неприпустимість обмежувальної діяльності з боку будь-яких суб'єктів, окрім випадків, передбачених законом.

*Принцип верховенства закону,* який передбачає регулювання зовнішньоекономічної діяльності тільки законами України і заборону

застосування тих підзаконних актів і актів управління місцевих органів, які створюють умови, менш сприятливі, ніж ті, що встановлені законами України. До суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності може бути застосована санкція у вигляді тимчасового призупинення права здійснення такої діяльності у випадках порушення чинних законів України, що стосуються цієї діяльності.

*Принцип захисту інтересів суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності*, який полягає в тому, що Україна забезпечує однаковий захист всіх суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності, у тому числі, і іноземних суб'єктів господарської діяльності згідно з законами України, а також здійснює однаковий захист усіх суб'єктів за її межами відповідно до норм міжнародного права. Також здійснює захист державних інтересів України, як на її території, так і за її межами відповідно до законів України.

*Принцип еквівалентності обміну, неприпустимості непридатного експорту при ввезенні і вивезенні товарів*. Сприяє забезпеченню збалансованості і створенню найбільш сприятливих умов для входження економіки України в систему світового поділу праці і її наближення до ринкових структур розвинутих країн. Окрім цього, сприяє виключенню демпінгу (встановлення цін набагато нижче світових, тобто заниження ціни) при ввезенні й вивезенні товарів.

### **Питання для самоконтролю**

1. Поясніть різницю між термінами зовнішньоекономічні зв'язки і зовнішньоекономічна діяльність.
2. Обґрунтуйте місце підприємства у ЗЕД.
3. Яких суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності стосуються специфічні принципи?
4. Які суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності повинні дотримуватися національних принципів зовнішньоекономічної діяльності?

5. Назвіть принципи зовнішньоекономічної діяльності України.
6. Які інструменти використовуються для регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні?
7. Назвіть цілі регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні.
8. Обґрунтуйте функції зовнішньоекономічної діяльності і їх взаємозалежність.

## ТЕМА 2

### ОСНОВНІ НАПРЯМИ І ПОКАЗНИКИ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

У сучасному світі держави в цілому та окремі суб'єкти, зокрема, ведуть активну і постійну співпрацю в обраних ними напрямках з іноземними контрагентами. Звичайно, ефективність та результативність зовнішньоекономічної діяльності в багато чому залежить від правильності та доцільності обраних шляхів розвитку та застосовуваних заходів для досягнення поставлених цілей. Тому край важливо бути обізнаними щодо можливих напрямів і показників розвитку зовнішнього сектору економіки. Особливо, коли мова йде про ефективність розвитку зовнішньоекономічної діяльності всієї держави.

У даній темі розглядається: сутність та значення зовнішньоекономічної політики держави; основні етапи та аналіз розвитку зовнішньоекономічної діяльності в Україні; характеристика основних показників розвитку зовнішньоекономічного сектору країни; платіжний баланс України, його структура та характеристика.

#### **2.1. Сутність та значення зовнішньоекономічної політики держави**

Зовнішньоекономічна політика держави (далі – ЗЕП) є продовженням внутрішньої економічної політики за певним стратегічним курсом, але з використанням зовнішніх факторів, інструментів її реалізації, отже, безпосередньо пов'язана з внутрішньою політикою. Це національна політика країни по відношенню до інших суб'єктів світового господарства, якими можуть бути і держави, і міжнародні економічні організації, інститути і міжнародні компанії тощо.

В науковій літературі існують різні визначення зовнішньої економічної політики. Зокрема, її характеризують як один із основних макроекономічних зв'язків, що спирається на тарифи і ліцензії в торгівлі, встановлення обмінного курсу національної валюти для стимулювання прискорення або уповільнення економічного розвитку країни. Також існує визначення зовнішньої економічної політики як системи заходів, націлених на досягнення економікою конкретної країни визначених переваг на світовому ринку і одночасно на захист внутрішнього ринку від конкуренції іноземних товарів. Окрім того, під зовнішньоекономічною політикою розуміють форму політичної організації публічної матеріальної можливості та спроможності соціального суб'єкта формувати й реалізовувати його зовнішньоекономічні інтереси та цілі у сфері міжнародних відносин тощо.

У той же час, доцільно визначати **сутність зовнішньоекономічної політики** сприймати як комплекс заходів, спрямованих на підвищення ефективності функціонування національної економіки у системі світового господарства.

Слід мати на увазі, що саме по собі зовнішнє середовище не визначає суті зовнішньоекономічної політики, оскільки цю суть формують в основному домінуючі політичні еліти. Зміст ЗЕП відповідної держави визначається її соціально-економічною організацією, а зовнішнє середовище надає ЗЕП лише форми, що відповідає об'єктивним умовам міжнародних економічних відносин на певному історичному етапі розвитку. Тому конкретна держава при інтеграції у світову економічне співтовариство змушена пристосовувати свої інтереси і цілі до об'єктивної ситуації в системі міжнародних економічних відносин.

На процес формування і реалізації ЗЕП впливають як об'єктивні, так і суб'єктивні *чинники*. Об'єктивною основою формування ЗЕП є наявність зовнішніх економічних потреб, які, в свою чергу, стають основою

зовнішньоекономічного інтересу, а останній реалізується через політичний інтерес, перш за все економічний, стає метою зовнішньоекономічної діяльності.

У свою чергу, реалізація зовнішньоекономічного інтересу завжди надає можливість вибору шляхів, форм і знарядь для досягнення цілей, що залежить від розстановки економічних сил, класів, соціальних груп, партій, від певної системи політичних відносин тощо. Тому зовнішньоекономічна політика країни має завжди високий рівень суб'єктивізму, бо залежить від панування певного класу, соціальної групи або політичної партії, блоку партій в уряді.

**Структурними елементами ЗЕП** є суб'єкти, об'єкти і ресурси (матеріально-технічні, організаційні, адміністративні, людські тощо).

Кожний суб'єкт зовнішньоекономічної діяльності переслідує свої інтереси і цілі. Головним суб'єктом ЗЕП є держава, тому визначальним принципом зовнішньоекономічної діяльності є принцип всеохоплюваності, що означає загальнообов'язковість рішень держави для всіх суб'єктів міжнародних економічних відносин. Держава як виразник і втілювач національного економічного інтересу також має свої генеральні та стратегічні цілі. У той же час, виразниками і втілювачами зовнішньоекономічних інтересів є фізичні та юридичні особи як суб'єкти ЗЕП, які дбають про свої інтереси.

Варто підкреслити, що *основною метою* зовнішньоекономічної політики є забезпечення економічного розвитку країни та добробуту людей на основі ефективно побудованих відносин з іншими країнами та іншими суб'єктами.

Виділяють різні *типи стратегічних цілей*, наприклад: кількісні (зростання, наприклад, зовнішньоторговельного обороту) та якісні (підвищення конкурентоспроможності товарів на світовому ринку); короткострокові (стимулювання експорту), середньострокові (створення



спільних високотехнологічних підприємств з іноземними партнерами) і довгострокові (регіональна інтеграція та довгострокове співробітництво з певними країнами).

Слід пам'ятати, що зовнішня економічна політика є достатньо динамічною, оскільки на неї впливають різноманітні внутрішні та зовнішні фактори: соціально-політична ситуація у певній країні і становище в національній економіці, міжнародна ситуація у системі міжнародних відносин тощо.

Зовнішньоекономічна політика може бути наступальною і захисною. При цьому, ефективність функціонування ЗЕП залежить від реалізації обох цих взаємопов'язаних функцій. Наприклад, неможлива реалізація наступальної функції без чіткого відпрацювання захисної.

*Наступальна функція* спрямована на отримання країною порівняльних та абсолютних переваг у результаті участі у світових господарських відносинах, тобто на реалізацію економічного потенціалу країни на світовому ринку.

*Захисна функція* реалізується для формування народногосподарської структури у відповідності з національними інтересами та цілями зовнішньоекономічної політики. Причини введення захисних заходів наступні:

- захист вітчизняного ринку від небажаної іноземної конкуренції;
- захист окремих галузей та підприємств у період становлення нових виробництв, структурної перебудови і подолання кризових явищ;
- захист стратегічних галузей і підприємств;
- необхідність мати резерв торговельно-політичних поступок, обмін на аналогічні поступки країн-партнерів, важливих для вітчизняного експорту;
- проведення вибіркової структурної політики тощо.

**Основними складовими і засобами зовнішньоекономічної політики**

є зовнішньоторговельна політика, валютна політика, політика у сфері залучення іноземних інвестицій, митно-тарифна політика, тощо.

**Зовнішньоторговельна політика** – це державна політика, яка впливає на зовнішню торгівлю через мито, субсидії, прямі обмеження експортних та імпорتنих операцій. Об'єктом регулювання зовнішньоторговельної політики є товаропотоки між країнами. Залежно від спрямованості товаропотоків розрізняють експортну та імпорتنу політику держави.

Експортна політика держави має на меті реалізацію на зовнішніх ринках товарів, стосовно яких країна має порівняльні переваги, стимулювання конкурентоспроможності вітчизняних підприємств, підвищення серійності вітчизняного виробництва конкурентоспроможної продукції з метою розширення її вивозу на зовнішні ринки, тобто експортна політика спрямована на реалізацію економічного потенціалу країни на зовнішніх ринках.

Імпорتنна політика спрямована на регулювання імпорту з метою розумного захисту вітчизняного ринку від іноземної конкуренції та задоволення власних потреб за рахунок товарів іноземного виробництва.

Основними напрямками імпорتنної політики є: обґрунтована політика імпортозаміщення та відповідні протекційні заходи стосовно товарів іноземного виробництва. Основними інструментами регулювання імпорту є жорстка митно-тарифна система та застосування нетарифних бар'єрів.

**Валютна політика** являє собою сукупність дій держави з метою підтримання економічної стабільності і створення основних засад розвитку міжнародних економічних відносин за рахунок впливу на валютний курс та валютні відносини. Основними складовими валютної політики є дисконтна та девізна політика держави.

Дисконтна політика – це система економічних та організаційних заходів, які використовуються при застосуванні дисконтної ставки

(відсотка) при регулюванні інвестицій та збалансуванні платіжних зобов'язань. Дисконтна політика орієнтована на коригування валютного курсу з метою регулювання грошового потоку, динаміки та рівня цін, обсягу грошової маси та міграцію короткотермінових активів.

Девізна політика передбачає застосування валютної інтервенції та валютних обмежень на покупку і продаж валюти з метою контролю за стабільністю валютного курсу.

В свою чергу, валютна інтервенція є цільовою операцією Національного банку України з купівлі-продажу іноземної валюти для обмеження динаміки курсу національної валюти певними рамками його підвищення або зниження, а валютні обмеження – це система економічних, правових й організаційних засобів, що регламентують операції з національною та іноземною валютою.

**Політика у сфері стимулювання іноземних інвестицій** являє собою комплекс заходів держави для залучення, використання іноземних інвестицій на території країни та регулювання вивозу інвестицій за кордон. Ця політика передбачає реалізацію відповідних цілей:

- залучення в країну додаткового інвестиційного капіталу, передових технологій та управлінського досвіду ринкового господарювання;
- створення конкурентного середовища для суб'єктів господарювання;
- збільшення обсягів національного виробництва за рахунок іноземних інвестицій;
- збільшення зайнятості населення та скорочення рівня безробіття;
- реорганізація та структурна перебудова економіки, тощо.

**Митно-тарифна політика** є комплексною системою заходів, що спрямована на забезпечення економічного суверенітету країни, охорону її державних кордонів та реалізацію зовнішньоекономічної стратегії.

Основні цілі митно-тарифної політики:

- ефективне використання інструментів митного контролю та регулювання товарообміну на митній території України;
- захист внутрішнього ринку;
- ефективний розвиток національної економіки;
- структурна перебудова економічної політики держави.

Митно-тарифна політика дозволяє державі регулювати товаропотоки та географічну структуру експорту та імпорту з урахуванням довготермінових цілей розвитку країни, забезпечення макроекономічної стабільності, підтримання платіжного балансу, стабільного курсу національної валюти.

Серед основних завдань митно-тарифної політики України виділяють:

- створення оптимальних умов для конкуренції між національними й іноземними виробниками;
- найбільш ефективне використання інструментів митного контролю та регулювання товарообміну на митній території;
- участь у реалізації торговельно-політичних завдань щодо захисту національного ринку;
- стимулювання розвитку національної економіки;
- сприяння здійсненню структурної перебудови економіки; тощо.

## **2.2. Основні етапи та аналіз розвитку зовнішньоекономічної діяльності в Україні**

Як правило, дослідники виділяють три основні *етапи становлення й розвитку* зовнішньоекономічної діяльності в Україні.

**Перший етап (початок 1920-х рр – середина 1980-х рр.).** Особливим напрямом зовнішньоекономічної політики, яка проводилася в

СРСР та інших соціалістичних країнах, в тому числі в Україні, була політика монополії зовнішньої торгівлі як виключне право держави на здійснення зовнішньоекономічних зв'язків країни.

Зовнішньоекономічні зв'язки СРСР в цей період розвивалися по-різному: в роки холодної війни менш інтенсивно, а після її подолання – більш інтенсивно. Але в цілому обсяг зовнішньоторговельного обігу постійно збільшувався. Однак з середини 80-х років минулого століття темпи росту зовнішньоторговельного обігу СРСР почали різко падати.

Підприємства не мали права самостійно виходити на зовнішні ринки. Всі питання, що стосувались зовнішньоекономічної діяльності, перебували у віданні держави та її органів, що, безумовно, знижувало зацікавленість виробників у виробництві експортної продукції, вдосконаленні її характеристик.

Багато з названих негативних факторів були обумовлені переважно екстенсивним характером економічного зростання, а також специфікою відповідних механізмів управління економікою, включаючи зовнішньоекономічні зв'язки. В умовах екстенсивного росту головним було досягнення кількісних результатів, а витрати виробництва, якість продукції, її конкурентоспроможність, технічні інновації, соціальні проблеми відходили на другий план, що негативно позначалося на соціально-економічному розвитку країни.

**Другий етап (середина 1980-х рр. – початок 1990-х рр.).** Цей етап – роки початку перебудови економіки – характеризувався ліквідацією державної монополії на зовнішню торгівлю та зміною принципів організації управління ЗЕД. У цей період вирішуються два основні завдання:

– розширення прав міністерств та відомств, об'єднань і підприємств по виходу на зовнішній ринок, встановленню прямих зв'язків, розвитку виробничої й науково-технічної кооперації;

- певне оновлення державного регулювання ЗЕД.

На даному етапі приймається ряд важливих урядових постанов, спрямованих на вирішення зазначених завдань. Велика увага приділяється перебудові зовнішньоторговельного управлінського апарату на рівні підприємств, регіонів та країни в цілому. Складається нова система державного регулювання ЗЕД. Проте, підприємства, що одержали право виходу на зовнішній ринок, не мали належного досвіду ведення експортно-імпортних операцій, було недостатньо знань в області ділових відносин та міжнародного маркетингу.

**Третій етап (після отримання Україною державної незалежності).** Період реформування, розвитку та управління ЗЕД в Україні як суверенній державі. З одержанням незалежності та проведенням Україною самостійної зовнішньоекономічної політики була розроблена нова концепція її зовнішньоекономічної діяльності, яка полягала:

- у розвитку активного співробітництва із країнами далекого зарубіжжя, входженні в світовий інтеграційний процес;
- в удосконалення та подальшому розвитку економічних зв'язків із країнами ближнього зарубіжжя, переході їх на ринкові відносини.

На даному етапі ЗЕД розглядається не тільки як складова частина господарської діяльності підприємства, але й як важливий фактор економічного зростання, створення передумов більш інтенсивного розвитку інтеграційних процесів на мікрорівні. За цей період значно збільшилося число суб'єктів, що здійснюють ЗЕД, зріс обсяг зовнішньоторговельного обігу, розширилася географія зовнішньоекономічних зв'язків.

Уже на початку цього періоду були прийняті важливі законодавчі акти, що стосуються ведення зовнішньоекономічної діяльності.

Пріоритетними напрямками розвитку ЗЕД на цьому етапі були:

- вступ України до СОТ;

- лібералізація умов торгівлі з країнами ЄС;
- реалізація модливостей торгово-економічного співробітництва з Росією та іншими країнами СНД;
- нарощування експортного потенціалу шляхом структурної диверсифікації експортних потоків;
- поглиблення співробітництва з міжнародними організаціями, тощо.

У лютому 2008 р. на засіданні Генеральної Ради Світової організації торгівлі було прийнято рішення та підписано відповідні документи щодо приєднання України до Угоди про заснування СОТ. У квітні 2008 року Верховна Рада ратифікувала протокол про вступ України до Світової організації торгівлі. На той час Україна стала 152-м офіційним членом СОТ.

### **2.3. Характеристика основних показників розвитку зовнішньоекономічного сектору країни**

Стан розвитку зовнішньоекономічного сектора країни характеризуються сукупністю економічних показників, які можна поділити на такі групи:

- абсолютні (зокрема, обсяг та динаміка зовнішнього товарообігу; торговельне сальдо, генеральна торгівля, спеціальна торгівля);
- відносні (індекси динаміки експорту та імпорту; коефіцієнт покриття імпорту експортом; індекс концентрації експорту; індекс “умов торгівлі”; індекс імпортової залежності країни; індекс чистої торгівлі);
- показники структури (товарна, географічна та інституціональна структури; індекс диверсифікації експорту/імпорту; галузеві частки в загальному обсязі експорту; індекс географічної концентрації експорту/імпорту);

– показники інтенсивності та ефективності зовнішньоекономічної зв'язків країни (сальдо платіжного балансу країни; експорт на душу населення; імпорт на душу населення; зовнішньоторговельний оборот на душу населення).

До показників, що характеризують *обсяг зовнішнього товарообігу* відносять:

– обсяг експорту товарів – обсяг вивезених товарів, робіт, послуг, результатів інтелектуальної діяльності, в тому рахунку виключних прав на них, з митної території країни за кордон без зобов'язання їх зворотного ввезення;

– обсяг імпорту товарів – обсяг ввезених товарів, робіт, послуг, результатів інтелектуальної діяльності, в тому рахунку виняткових прав на них, на митну територію країни з-за кордону без зобов'язання про зворотне вивезення;

– зовнішньоторговельний оборот – сукупний обсяг експорту-імпорту товарів за визначений період часу (як правило за рік);

– генеральна торгівля – вартість зовнішньоторговельного обороту та вартість транзитних товарів;

– спеціальна торгівля – чистий зовнішньоторговельний оборот, тобто продукція, завезена в країну або вивезена з неї;

– реекспорт – вивезення раніше завезеного товарів, який не підлягали переробці;

– реімпорт – ввезення раніше вивезених товарів, які не підлягали переробці.

Розглянемо *групу відносних показників*. Динаміка експорту та імпорту визначається через показники, які доцільно розділити на дві підгрупи: темпи росту та темпи приросту.

До темпів росту зовнішньоекономічних зв'язків відносяться темпи росту експорту, темпи росту імпорту, темпи росту



зовнішньоторговельного обороту.

До темпів приросту зовнішнього товарообігу можна віднести: темпи приросту експорту, темпи приросту імпорту, темпи приросту зовнішньоторговельного обороту.

Коефіцієнт покриття імпорту експортом, визначається як відношення доходів від експорту до витрат на імпорт (вимірюється, як правило, у відсотках).

Індекс «умов торгівлі» є відношенням експортних цін країни до її імпортних цін. Якщо індекс розраховується по відношенню до великої сукупності товарів, то він визначається як співвідношення індексів експортних та імпортних цін. Для цього розраховується індекс експортних цін. На індекс «умов торгівлі» не впливає валюта, що була обрана для розрахунку індексів середніх цін, а тому індекси різних країн світу є порівнянними між собою.

Значення індексу ( $I_{ут}$ ) коливається навколо одиниці:

$I_{ут} = 1$  – умови торгівлі залишилися незмінними;

$I_{ут} > 1$  – умови торгівлі покращились у порівнянні з базовим періодом;

$I_{ут} < 1$  – умови торгівлі погіршилися у порівнянні з базовим періодом.

Індекс імпортової залежності країни (імпортна квота) являє собою частку імпорту у валовому внутрішньому продукті країни, характеризує рівень залежності країни від імпорту товарів та послуг.

Індекс чистої торгівлі показує по кожному з товарів або товарній групі рівень перевищення експорту над імпортом (при позитивному значенні індексу) або рівень перевищення імпорту над експортом (при від'ємному значенні).

Нижче наведено *групу показників структури*, що характеризують ступінь розвитку зовнішньоекономічного сектора країни.

Товарна структура – це показники розподілу експорту й імпорту за основними товарними позиціями. Даний показник дозволяє певним чином виявити ступінь розвитку економіки країни. Так, якщо в товарному експорті країни домінують готові вироби, тоді функціонування економічної системи вважається ефективним, або країна на інтенсивному шляху розвитку. Якщо ж переважає сировина чи напівфабрикати, то країна йде екстенсивним шляхом розвитку, її міжнародна конкурентоспроможність є нижчою.

Географічна структура – це розподіл зовнішньоекономічних операцій за групами країн та регіонами. Даний показник характеризує ступінь розвитку зовнішньоекономічних відносин держави з іншими країнами світу та показує певну залежність держави від взаємовідносин з тією чи іншою країною.

Інституціональна структура – це розподіл зовнішньоекономічних зв'язків за суб'єктами та методами товарного обміну для визначення ефективності умов функціонування зовнішньоекономічного комплексу країни.

Індекс диверсифікації експорту – це індекс відхилення товарної структури експорту країни від структури світового експорту. Використовується, як правило, для визначення розбіжностей у структурі зовнішньої торгівлі країн, експорт яких є достатньо різнобічним. Розраховується на базі абсолютного відхилення частки товару в експорті країни від його частки у світовому експорті. Для цього використовується формула:

$$S_j = \frac{\sum_{i=1}^n |h_{ij} - h_i|}{2}, \quad (2.1)$$

де  $S_j$  – індекс диверсифікації експорту країни  $j$ ;

$h_j$  – частка товару в загальному експорті країни  $j$ ;

$h_{ij}$  – частка товару в загальному світовому експорті.

Хоча індекс  $i$  характеризує кількісну відмінність товарної структури експорту країни від структури світового чи регіонального експорту, але на його підставі не можна засвідчувати, що структура експорту однієї країни краща або гірша за аналогічну структуру іншої країни.

Індекс концентрації експорту (т.з. індекс Хіршмана) демонструє, наскільки широкий спектр товарів експортує країна. При 239 класифікованих видах продукції (за методологією ООН), він має вигляд:

$$H_j = \left( \sqrt{\sum_{i=1}^{239} \left( \frac{x_i}{X} \right)^2} - \sqrt{\frac{1}{239}} \right) / \left( 1 - \sqrt{\frac{1}{239}} \right), \quad (2.2)$$

де  $H_j$  – індекс «концентрації» експорту країни  $j$  ( $j$  – індекс країни);

239 – кількість видів продукції за класифікацією ООН;

$i$  – індекс товару (від 1 до 239);

$X_i$  – вартість експорту товарів  $i$  країною  $j$ .

$X$  – загальна вартість експорту країни  $j$ .

Про один з основних показників інтенсивності та ефективності зовнішньоекономічної зв'язків країни – платіжний баланс – мова піде у наступній частині. Решту показників розглянемо зараз.

Експорт на душу населення розраховується за наступною формулою:

$$E_{\text{д.нас.}} = \frac{E}{\text{Ч}_{\text{нас.}}}, \quad (2.3)$$

де  $E$  – обсяг експорту країни у звітному році;

$\text{Ч}_{\text{нас.}}$  – кількість населення у країні.

Імпорт на душу населення розраховується за подібною формулою:

$$I_{\text{д.нас.}} = \frac{I}{\text{Ч}_{\text{нас.}}}, \quad (2.4)$$

де  $I$  – обсяг імпорту країни у звітному році.

Формула розрахунку зовнішньоторговельного обороту на душу населення має вигляд:

$$\text{ЗТО}_{\text{д.нас.}} = \frac{\text{ЗТО}}{\text{Ч}_{\text{нас.}}}, \quad (2.5)$$

де ЗТО – обсяг зовнішньоторговельного обороту в звітному році.

До показників, які характеризують ефективність функціонування економіки країни, відносять також державний борг. При наявності дефіциту бюджету країна позичає грошові ресурси, що, у свою чергу, призводить до виникнення та зростання державного боргу. При цьому, варто знати, що рівень державного зовнішнього боргу стосовно ВВП в обсязі 50% Світовий банк вважає критичним.

#### **2.4. Платіжний баланс України, його структура та основні характеристики**

Відповідно до офіційного тлумачення, платіжний баланс – це статистичний звіт, у якому зазначено сумарні дані про економічні операції резидентів з нерезидентами за певний період. Розробка і створення платіжного балансу базуються на єдиній методології відповідно до стандартної класифікації компонентів і структури зведеної інформації. За формою складання платіжний баланс України визначається як зведений статистичний звіт (за певний період часу) про здійснення міжнародних операцій українських резидентів з резидентами інших країн світу.

Інформаційну базу платіжного балансу України становлять такі джерела:

- інформація про рух товарних потоків через кордон (міжнародна торгівля);
- дані банківської системи про надходження платежів з-за кордону і здійснення платежів за кордон (фінансові операції з нерезидентами);
- статистичні спостереження підприємств та організацій з метою збирання повної та додаткової інформації (статистична звітність експортерів та імпортерів продукції, інвесторів, та одержувачів іноземних інвестицій тощо).

За характером операцій платіжний баланс поділяється на баланс поточних операцій та баланс руху капіталів. Virізняють також розділи “Помилки та пропуски” і “Зміни у валютних резервах”.

**Платіжний баланс поточних операцій** складається з:

- торгового балансу;
- балансу послуг;
- балансу іноземного туризму та некомерційних операцій;
- балансу доходів і платежів по закордонних інвестиціях.

У *торговому балансі* відображається співвідношення між експортом та імпортом товарів. Стан торгового балансу віддзеркалює економічне становище країни, ступінь залежності її від зовнішніх ринків. Причому, активне сальдо торгового балансу не завжди свідчить про економічне благополуччя країни. Наприклад, активний торговий баланс країн, які розвиваються, як правило, супроводжується пасивним сальдо всього платіжного балансу, що свідчить про їхню хронічну зовнішню заборгованість. Для правильного оцінювання стану торгового балансу та його сальдо необхідно зважати на способи оцінювання експортних та імпортних товарів, а також враховувати відмінності в умовах збуту та надходження цих товарів.

*Баланс послуг* відображає платежі та надходження по фрахту, поштових, телефонних та телеграфних послугах, страхуванню та банківських послугах, передачі «ноу-хау», орендній платі, різноманітних комісійних та ін. За останнє десятиріччя в економіці країн суттєво зросло значення сектора послуг. Він все більше переорієнтовується на надання не тільки традиційних послуг (транспортні перевезення, зв'язок, будівництво, страховий бізнес та ін.), але й на такі спеціалізовані послуги, як науково-дослідні та проектно-конструкторські роботи, розробка програмного забезпечення та технічне обслуговування обчислювальної техніки, маркетинг, інжиніринг, послуги в галузі права, менеджменту,

консультування та ін.

*Баланс розрахунків по іноземному туризму та некомерційних операціях* включає платежі та надходження по туризму, приватних та офіційних переказах, пенсіях, дарах, контрибуціях та репараціях, державних витратах на утримання іноземних представництв, субсидіях, наданню військової допомоги іншим державам, утриманню військових баз за кордоном тощо. Сальдо цього балансу у багатьох країнах має велике значення для кінцевого результату платіжного балансу. Це стосується країн з розвинутою індустрією туризму або країн, де значна частина населення виїжджає в інші країни на заробітки.

*Баланс доходів і платежів по закордонних інвестиціях* відображає сплату відсотків і дивідендів імпортерами капіталу та їх отримання експортерами.

Країни, які тривалий час мають активний баланс поточних операцій, використовують кошти, що дорівнюють величині позитивного сальдо, для закордонних інвестицій. Вони можуть здійснювати вивіз капіталу в формі інвестування грошей у нерухомість (будівництво та придбання земельних ділянок за кордоном), придбання акцій та облігацій підприємств інших країн та облігацій іноземних урядів, розміщення капіталів в іноземних банківських установах. Країни, які мають пасивне сальдо балансу змушені ввозити капітали.

**Баланс руху капіталів** відображає платежі та надходження по експорту-імпорту державного і приватного короткострокового та довгострокового капіталу. До них належать прями та портфельні інвестиції, комерційні кредити, авуари в банках, спеціальні фінансові операції тощо.

Баланс руху капіталів складається з:

- балансу короткострокових капіталів;
- балансу довгострокових капіталів.

*Баланс короткострокових капіталів* відображає рух кредитів у

товарній та грошовій формах терміном до одного року, зміни у короткострокових авуарах, а також ввіз та вивіз національної та іноземної валют. У світовій практиці існує поняття “гарячі гроші” (“блукаючий капітал”). Це грошовий капітал, який стихійно переміщується з країни в країну з метою збереження вартості або отримання спекулятивних прибутків. Надходження цих грошей в країну може тимчасово поліпшити платіжний баланс і спричинити небажане підвищення курсу національної валюти. Але раптовий їх відплив з країни посилює нестабільність її платіжного балансу та валютного стану.

*Баланс довгострокових капіталів* відображає рух грошей у зв’язку із купівлею-продажем цінних паперів і наданням або отриманням довгострокових кредитів.

Розділ *«Помилки та пропуски»* у періоди економічних криз містить значні суми, які, як правило, відображають рух короткострокових капіталів, не врахованих у попередніх розділах.

Розділ *«Зміни у валютних резервах»* відображає міжнародні валютні операції центральних банків, пов’язані з вирівнюванням платіжного балансу країни та підтриманням курсу національної валюти.

Важливим у групуванні статей платіжного балансу та вимірюванні його сальдо є питання: які статті віднести до основних, а які до балансуєчих.

Вважається, що *основними статтями* платіжного балансу України є такі, що, впливаючи на сальдо платіжного балансу, характеризуються відносною самостійністю. До них, як правило, відносять статті, що відображають поточні операції та рух довгострокового капіталу. Сальдо основних статей ототожнюють з поняттям «сальдо платіжного балансу».

До *балансуєчих статей платіжного балансу* відносять такі, що характеризуються обмеженою самостійністю. Це, як правило, статті, що відображають зміни у валютних резервах, короткострокових активах,

окремі види іноземної допомоги, зовнішні позики, кредити міжнародних фінансових організацій. Методи балансування сальдо платіжного балансу можуть бути поділені на тимчасові та остаточні.

Підсумкові показники основних і балансуєчих статей взаємно погашаються. Отже, якщо обсяги платежів по основних статтях платіжного балансу перевищують суми надходжень по них, то держава мусить вдаватися до балансуєчих статей.

Таким чином, зовнішньоекономічна політика та зовнішньоекономічна діяльність України, накопивши достатній досвід розвитку, на сьогодні є складними багатокомпонентними поняттями, що характеризують різноманітні аспекти та можуть бути оцінені чималою кількістю відповідних показників. При цьому, рівень ефективності та результативності ведення зовнішньоекономічної діяльності нашої держави має бути під постійним контролем уряду, відповідних державних та недержавних організацій, інших суб'єктів, для того, щоб своєчасно приймати найбільш доцільні та необхідні заходи для досягнення головної мети – забезпечення добробуту людей та стабільного економічного розвитку країни.

### **Питання для самоконтролю**

1. Дайте визначення поняттю «зовнішньоекономічна політика держави».
2. Назвіть мету, цілі та структурні елементи зовнішньоекономічної політики держави.
3. Які функції притаманні зовнішньоекономічній політиці держави?
4. Охарактеризуйте основні складові зовнішньоекономічної політики держави.
5. Надайте характеристику основним етапам розвитку



зовнішньоекономічної діяльності в Україні.

6. Назвіть основні групи показників розвитку зовнішньоекономічного сектору країни.

7. Які показники відносяться до групи показників структури (чого)?

8. Назвіть основні складові елементи платіжного балансу України.

## ТЕМА 3

# СИСТЕМА РЕГУЛЮВАННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Ринкові умови господарювання у сфері зовнішньоекономічної діяльності не відкидають участі у них держави та її органів. Зважаючи на важливість можливого впливу зовнішньоекономічної активності на ситуацію на внутрішньому ринку, держава постійно намагається збалансувати експортно-імпортні потоки та мінімізувати можливі негативні впливи на стан національної економіки. Для цього держава використовує цілий арсенал різноманітних заходів та формує власну систему органів впливу на зовнішньоекономічну діяльність.

В цій темі розглядаються наступні основні питання: рівні регулювання ЗЕД, система державного регулювання ЗЕД за інституціональною ознакою, відповідні методи та інструменти регулювання.

### **3.1. Національний та наднаціональний рівень регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні**

Зовнішньоекономічна діяльність, як і будь-який інший вид підприємницької діяльності, в сучасних умовах здійснюється не на принципах повної свободи, а підлягає певному регуляторному впливу. Зважаючи на те, що зовнішньоекономічна діяльність здійснюється як мінімум між суб'єктами двох держав, то такий вплив здійснюється як з боку цих держав, так і з боку різноманітних наддержавних утворень.

Загалом усю систему регуляторного впливу на зовнішньоекономічну діяльність підприємств в Україні можна представити наступними **рівнями регулювання:**

1) мікрорівень – рівень окремого суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності;

2) мезорівень – рівень різного роду галузевих та регіональних об'єднань суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності, а також місцевих та регіональних органів влади;

3) макрорівень – рівень держави;

4) метарівень – рівень регіональних міждержавних об'єднань;

5) мегарівень – рівень міжнародних об'єднань та організацій.

Глобалізаційні процеси в економічних відносинах зумовлюють підвищення в сучасних умовах ролі саме *мета- та мегарівнів регулювання*, відводячи окремим державам все більш обмежене коло інструментів впливу на зовнішньоекономічну діяльність. Разом з тим посилюється і роль окремого суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності, який напряму зацікавлений у якісному та ефективному веденні зовнішньоекономічної діяльності.

Регулювання зовнішньоекономічної діяльності на *мегарівні* здійснюється через діяльність міжнародних об'єднань та організацій, головним серед яких виступають Світова організація торгівлі, Міжнародна торгова палата, Конференція ООН з торгівлі та розвитку (ЮНКТАД), Всесвітня митна організація та деякі інші організації, що безпосередньо не здійснюють контроль чи регулювання окремих торговельних операцій у зовнішній торгівлі, а здійснюють формування базових принципів та інструментів регуляторної політики у сфері зовнішньоекономічної діяльності.

Регулювання зовнішньоекономічної діяльності на *метарівні* здійснюється шляхом включення країни до різних регіональних угруповань або митних союзів. Прикладом є підписання Україною угоди про асоційоване членство у Європейському Союзі, в результаті якого Україні необхідно здійснювати систему регулювання

зовнішньоекономічної діяльності з урахуванням існуючої європейської практики у цій сфері.

Регулюючий вплив на *макрорівні* здійснюється через парламент, уряд, міністерства та відомства, судові органи, органи місцевого самоврядування. До моменту набуття Україною членства у СОТ та підписання згодом асоціації з Європейський Союзом макроекономічне регулювання було домінуючим у сфері зовнішньоекономічної діяльності, проте поступово відбувається трансформація ролі державних органів змінюється від суто контролюючих та фіскальних функцій до налагодження партнерських відносин між владою та бізнесом.

Регулювання на *мезорівні* здійснюється шляхом створення суб'єктами ЗЕД різноманітних добровільних об'єднань та формувань з метою спільної координації та регулювання зовнішньоекономічної діяльності. В Україні функціонують, наприклад, Асоціація міжнародних автомобільних перевізників України, Асоціація імпортерів фруктів, Асоціація імпортерів автомобілів та інші, які самостійно здійснюють певні регулюючі функції за діяльністю підприємств своєї галузі.

На *мікрорівні* підприємство – суб'єкт ЗЕД самостійно здійснює регулювання зовнішньоекономічної діяльності шляхом вибору того чи іншого виду діяльності, шляхом мінімізації витрат та побудови ефективної системи здійснення ЗЕД, проведення аудиту та контролю та ін. Саморегуляція діяльності з боку самого суб'єкта ЗЕД є ключовим елементом його функціонування в сучасних умовах, оскільки чим прозорішою та ефективною буде діяльність такого суб'єкта ЗЕД – тим простішими будуть його відносини з іншими регуляторами. Однак проблемою такої саморегулюючої діяльності є недосконалість чинного законодавства України, що не дає в повній мірі реалізувати цей механізм регулювання, та часті зміни законодавства, які інколи містять крайньо протилежні норми.

Чим більше Україна інтегруватиметься у глобальне суспільство – тим меншою ставатиме роль національних регуляторів у сфері зовнішньоекономічної діяльності та збільшуватиметься роль міжнародних та міждержавних регуляторів, а також і самого суб'єкта ЗЕД.

Сучасна система регулювання зовнішньоекономічної діяльності базується на наступних **принципах**:

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

– виключному праві народу України самостійно та незалежно здійснювати зовнішньоекономічну діяльність на території України, керуючись законами, що діють на території України;

– обов'язку України неухильно виконувати всі договори і зобов'язання України в галузі міжнародних економічних відносин;

2. Принципі свободи зовнішньоекономічного підприємництва, що полягає у:

– праві суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності добровільно вступати у зовнішньоекономічні зв'язки;

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

– обов'язку додержувати при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності порядку, встановленого законами України;

– виключному праві власності суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності на всі одержані ними результати зовнішньоекономічної діяльності;

3. Принципі юридичної рівності і недискримінації, що полягає у:

– рівності перед законом всіх суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності, незалежно від форм власності, в тому числі держави, при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності;

– забороні будь-яких дій держави, результатом яких є обмеження

прав і дискримінація суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності, а також іноземних суб'єктів господарської діяльності за формами власності, місцем розташування та іншими ознаками;

– неприпустимості обмежувальної діяльності з боку будь-яких її суб'єктів;

4. Принципі верховенства закону, що полягає у:

– регулюванні зовнішньоекономічної діяльності тільки законами України;

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

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

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

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

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

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

Регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні здійснюється з метою: 1) забезпечення збалансованості економіки та рівноваги внутрішнього ринку України; 2) стимулювання прогресивних структурних змін в економіці, в тому числі зовнішньоекономічних

зв'язків суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності України; 3) створення найбільш сприятливих умов для залучення економіки України в систему світового поділу праці та її наближення до ринкових структур розвинутих зарубіжних країн.

### **3.2. Система державних органів регулювання ЗЕД в Україні: їх характеристика та повноваження**

Суб'єктами регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні є:

- держава в особі її органів в межах їх компетенції;
- недержавні органи управління економікою (товарні, фондові, валютні біржі, торговельні палати, асоціації, спілки та інші організації координаційного типу);
- суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності на підставі відповідних координаційних угод, що укладаються між ними.

Держава самостійно формує систему та структуру державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності на її території. Найвищим органом, що здійснює державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності, є **Верховна Рада України**, до компетенції якої належать:

- прийняття, зміна та скасування законів, що стосуються зовнішньоекономічної діяльності;
- затвердження головних напрямів зовнішньоекономічної політики України;
- розгляд, затвердження та зміна структури органів державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності;
- укладання міжнародних договорів України відповідно до законів України про міжнародні договори України та приведення чинного законодавства України у відповідність з правилами, встановленими цими

договорами;

– затвердження нормативів обов'язкового розподілу валютної виручки державі та місцевим Радам народних депутатів України, ставок та умов оподаткування, митного тарифу, митних зборів та митних процедур України при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності;

– встановлення спеціальних режимів зовнішньоекономічної діяльності на території України;

– затвердження списків товарів, експорт та імпорт яких забороняється;

– прийняття рішень про застосування заходів у відповідь на дискримінаційні та/або недружні дії інших держав, митних союзів або економічних угруповань шляхом встановлення повної/часткової заборони (повного/часткового ембарго) на торгівлю; позбавлення режиму найбільшого сприяння або пільгового спеціального режиму.

Іншим органом регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні є **Кабінет Міністрів України**, який:

– вживає заходів до здійснення зовнішньоекономічної політики України відповідно до законів України;

– здійснює координацію діяльності міністерств, інших центральних органів виконавчої влади України по регулюванню зовнішньоекономічної діяльності;

– координує роботу торговельних представництв України в іноземних державах;

– приймає нормативні акти управління з питань зовнішньоекономічної діяльності;

– проводить переговори і укладає міжурядові договори України з питань зовнішньоекономічної діяльності;

– забезпечує виконання міжнародних договорів України з питань зовнішньоекономічної діяльності всіма державними органами та залучає



до їх виконання інші суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності на договірних засадах;

- забезпечує складання платіжного балансу, зведеного валютного плану України;

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

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

Ще одним органом, що здійснює регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні, є **Національний банк України**, який:

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

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

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

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

До повноважень **Міністерства економічного розвитку та торгівлі України** в сфері регулювання зовнішньоекономічної діяльності належить:

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

– здійснення контролю за додержанням всіма суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності чинних законів України та умов міжнародних договорів України;

– проведення антидемпінгових, антисубсидійних та спеціальних розслідувань.

До регуляторних повноважень **Державної фіскальної служби України** належить здійснення останніми податково-митного контролю в Україні згідно з чинними законами України.

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

#### **Міжвідомча комісія з міжнародної торгівлі:**

– здійснює оперативне державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні;

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

– приймає рішення про застосування заходів у відповідь на дискримінаційні та/або недружні дії інших держав, митних союзів або економічних угруповань.

Ще одним суб'єктом регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні є **місцеві органи управління**, до яких належать органи місцевого самоврядування та територіальні підрозділи (відділення) органів державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності України.

### **3.3. Методи та інструменти регулювання зовнішньоекономічної діяльності**

Сукупність методів та інструментів регулювання

зовнішньоекономічної діяльності можна класифікувати за різними ознаками. Так, наприклад, найчастіше усю сукупність методів регулювання поділяють на тарифні та нетарифні. В той же час виділяються економічні, адміністративні та правові методи регулювання зовнішньоекономічної діяльності.

В основі **тарифного регулювання** лежить митний тариф та його ставка, які здатні виконувати протекціоністську та фіскальну функції. Митний тариф України представляє собою систематизований перелік ставок ввізного мита, які справляються з товарів, що ввозяться на митну територію України.

*Митні тарифи можуть бути:*

1) за структурою:

– простими (одноколонними), що передбачають єдину ставку для одного товару чи товарної групи незалежно від країни походження;

– складними (багатоклонними), коли передбачається дві та більше ставок мита для одного товару чи товарної групи в залежності від країни походження;

2) за методом нарахування:

– адвалорні – нараховуються у відсотках до митної вартості товару, послуг;

– специфічні – нараховуються у твердій сумі від одиниці виміру ваги, площі, об'єму і тощо;

– комбіновані – поєднують у собі адвалорні та специфічні тарифи.

3) за характером походження на:

– автономні – вводяться тією чи іншою державою в односторонньому порядку без згоди з іншою країною;

– конвенційні – встановлюються на підставі міжнародних договорів (угод) між державами;

4) за специфікою застосування розрізняють такі види мита

- антидемпінгове,
- компенсаційне;
- спеціальне мито;
- сезонне мито.

Застосування того чи іншого розміру ставки митного тарифу залежить від правового режиму товарів: 1) національний режим, який означає, що стосовно імпортованих товарів походженням з держав - членів СОТ надається режим не менш сприятливий, ніж для аналогічних товарів українського походження; 2) режим найбільшого сприяння, який надає переваги, сприяння, привілеї чи імунітет тим чи іншим товарам.

**Нетарифне регулювання** представлене:

- 1) валютним регулюванням;
- 2) ліцензуванням та квотуванням зовнішньоекономічних операцій;
- 3) введенням спеціальних економічних зон;
- 4) застосуванням спеціальних санкцій;
- 5) технічними бар'єрами.

*Валютне регулювання* полягає у застосуванні певних обмежуючих заходів з боку Кабінету Міністрів України та Національного банку України з метою стабілізації платіжного балансу країни та забезпечення стабільності національної грошової одиниці. Питання валютного регулювання більш детально розглянуті у темі 7.

Ліцензування в Україні здійснюється шляхом видачі спеціальної, відкритої, генеральної, експортної (імпортної) та разової ліцензій.

Спеціальна ліцензія – це належним чином оформлене право на імпорт в Україну протягом установленого строку певного товару (товарів), який є об'єктом спеціального розслідування та/або спеціальних заходів.

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

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

Експортна (імпортна) ліцензія – належним чином оформлене право на експорт (імпорт) протягом встановленого строку певних товарів або валютних коштів з метою інвестицій та кредитування.

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

До окремих товарів можуть застосовуватися **кількісні обмеження** щодо їх експорту (імпорту) з метою врегулювання ситуації на окремих ринках. Розрізняють глобальні, групові, експортні (імпортні) та індивідуальні квоти.

Глобальні квоти – це обмеження, що встановлюються по товару (товарах) без зазначення конкретних країн (груп країн), куди товар (товари) експортується або з яких він (вони) імпортується.

Групові квоти – це обмеження, що встановлюються по товару (товарах) з визначенням групи країн, куди товар (товари) експортується або з яких він (вони) імпортується.

Експортна (імпортна) квота – це граничний обсяг певної категорії товарів, який дозволено експортувати з території України (імпортувати на територію України) протягом встановленого строку та який визначається у натуральних чи вартісних одиницях.

Індивідуальні квоти – це обмеження, що встановлюються по товару (товарах) з визначенням конкретної країни, куди товар (товари) може експортуватись або з якої він (вони) може імпортуватись.

Спеціальна економічна зона – територія, в межах якої відповідним

законом України встановлюється і діє спеціальний правовий режим господарської діяльності та спеціальний порядок застосування і дії законодавства України. Введення спеціальних (вільних) економічних зон є для економіки України досить рідкісним явищем на сьогодні та представлене вільною економічною зоною “Крим”. Більш детально про зовнішньоекономічну діяльність підприємств на території вільних економічних зон мова йде у темі 17.

За порушення законодавства у сфері здійснення зовнішньоекономічної діяльності до суб'єктів ЗЕД з боку державних органів можуть застосовуватися **спеціальні санкції**, серед яких виділяють:

– *штрафи*, які накладаються у випадках несвоєчасного виконання або невиконання суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності та іноземними суб'єктами господарської діяльності своїх обов'язків, затверджених чинним законодавством;

– *індивідуальний режим ліцензування*, який застосовується до суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності та іноземних суб'єктів господарської діяльності у випадках порушення такими суб'єктами законодавства України, що встановлює певні заборони, обмеження або спеціальний порядок здійснення зовнішньоекономічних операцій;

– *тимчасове зупинення* зовнішньоекономічної діяльності у випадках порушення законодавства, якщо проведення таких дій може зашкодити інтересам національної економічної безпеки.

Спеціальні санкції можуть застосовуватися з боку Міністерства економічного розвитку та торгівельної політики України, Державної фіскальної служби України, контрольно-ревізійної служби, правоохоронних органів, органів Антимонопольного комітету України, національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг, та Національного банку України або за рішенням суду.

На території України можуть запроваджуватися наступні **правові**

**режими** для іноземних суб'єктів господарської діяльності:

– *національний режим*, який означає, що іноземні суб'єкти господарської діяльності мають обсяг прав та обов'язків не менший, ніж суб'єкти господарської діяльності України. Національний режим застосовується щодо всіх видів господарської діяльності іноземних суб'єктів цієї діяльності, пов'язаної з їх інвестиціями на території України, а також щодо експортно-імпортних операцій іноземних суб'єктів господарської діяльності тих країн, які входять разом з Україною до економічних союзів;

– *режим найбільшого сприяння*, який означає, що іноземні суб'єкти господарської діяльності мають обсяг прав, преференцій та пільг щодо мит, податків та зборів, якими користується та/або буде користуватися іноземний суб'єкт господарської діяльності будь-якої іншої держави, якій надано згаданий режим, за винятком випадків, коли зазначені мита, податки, збори та пільги по них встановлюються в рамках спеціального режиму, визначеного нижче. Режим найбільшого сприяння надається на основі взаємної угоди суб'єктам господарської діяльності інших держав згідно з відповідними договорами України та застосовується у сфері зовнішньої торгівлі;

– *спеціальний режим*, який застосовується до територій спеціальних економічних зон, а також до територій митних союзів, до яких входить Україна, і в разі встановлення будь-якого спеціального режиму згідно з міжнародними договорами за участю України.

В Україні згідно запроваджуються такі правові режими для товарів, що імпортуються з держав-членів Світової організації торгівлі (далі – СОТ):

– національний режим, який означає, що стосовно імпортованих товарів походженням з держав-членів СОТ надається режим не менш сприятливий, ніж для аналогічних товарів українського походження щодо

податків, зборів, встановлюваних законами та іншими нормативно-правовими актами правил та вимог до внутрішнього продажу, а також правил внутрішнього кількісного регулювання, які встановлюють вимоги щодо змішування, переробки або використання товарів у певних кількостях чи пропорціях;

– режим найбільшого сприяння, який стосується мита, правил та формальностей його справляння у випадку імпорту і означає, що будь-яка перевага, сприяння, привілей чи імунітет, які надаються стосовно будь-якого товару, що походить з будь-якої держави, повинні негайно і безумовно надаватися аналогічному товару, який походить з території держав-членів СОТ або держав, з якими укладено двосторонні або регіональні угоди щодо режиму найбільшого сприяння.

### **Питання для самоконтролю**

1. Які існують рівні регулювання регулювання зовнішньоекономічної діяльності?
2. Які організації здійснюють регулювання зовнішньоекономічної діяльності у світі?
3. Якими органами представлено державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні?
4. Які види мита існують в Україні?
5. Якими інструментами здійснюється нетарифне регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні?
6. Які види квот встановлюються в Україні?
7. Які види ліцензій існують в Україні?
8. Які види спеціальних санкцій можуть застосовуватися до суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності?



## ТЕМА 4

# МИТНО-ТАРИФНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Держава та наддержавні органи застосовують відповідні засоби впливу на зовнішньоекономічні процеси. Напевно, одним із найбільш дієвих з них є інструменти митно-тарифного регулювання.

В даному розділі розглядаються основні елементи митно-тарифного регулювання, митні режими, основні елементи процедури митного контролю, можливі напрями регулятивного впливу мита.

### 4.1. Сутність, вид та методи митного контролю

**Митне регулювання** – регулювання питань, пов'язаних із встановленням мит та інших податків, що справляються при переміщенні товарів через митний кордон України, процедурами митного контролю, організацією діяльності органів митного контролю України. При цьому Україна самостійно здійснює митне регулювання зовнішньоекономічної діяльності на своїй території, за винятком спеціальних економічних зон, на території яких митне регулювання запроваджується спеціальними законами України та міжнародними договорами, які встановлюють спеціальний правовий режим цих зон у кожному окремому випадку.

Митне регулювання здійснюється шляхом здійснення державної митної справи. Під **державною митною справою** розуміють:

- встановлення порядку і умов переміщення товарів через митний кордон України;
- митний контроль та митне оформлення товарів;
- застосування механізмів тарифного і нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності;

- справляння митних платежів;
- ведення митної статистики;
- обмін митною інформацією;
- ведення Української класифікації товарів зовнішньоекономічної діяльності;
- здійснення державного контролю нехарчової продукції при її ввезенні на митну територію України;
- запобігання та протидія контрабанді;
- боротьба з порушеннями митних правил;
- організація і забезпечення діяльності митних.

Державна митна справа здійснюється на основі наступних принципів:

- 1) виключної юрисдикції України на її митній території;
- 2) виключних повноважень органів доходів і зборів України щодо здійснення державної митної справи;
- 3) законності та презумпції невинуватості;
- 4) єдиного порядку переміщення товарів, транспортних засобів через митний кордон України;
- 5) спрощення законної торгівлі;
- 6) визнання рівності та правомірності інтересів усіх суб'єктів господарювання незалежно від форми власності;
- 7) додержання прав та охоронюваних законом інтересів осіб;
- 8) заохочення добросовісності;
- 9) гласності та прозорості;
- 10) відповідальності всіх учасників зовнішньоекономічної діяльності.

Здійснення митної справи покладається на митні органи – митниці та митні пости. Митниці, як правило, функціонують на території територіально-адміністративних одиниць.

Усі товари та транспортні засоби комерційного призначення, які переміщуються через митний кордон України, підлягають митному контролю. Митний контроль передбачає виконання митними органами мінімуму митних формальностей, необхідних для забезпечення додержання законодавства України з питань державної митної справи при перетині товарами митного кордону.

Митний контроль здійснюється безпосередньо посадовими особами митних органів шляхом:

1) перевірки документів та відомостей, які надаються митним органам під час переміщення товарів, транспортних засобів комерційного призначення через митний кордон України;

2) митного огляду (огляду та переогляду товарів, транспортних засобів комерційного призначення, огляду та переогляду ручної поклажі та багажу, особистого огляду громадян);

3) обліку товарів, транспортних засобів комерційного призначення, що переміщуються через митний кордон України;

4) усного опитування громадян та посадових осіб підприємств;

5) огляду територій та приміщень складів тимчасового зберігання, митних складів, вільних митних зон, магазинів безмитної торгівлі та інших місць, де знаходяться товари, транспортні засоби комерційного призначення;

6) перевірки обліку товарів, що переміщуються через митний кордон України та/або перебувають під митним контролем;

7) проведення документальних перевірок дотримання вимог законодавства України з питань державної митної справи;

8) направлення запитів до інших державних органів, установ та організацій, уповноважених органів іноземних держав для встановлення автентичності документів, поданих органу доходів і зборів.

Митний контроль здійснюється з використанням засобів

інформаційних технологій, а його форми та обсяги обираються митниціями (митними постами) на підставі результатів застосування системи управління ризиками. Якщо за результатами застосування системи управління ризиками не визначено необхідності проведення митного огляду товарів, транспортних засобів комерційного призначення, митне оформлення та випуск цих товарів, транспортних засобів за рішенням митниці (митного посту) можуть бути здійснені без пред'явлення зазначених товарів, транспортних засобів митниці (митному посту) або з пред'явленням, але без проведення їх митного огляду.

Товари, транспортні засоби комерційного призначення перебувають під митним контролем з моменту його початку і до закінчення згідно із заявленим митним режимом. При цьому граничний строк перебування товарів, транспортних засобів комерційного призначення під митним контролем до моменту поміщення цих товарів, транспортних засобів у відповідний митний режим не може перевищувати 180 календарних днів.

Перебування товарів, транспортних засобів комерційного призначення під митним контролем закінчується:

1) у разі ввезення на митну територію України - після закінчення митного оформлення за винятком митних режимів, які передбачають перебування під митним контролем протягом усього часу дії митного режиму;

2) у разі вивезення за межі митної території України - після здійснення митного оформлення та перетинання товарами митного кордону України, за винятком митних режимів, які передбачають перебування під митним контролем протягом усього часу дії митного режиму.

## 4.2. Митні режими та їх характеристика

Усі товари та транспортні засоби, що переміщуються через митний кордон України повинні бути поміщені у відповідний митний режим. **Митний режим** являє собою сукупність спеціальних правових норм, що визначають статус товару та можливість його використання.

На сьогодні до товарів, що перетинають митний кордон України, може запроваджуватися один з 14 митних режимів, а саме:

1) **імпорт (випуск для вільного обігу)** – митний режим, відповідно до якого іноземні товари після сплати всіх митних платежів та виконання усіх необхідних митних формальностей випускаються для вільного обігу на митній території України;

2) **реімпорт** – митний режим, відповідно до якого товари, що були вивезені або оформлені для вивезення за межі митної території України, випускаються у вільний обіг на митній території України зі звільненням від сплати митних платежів та без застосування заходів нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності;

3) **експорт (остаточне вивезення)** – митний режим, відповідно до якого українські товари випускаються для вільного обігу за межами митної території України без зобов'язань щодо їх зворотного ввезення;

4) **реекспорт** – митний режим, відповідно до якого товари, що були раніше ввезені на митну територію України або на територію вільної митної зони, вивозяться за межі митної території України без сплати вивізного мита та без застосування заходів нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності;

5) **транзит** – митний режим, відповідно до якого товари та/або транспортні засоби переміщуються під митним контролем через територію України без будь-якого використання цих товарів, без сплати митних платежів та без застосування заходів нетарифного регулювання

зовнішньоекономічної діяльності;

б) **тимчасове ввезення** – митний режим, відповідно до якого іноземні товари, транспортні засоби комерційного призначення ввозяться для конкретних цілей на митну територію України з умовним повним або частковим звільненням від оподаткування митними платежами та без застосування заходів нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності і підлягають реекспорту до завершення встановленого строку без будь-яких змін, за винятком звичайного зносу в результаті їх використання;

7) **тимчасове вивезення** – митний режим, відповідно до якого українські товари або транспортні засоби комерційного призначення вивозяться за межі митної території України з умовним повним звільненням від оподаткування митними платежами та без застосування заходів нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності і підлягають реімпорту до завершення встановленого строку без будь-яких змін, за винятком звичайного зносу в результаті їх використання;

8) **митний склад** – митний режим, відповідно до якого іноземні або українські товари зберігаються під митним контролем із умовним повним звільненням від оподаткування митними платежами та без застосування заходів нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності;

9) **вільна митна зона** – митний режим, відповідно до якого іноземні товари ввозяться на територію вільної митної зони та вивозяться з цієї території за межі митної території України із звільненням від оподаткування митними платежами та без застосування заходів нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності, а українські товари ввозяться на територію вільної митної зони із оподаткуванням митними платежами та застосуванням заходів нетарифного регулювання;

10) **безмитна торгівля** – митний режим, відповідно до якого товари, не призначені для вільного обігу на митній території України, знаходяться

та реалізуються для вивезення за межі митної території України під митним контролем у пунктах пропуску (пунктах контролю) через державний кордон України, відкритих для міжнародного сполучення, та на повітряних, водних або залізничних транспортних засобах комерційного призначення, що виконують міжнародні рейси, з умовним звільненням від оподаткування митними платежами, установленими на імпорт та експорт таких товарів, та без застосування до них заходів нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності;

11) **переробка на митній території** – митний режим, відповідно до якого іноземні товари піддаються у встановленому законодавством порядку переробці без застосування до них заходів нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності, за умови подальшого реекспорту продуктів переробки;

12) **переробка за межами митної території** – митний режим, відповідно до якого українські товари піддаються у встановленому законодавством порядку переробці за межами митної території України без застосування заходів нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності, за умови повернення цих товарів або продуктів їх переробки на митну територію України у митному режимі імпорту;

13) **знищення або руйнування** – митний режим, відповідно до якого іноземні товари під митним контролем знищуються або приводяться у стан, який виключає можливість їх використання, з умовним повним звільненням від оподаткування митними платежами, установленими на імпорт цих товарів, та без застосування заходів нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності;

14) **відмова на користь держави** – митний режим, відповідно до якого власник відмовляється від іноземних товарів на користь держави без будь-яких умов на свою користь.

Декларант самостійно обирає митний режим, у який він бажає

помістити товари, з дотриманням умов такого режиму. Поміщення товарів у митний режим здійснюється шляхом їх декларування та виконання окремих митних формальностей. Митний режим, у який поміщено товари, може бути змінено на інший, обраний декларантом, за умови дотримання заходів тарифного та нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності, встановлених відповідно для товарів, що поміщуються у такий інший митний режим.

### **4.3. Основні митні документи та порядок митного оформлення**

Усі товари і транспортні засоби, що перетинають митний кордон, підлягають митному оформленню. Метою митного оформлення є забезпечення дотримання встановленого законодавством України порядку переміщення товарів, транспортних засобів комерційного призначення через митний кордон України, а також забезпечення статистичного обліку ввезення на митну територію України, вивезення за її межі і транзиту через її територію товарів.

З метою митного оформлення усі товари і транспортні засоби підлягають декларуванню шляхом заявлення за встановленою формою (письмовою, усною, шляхом вчинення дій) точних відомостей про товари, мету їх переміщення через митний кордон України, а також відомостей, необхідних для здійснення їх митного контролю та митного оформлення.

Товари декларуються шляхом **подання митному органу:**

- митної декларації на бланку єдиного адміністративного документа;
- або митної декларації М-16;
- або письмової заяви за встановленою формою;
- або митної декларації для письмового декларування товарів, що переміщуються через митний кордон України громадянами для особистих, сімейних та інших потреб, не пов'язаних з провадженням підприємницької діяльності;



– або іншого документа, що відповідно до законодавства може використовуватись замість митної декларації.

Бланки єдиного адміністративного документа використовуються для оформлення наступних видів митних декларацій: митної декларації, заповненої у звичайному порядку, попередньої, тимчасової, періодичної та додаткової митних декларацій.

Під **митною декларацією, заповненою у звичайному порядку**, розуміється митна декларація, що містить обсяг відомостей (даних), достатній для завершення митного оформлення товарів, транспортних засобів комерційного призначення у заявлений митний режим.

**Попередня митна декларація** подається до ввезення в Україну товарів, транспортних засобів комерційного призначення (у тому числі з метою транзиту) або після їх ввезення, якщо ці товари, транспортні засоби перебувають на території пункту пропуску через державний кордон України.

У випадку, коли декларант або уповноважена ним особа не володіє точними відомостями про характеристики товарів, необхідні для заповнення митної декларації у звичайному порядку, може застосовуватися **тимчасова митна декларація** за умови, що вона містить дані, достатні для поміщення їх у заявлений митний режим, та під зобов'язання про подання додаткової декларації у строк не більше 45 днів з дати оформлення тимчасової митної декларації.

**Періодична митна декларація** може подаватися на регулярне переміщення через митний кордон України товарів однією і тією ж особою на одних і тих же умовах та підставах протягом не більше 180 днів та під зобов'язання про подання додаткової декларації на товари, переміщені за періодичною митною декларацією протягом попереднього календарного місяця.

У разі подання попередньої, тимчасової або періодичної митної

декларації декларант або уповноважена ним особа повинні протягом встановлених строків подати *додаткову декларацію*, яка містить точні відомості про товари, задекларовані за попередньою, тимчасовою або періодичною митною декларацією, що подавалися б у разі декларування цих товарів за митною декларацією, заповненою у звичайному порядку.

В одній митній декларації на бланку єдиного адміністративного документа може бути задекларовано не більш як 999 товарів. Додаткові аркуші форми МД-3, доповнення форми МД-6 та специфікації форми МД-8 у разі їх застосування є невід'ємною частиною митної декларації на бланку єдиного адміністративного документа форми МД-2.

На додаткових аркушах форми МД-3 зазначаються відомості про:

- товари, що мають різні коди згідно з УКТЗЕД;
- товари з однаковим кодом згідно з УКТЗЕД, які мають різні дані (країну походження, ознаки та характеристики, що впливають на застосування ставок ввізного (вивізного), особливих видів мита, акцизного податку, податку на додану вартість);
- інші товари у випадках, визначених Мінфіном.

Замість додаткових аркушів форми МД-3 у випадках, визначених Мінфіном, дозволяється застосування специфікації форми МД-8. Доповнення форми МД-6 використовується у разі, коли в будь-якій графі форми МД-2, МД-3 або МД-8 митної декларації на паперовому носії не вистачає місця для внесення необхідних відомостей декларантом або для проставлення службових відміток чи внесення відомостей посадовою особою митного органу.

Під час переміщення товарів, транспортних засобів комерційного призначення через митний кордон України декларант, уповноважена ним особа або перевізник залежно від виду транспорту, яким здійснюється перевезення товарів, надають органу доходів і зборів в паперовій або електронній формі такі **документи та відомості**:

***1) при перевезенні автомобільним транспортом:***

а) документи на транспортний засіб, зокрема ті, що містять відомості про його державну реєстрацію (національну належність);

б) транспортні (перевізні) документи (міжнародні товаротransпортні накладні);

в) визначений актами Всесвітнього поштового союзу документ, що супроводжує міжнародні поштові відправлення (за їх наявності);

г) комерційні документи (за наявності) на товари, що перевозяться, які містять відомості, зокрема, про найменування та адресу перевізника, найменування країни відправлення та країни призначення товарів, найменування та адреси відправника (або продавця) та отримувача товарів;

г) відомості про кількість вантажних місць та вид упаковки;

д) найменування товарів;

е) вага бруто товарів (у кілограмах) або об'єм товарів (у метрах кубічних), крім великогабаритних вантажів;

***2) при перевезенні водним транспортом:***

а) генеральна декларація, що містить, зокрема, найменування та опис судна, відомості про його реєстрацію та національну належність, прізвище капітана, прізвище та адресу суднового агента;

б) декларація про вантаж, яка містить, зокрема, відомості про найменування портів відправки, портів заходу судна, завантаження та вивантаження товарів, першого порту відправки товарів, порту вивантаження товарів, що залишаються на борту, перелік коносаментів або інших документів, що підтверджують наявність та зміст договору морського (річкового) перевезення, кількість вантажних місць товару, опис та вид упаковки товарів, які підлягають вивантаженню у даному порту;

в) декларація про припаси (суднові припаси), яка містить, зокрема, відомості про найменування суднових припасів, що є в наявності на судні, та їх кількість;

г) декларація про особисті речі екіпажу судна;

г) суднова роль, що містить відомості про кількість і склад членів екіпажу під час прибуття і відправлення судна, зокрема, прізвища, імена, громадянство, звання або посаду, дату і місце народження, вид і номер документа, що посвідчує особу;

д) список пасажирів, що містить відомості про пасажирів під час прибуття і відправлення судна, зокрема, кількість пасажирів на судні, прізвища, імена, громадянство, дату і місце народження, порти посадки і висадки;

е) визначений актами Всесвітнього поштового союзу документ, що супроводжує міжнародні поштові відправлення (за їх наявності);

є) транспортні (перевізні) документи на товари (за наявності), які містять, зокрема, відомості про загальну кількість товарів, кількість вантажних місць, найменування товарів, вид упаковки;

ж) комерційні документи (за наявності) на товари та відомості про розміщення товарів на борту судна;

з) відомості про наявність (відсутність) на борту судна товарів, ввезення яких на митну територію України заборонено або обмежено, включаючи валютні цінності, наявні у членів екіпажу, лікарські засоби, до складу яких входять наркотичні, сильнодіючі засоби, психотропні та отруйні речовини;

и) відомості про наявність (відсутність) на борту судна небезпечних товарів, зброї, боєприпасів;

### ***3) при перевезенні повітряним транспортом:***

а) стандартний документ перевізника, передбачений укладеними відповідно до закону міжнародними договорами в галузі цивільної авіації (генеральна декларація);

б) документи, що містять відомості про товари, які перевозяться на борту (вантажні відомості, авіаційні вантажні накладні);

в) документ, що містить відомості про припаси (бортові припаси) та про кількість припасів (бортових припасів), завантажених на борт судна та вивантажених з нього;

г) транспортні (перевізні) документи;

г) комерційні документи (за наявності їх у перевізника) на товари, що перевозяться;

д) визначений актами Всесвітнього поштового союзу документ, що супроводжує міжнародні поштові відправлення (за їх наявності);

е) відомості про знаки національної належності та реєстраційні знаки судна, номер рейсу, маршрут польоту, пункт вильоту та пункт прибуття судна;

є) відомості про найменування підприємства (організації, установи), що експлуатує судно, та кількість членів екіпажу;

ж) список пасажирів із зазначенням їх кількості на судні, прізвищ та ініціалів, пунктів посадки та висадки; відомості щодо багажу пасажирів (пасажирська відомість);

з) найменування товарів, номери вантажних накладних, кількість місць за кожною накладною, пунктів завантаження та пунктів вивантаження товарів;

и) відомості про наявність (відсутність) на борту судна товарів, ввезення яких на митну територію України заборонено або обмежено, включаючи валютні цінності, наявні у членів екіпажу, лікарські засоби, до складу яких входять наркотичні, сильнодіючі засоби, психотропні та отруйні речовини;

і) відомості про наявність (відсутність) на борту судна небезпечних товарів, зброї, боєприпасів;

***4) при перевезенні залізничним транспортом:***

а) транспортні (перевізні) документи;

б) передатну відомість на залізничний рухомий склад;

- в) документ, що засвідчує наявність припасів (за наявності припасів);
- г) визначений актами Всесвітнього поштового союзу документ, що супроводжує міжнародні поштові відправлення (за їх наявності);
- г) комерційні документи (за наявності їх у перевізника) на товари, що перевозяться;

**5) при переміщенні трубопровідним транспортом та лініями електропередачі:**

а) зовнішньоекономічний договір (контракт) або інші документи, що підтверджують право володіння, користування та/або розпорядження товарами;

б) акт прийому-передачі товарів або довідка, що підтверджує кількість товарів;

в) комерційні та супровідні документи (за наявності їх у власника трубопровідного транспорту, лінії електропередачі) на товари, що переміщуються через митний кордон України, а на момент митного оформлення - рахунок-фактуру;

г) найменування та адреса відправника товарів;

г) найменування та адреса отримувача товарів;

д) документи (дозволи, сертифікати), що підтверджують показники товару.

#### **4.4. Мито як інструмент економічного регулювання**

**Мито** – це загальнодержавний податок, який нараховується та сплачується відповідно до чинного законодавства у зовнішньоекономічній діяльності.

В Україні застосовуються такі **види мита**:

1) **ввізне мито** – встановлюється на товари, що ввозяться на митну територію України.

Встановлення нових та зміна діючих ставок ввізного мита здійснюються Верховною Радою України шляхом прийняття законів України та визначаються Митним тарифом України.

*Митний тариф України* – це систематизований згідно з Українською класифікацією товарів зовнішньоекономічної діяльності перелік ставок ввізного мита, яке справляється з товарів, що ввозяться на митну територію України.

До товарів, що походять з України або з держав – членів Світової організації торгівлі, або з держав, з якими Україна уклала двосторонні або регіональні угоди щодо режиму найбільшого сприяння, застосовуються пільгові ставки ввізного мита. Для застосування режиму найбільшого сприяння (пільгової ставки ввізного мита) митному органу для підтвердження країни походження товару подається один з документів: сертифікат про походження товару, засвідчена декларація про походження товару, декларація про походження товару, сертифікат про регіональне найменування товару.

До решти товарів застосовуються повні ставки ввізного мита, встановлені Митним тарифом України.

2) **вивізне мито** – встановлюється на українські товари, що вивозяться за межі митної території України.

Перелік товарів та відповідні ставки експортного мита наведено у таблиці 4.1.

Таблиця 4.1

**Товари, на які встановлюється експортне мито**

Опис товару згідно з УКТ ЗЕД	Ставка вивізного (експортного) мита
1	2
Ячмінь	14 %, але не менш як 23 євро за 1 тону
Насіння льону, подрібнене або неподрібнене	10 %
Насіння соняшнику, подрібнене або неподрібнене	10 %

Продовження таблиці 4.1

1	2
Насіння рижю	10 %
Велика рогата худоба свійських видів жива, крім чистопородних (чистокровних) племінних тварин	50% (Починаючи з 1 січня року, що настає після вступу України до Світової організації торгівлі ставка вивізного (експортного) мита щороку зменшується на 5 відсоткових пунктів до значення 10 відсотків)
Вівці живі	50% (Починаючи з 1 січня року, що настає після вступу України до Світової організації торгівлі ставка вивізного (експортного) мита щороку зменшується на 5 відсоткових пунктів до значення 10 відсотків)
Шкури необроблені великої рогатої худоби або тварин родини конячих, овець або шкурки ягнят	30 % (Починаючи з 1 січня року, що настає після вступу України до Світової організації торгівлі ставка вивізного (експортного) мита щороку зменшується на 1 відсотковий пункт до значення 20 відсотків)
Відходи та брухт чорних металів	Перший рік членства в СОТ – 25 євро за 1 т; другий – 18 євро за 1 т; третій – 16,4 євро за 1 т; четвертий – 14,8 євро за 1 т; п'ятий – 13,2 євро за 1 т; шостий – 11,6 євро за 1 т; сьомий – 10 євро за 1 т. У роках, що наступають за сьомим роком після вступу України до Світової організації торгівлі, ставки вивізного мита діють на рівні сьомого року.
Брухт легованих чорних металів, брухт кольорових металів та напівфабрикати з їх використанням	Перший рік членства в СОТ – 30%; другий – 27 %; третій-четвертий – 24 %; п'ятий – 21 %; шостий – 18 %; сьомий – 15 %. У роках, що наступають за сьомим роком після вступу України до Світової організації торгівлі, ставки вивізного мита діють на рівні сьомого року.
Газ, природний газ в газоподібному стані, природний газ у скрапленому стані	35 % вартості таких товарів, але не менш як 400 гривень за 1000 куб. метрів, якщо більші розміри не встановлені міжнародними договорами, згода на обов'язковість яких надана Верховною Радою України.

3) *сезонне мито* – встановлюється на окремі товари на строк не менше 60 та не більше 120 послідовних календарних днів.

На сільськогосподарську продукцію груп Української класифікації



товарів зовнішньоекономічної діяльності (УКТ ЗЕД) сезонні ввізні (імпортні) мита запроваджуються щорічно у подвійному розмірі до розміру пільгових ставок ввізного (імпортного) мита, протягом строку збирання і закладення на зберігання аналогічної продукції українського виробництва.

Сезонні мита вважаються винятком з преференційних або пільгових режимів, у тому числі з угод про вільну торгівлю, митні союзи, виробничу кооперацію та інших подібних міжнародних угод, якщо це передбачено такими угодами. Сезонні мита протягом часу їх дії заміщують ввізні (імпортні) мита.

Терміни дії сезонних мит на сільськогосподарську продукцію встановлюється Кабінетом Міністрів України та оприлюднюються за 45 днів до дня їх запровадження.

**4) особливі види мита: спеціальне, антидемпінгове, компенсаційне.**

*Спеціальне мито* встановлюється як засіб захисту національного товаровиробника, у разі заподіяння або створення загрози заподіяння значної шкоди національному товаровиробнику, а також як захід у відповідь на дискримінаційні та/або недружні дії інших держав, які обмежують реалізацію інтересів суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності України.

Спеціальне мито сплачується незалежно від інших податків і зборів, у тому числі мита, які, як правило, справляються при імпорті в Україну.

Розмір ставки спеціального мита визначається у відсотках до митної вартості товару, що є об'єктом спеціального розслідування. Митна вартість цього товару розраховується відповідно до базисних умов поставки CIF - кордон України. Спеціальне мито справляється у відповідному розмірі та у кожному випадку окремо на недискримінаційній основі, незалежно від країни експорту. Конкретний розмір ставки спеціального мита

визначається Міжвідомчою комісією з міжнародної торгівлі.

Спеціальне мито не встановлюється щодо імпорту в Україну товару походженням з країни, що розвивається та є членом СОТ, якщо частка цього товару не перевищує трьох відсотків загального імпорту в Україну подібного товару іноземного походження, за умови, що сукупна частка імпорту в Україну цього товару походженням з країн, що розвиваються та є членами СОТ, не перевищує дев'яти відсотків загального імпорту.

*Антидемпінгове мито* встановлюється у разі ввезення на митну територію України товарів, які є об'єктом демпінгу, що заподіює шкоду або створює загрозу заподіяння шкоди національному товаровиробнику.

Попереднє антидемпінгове мито справляється протягом чотирьох місяців. Цей строк може бути продовжений Комісією на два місяці, але загальний строк їх застосування не повинен перевищувати шести місяців. Після цього терміну або після закінчення антидемпінгового розслідування встановлюється розмір остаточного антидемпінгового мита.

*Компенсаційне мито* встановлюється у разі ввезення на митну територію України товарів, які є об'єктом субсидованого імпорту, що заподіює шкоду або створює загрозу заподіяння шкоди національному товаровиробнику.

Особливі види мита встановлюються на підставі рішень Міжвідомчої комісії з міжнародної торгівлі про застосування антидемпінгових, компенсаційних або спеціальних заходів, прийнятих відповідно до законів України.

### **Питання для самоконтролю**

1. Що таке мито?
2. Які види мита бувають за способом нарахування?
3. З яких документів складається митна декларація?
4. Що таке митний режим?

5. Яку кількість товарів може бути задекларовано на бланку єдиного адміністративного документа?
6. Що таке державна митна справа?
7. На кого в Україні покладається здійснення митно-тарифного регулювання?
8. Які форми митного контролю існують в Україні?

## ТЕМА 5

### ЗАГАЛЬНОДЕРЖАВНІ ПОДАТКИ ТА ЗБОРИ У СФЕРІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Здійснюючи підприємницьку діяльність підприємство стикається з необхідністю сплати різноманітних податків та зборів, які існують в країні. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств підлягає додатковому оподаткуванню при перетині товарами митного кордону. Ці питання безумовно суттєво впливають на зовнішньоекономічну “поведінку” підприємств.

В даній темі розглядаються такі основні аспекти даної проблеми: вплив та роль податків у ЗЕД, особливості справляння різних видів податків у сфері ЗЕД, а також їх можливий вплив на діяльність підприємств.

#### **5.1. Види та функції податків у сфері зовнішньоекономічної діяльності**

Сукупність загальнодержавних та місцевих податків та зборів, що справляються в Україні становить податкову систему України.

Під **податками** розуміють обов’язковий, безумовний платіж до відповідного бюджету, що справляється з платників податку.

**Збором** є обов’язковий платіж до відповідного бюджету, що справляється з платників зборів, з умовою отримання ними спеціальної вигоди, у тому числі внаслідок вчинення на користь таких осіб державними органами, органами місцевого самоврядування, іншими уповноваженими органами та особами юридично значимих дій. Відповідно загальнодержавні податки та збори справляються до Державного бюджету України.

Оподаткування суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності України здійснюється за такими **принципами**:

– Україна самостійно встановлює і скасовує податки і пільги для суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності України;

– ставки податків встановлюються і скасовуються Верховною Радою України за поданням Кабінету Міністрів України;

– рівень оподаткування встановлюється виходячи з необхідності досягнення та підтримання самоокупності і самофінансування суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності та з метою бездефіцитності платіжного балансу України;

– стабільність кількості видів і розмір податків гарантуються державою на строк не менш як 5 років;

– забороняється встановлювати інші податки, крім тих, що затверджені Верховною Радою України;

– ставки податків є однаковими для всіх суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності та визначаються за товарною ознакою: для одного і того ж товару діє єдина ставка податку;

– заохочення експорту готової продукції.

Під час встановлення податків обов'язково визначаються такі **елементи**:

– платники податку;

– об'єкт оподаткування;

– база оподаткування;

– ставка податку;

– порядок обчислення податку;

– податковий період;

– строк та порядок сплати податку;

– строк та порядок подання звітності про обчислення і сплату податку.

Під час встановлення податку можуть передбачатися податкові пільги та порядок їх застосування.

Загальнодержавні податки та збори, що справляються під час здійснення зовнішньоекономічних операцій, представлені на рис. 5.1.

Основними документами, що врегульовують питання стягнення податків та зборів у сфері зовнішньоекономічної діяльності є Податковий кодекс України та Митний кодекс України. Так, відповідно до положень Податкового кодексу України, до **загальнодержавних податків** належать:

- податок на прибуток підприємств;
- податок на доходи фізичних осіб;
- податок на додану вартість;
- акцизний податок;
- екологічний податок;
- рентна плата;
- мито.

Слід зазначити, що при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності справляються такі податки, як податок на додану вартість, акцизний податок та мито. Правила оподаткування товарів, що переміщуються через митний кордон України, митом, крім особливих видів мита, встановлюються Митним кодексом та міжнародними договорами. Правила оподаткування товарів, що переміщуються через митний кордон України, іншими (крім мита) митними платежами встановлюються Податковим кодексом України.

Сплата податків та зборів здійснюється в грошовій формі у національній валюті України в готівковій або безготівковій формі.

Мито є одним із загальнодержавних податків, стягнення якого покладається на митні органи України при перетині товарами митного кордону.

### **Об'єктами оподаткування митом є:**

1) товари, митна вартість яких перевищує еквівалент 150 євро, що ввозяться на митну територію України або вивозяться за межі митної території України підприємствами;

2) товари, що ввозяться (пересилаються) на митну територію України в обсягах, які підлягають оподаткуванню митними платежами;

3) товари, транспортні засоби, що реалізуються з комерційною метою.

Ввізне мито є диференційованим щодо товарів, що походять з держав, які спільно з Україною входять до митних союзів або утворюють з нею зони вільної торгівлі. У разі встановлення будь-якого спеціального преференційного митного режиму згідно з міжнародними договорами застосовуються преференційні ставки ввізного мита.

До товарів, що походять з України або з держав - членів Світової організації торгівлі, або з держав, з якими Україна уклала двосторонні або регіональні угоди щодо режиму найбільшого сприяння, застосовуються пільгові ставки ввізного мита. До решти товарів застосовуються повні ставки ввізного мита.

### **Платниками мита є:**

1) особа, яка ввозить товари на митну територію України чи вивозить товари з митної території України;

2) особа, на адресу якої надходять товари, що переміщуються (пересилаються) у міжнародних поштових або експрес-відправленнях, несупроводжуваному багажі, вантажних відправленнях;

3) особа, на яку покладається обов'язок дотримання вимог митних режимів, які передбачають звільнення від оподаткування митом, у разі порушення таких вимог;

4) особа, яка використовує товари, митне оформлення яких було здійснено з умовним звільненням від оподаткування, не за цільовим

призначенням та/або всупереч умовам чи цілям такого звільнення згідно з цим Кодексом, іншими законами України, а також будь-які інші особи, які безпідставно використовують звільнення від оподаткування митом (податкову пільгу);

5) особа, яка реалізує або передає у володіння, користування чи розпорядження товари, що були випущені у вільний обіг на митній території України із звільненням від оподаткування митними платежами, до закінчення строку, визначеного законом;

б) особа, яка реалізує товари, транспортні засоби з метою комерційного використання.

На сьогодні в Україні справляються наступні види мита (табл. 5.1).

Таблиця 5.1

Класифікатор видів мита, що справляється митними органами України

Код виду мита	Вид мита	Підстава для нарахування податків та зборів
<b><i>Ввізне мито</i></b>		
020	Мито на товари, що ввозяться на територію України суб'єктами господарювання	Митний кодекс України, глава 42
021	Мито на нафтопродукти, транспортні засоби та шини до них, що ввозяться на територію України суб'єктами господарювання	Митний кодекс України. Закон України "Про Державний бюджет України"
120	Мито на товари, що ввозяться (пересилаються) на територію України фізичними особами	Митний кодекс України, розділ XII
121	Мито на транспортні засоби та шини до них, що ввозяться на територію України фізичними особами	Митний кодекс України, розділ XII
<b><i>Вивізне мито</i></b>		
040	Мито на товари, що вивозяться суб'єктами господарювання	Митний кодекс України, глава 42. розділ XII
140	Мито на товари, які вивозяться (пересилаються) фізичними особами	



<i>Антидемпінгове мито</i>		
023	Антидемпінгове мито на товари, що ввозяться на територію України суб'єктами господарювання	Митний кодекс України, глава 42, Закон України "Про захист національного товаровиробника від демпінгового імпорту", рішення Міжвідомчої комісії з міжнародної торгівлі щодо застосування заходів регулювання зовнішньоекономічної діяльності
123	Антидемпінгове мито на товари, що ввозяться на територію України фізичними особами	
<i>Спеціальне мито</i>		
024	Спеціальне мито на товари, що ввозяться на територію України суб'єктами господарювання	Митний кодекс України, глава 42. Закон України "Про застосування спеціальних заходів щодо імпорту в Україну", рішення Міжвідомчої комісії з міжнародної торгівлі щодо застосування заходів регулювання зовнішньоекономічної діяльності
124	Спеціальне мито на товари, що ввозяться на митну територію України фізичними особами	

## **5.2. Справляння акцизного податку та податку на додану вартість при перетині митного кордону**

**Акцизний податок** – це непрямий податок на споживання підакцизних товарів (продукції), що включається до ціни таких товарів (продукції).

На сьогодні до *підакцизних товарів* в Україні належать:

- спирт етиловий та інші спиртові дистиляти, алкогольні напої, пиво;
- тютюнові вироби, тютюн та промислові замінники тютюну;
- нафтопродукти, скраплений газ, речовини, що використовуються як компоненти моторних палив, паливо моторне альтернативне;
- автомобілі легкові, кузови до них, причепи та напівпричепи, мотоцикли, транспортні засоби, призначені для перевезення 10 осіб і більше, транспортні засоби для перевезення вантажів;
- електрична енергія.

Податок справляється з таких товарів та обчислюється за такими

ставками (табл. 5.2., 5.3).

Таблиця 5.2

Ставки акцизного податку на спирт етиловий та інші спиртові дистилати, алкогольні напої, пиво в Україні

Опис товару (продукції) згідно з УКТ ЗЕД	Одиниця виміру	Ставки податку
Пиво із солоду (солодове)	гривень за 1 літр	1,24
Вина виноградні натуральні	гривень за 1 літр	0,01
Вина натуральні з доданням спирту та міцні (кріплені)	гривень за 1 літр	3,58
Вина ігристі, Вина газовані	гривень за 1 літр	5,20
Вермути та інші вина виноградні натуральні з доданням рослинних або ароматизувальних екстрактів	гривень за 1 літр	3,58
Інші зброжені напої (наприклад, сидр, перрі (грушевий напій), напій медовий); суміші із зброжених напоїв та суміші зброжених напоїв з безалкогольними напоями, в іншому місці не зазначені (з додаванням спирту)	гривень за 1 літр 100-відсоткового спирту	70,53
Сидр і перрі (без додання спирту)	гривень за 1 літр	0,63
Спирт етиловий, неденатурований, з концентрацією спирту 80 об. % або більше; спирт етиловий та інші спиртові дистилати та спиртні напої, одержані шляхом перегонки, денатуровані, будь-якої концентрації	гривень за 1 літр 100-відсоткового спирту	70,53
Спирт етиловий, неденатурований з концентрацією спирту менш як 80 об. %; спиртові дистилати та спиртні напої, одержані шляхом перегонки, лікери та інші напої, що містять спирт	гривень за 1 літр 100-відсоткового спирту	70,53

Таблиця 5.3

Ставки акцизного податку на тютюнові вироби, тютюн та промислові замітники тютюну в Україні

Опис товару (продукції)	Ставка податку			
	специфічна		Адвалорна	
	оддиниця виміру	ставка	оддиниця виміру	Ставка
1	2	3	4	5
Тютюнова сировина Тютюнові відходи	гривень за 1 кілограм (нетто)	285,60		

Продовження табл. 5.3

1	2	3	4	5
Сигари, включаючи сигари з відрізними кінцями, та сигарилли (тонкі сигари), з вмістом тютюну	гривень за 1 кілограм (нетто)	285,60		
Сигарети без фільтра, цигарки	гривень за 1000 штук	227,33	відсотків	12
Сигарети з фільтром	гривень за 1000 штук	227,33	відсотків	12
Тютюн та замітники тютюну, інші, промислового виробництва; тютюн гомогенізований або "відновлений"; тютюнові екстракти та есенції	гривень за 1 кілограм (нетто)	285,60		

Суми акцизного податку з товарів (продукції), які ввозяться на митну територію України, що підлягають сплаті, визначаються платниками податку самостійно, виходячи з об'єктів оподаткування, бази оподаткування та ставок цього податку. Акцизний податок із ввезених на митну територію України підакцизних товарів (продукції) сплачується платниками податку до або в день подання митної декларації.

У таблиці 5.4 наведено класифікацію акцизного податку, що справляється митними органами при перетині митного кордону.

Таблиця 5.4

Класифікатор видів акцизного податку, що справляється митними органами в Україні

Код виду мита	Вид мита	Підстава для нарахування податків та зборів
1	2	3
<i>Акцизний податок з товарів, ввезених на митну територію України суб'єктами господарювання</i>		Податковий кодекс України, розділ VI. стаття 215
080	Спирт	Податковий кодекс України, розділ VI. стаття 215. підпункт 215.3.1
081	Лікєро-горілочна продукція	
082	Виноробна продукція	
083	Пиво	

Продовження табл. 5.4

1	2	3
084	Тютюнові вироби, тютюн та промислові замітники тютюну	Податковий кодекс України, розділ VI, стаття 215. підпункти 215.3.2. 215.3.3
085	Транспортні засоби (крім мотоциклів і велосипедів)	Податковий кодекс України, розділ VI, стаття 215. підпункт 215.3.5
086	Мотоцикли {включаючи мопеди}та велосипеди з іспсмі-ним мотором, з колясками або без них	Податковий кодекс України, розділ VI, стаття 215. підпункт 215.3.7
088	Бензини моторні	Податковий кодекс України, розділ VI, стаття 215. підпункти 215.2.3. 215.3.4
089	інші нафтопродукти	
090	Кузови для моторних транспортних засобів	Податковий кодекс України, розділ VI, стаття 215. підпункт 215.3.6
091	Скrapлений газ	Податковий кодекс України, розділ VI, стаття 215. підпункт 215.3.4
027	інші підакцизні товари	
<b>Акцизний податок з товарів, ввезених на митну територію України фізичними особами</b>		Податковий кодекс України, розділ VI, стаття 215
185	Транспортні засоби (крім мотоциклів і велосипедів)	Податковий кодекс України, розділ VI, стаття 215. підпункт 215.3.5
186	Мотоцикли (включаючи мопеди)та велосипеди з іспсмі- ним мотором, з колясками або без них	Податковий кодекс України, розділ VI, стаття 215. підпункт 215.3.7
190	Кузови для моторних транспортних засобів	Податковий кодекс України, розділ VI, стаття 215. підпункт 215.3.6
127	інші підакцизні товари	

### 5.3. Справляння податку на додану вартість при перетині митного кордону

Порядок оподаткування операцій з експорту та імпорту, зокрема порядок оподаткування таких операцій **податком на додану вартість**, регулює Податковий кодекс України.

*Платниками податку на додану вартість є:*

– будь-яка особа, що провадить господарську діяльність і реєструється за своїм добровільним рішенням як платник податку у

порядку

– будь-яка особа, що зареєстрована або підлягає реєстрації як платник податку;

– будь-яка особа, що ввозить товари на митну територію України в обсягах, які підлягають оподаткуванню, та на яку покладається відповідальність за сплату податків у разі переміщення товарів через митний кордон України, відповідно до Митного кодексу України;

– особа, на яку покладається дотримання вимог митних режимів, які передбачають повне або часткове умовне звільнення від оподаткування, у разі порушення таких митних режимів, встановлених митним законодавством.

*Об'єктом оподаткування є операції платників податку з:*

– ввезення товарів (супутніх послуг) на митну територію України в митному режимі імпорту або реімпорту;

– вивезення товарів (супутніх послуг) у митному режимі експорту або реекспорту;

– з метою оподаткування цим податком до експорту також прирівнюється постачання товарів (супутніх послуг), які перебувають у вільному обігу на території України, до митного режиму магазину безмитної торгівлі, митного складу або спеціальної митної зони;

– з метою оподаткування цим податком до імпорту також прирівнюється постачання товарів (супутніх послуг) з-під митного режиму магазину безмитної торгівлі, митного складу або спеціальної митної зони, створених.

*Ставки податку на додану вартість встановлюються від бази оподаткування в таких розмірах:*

– основна ставка – 20%;

– 0% (нульова ставка);

– 7 відсотків по операціях з постачання на митній території України

та ввезення на митну територію України лікарських засобів, дозволених для виробництва і застосування в Україні та внесених до Державного реєстру лікарських засобів.

За нульовою ставкою оподатковуються операції з постачання товарів для поточного обслуговування транспортних засобів та механізмів, а також операції з вивезення товарів за межі митної території України:

- а) у митному режимі експорту;
- б) у митному режимі реекспорту;
- в) у митному режимі безмитної торгівлі;
- г) у митному режимі вільної митної зони.

Під час ввезення товарів на митну територію України суми податку підлягають сплаті до державного бюджету платниками податку до/або на день подання митної декларації безпосередньо на єдиний казначейський рахунок, крім операцій, за якими надається звільнення (умовне звільнення) від оподаткування.

### **Питання для самоконтролю**

1. Що таке податок?
2. Що таке збір?
3. Які види мита існують в Україні?
4. За якими ставками стягується податок на додану вартість в Україні?
5. Що є базою оподаткування митом?
6. Які товари обкладаються акцизним податком?
7. Які функції виконують податки?
8. Які загальнодержавні податки сплачують суб'єкти ЗЕД?

## ТЕМА 6

# НЕТАРИФНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Застосування заходів митно-тарифного регулювання носить більш опосередкований вплив на діяльність суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності. В той же час, в економіці виникають ситуації, що потребують більш активного реагування з боку держави та застосування більш “прямих” інструментів впливу на зовнішньоекономічну діяльність, тобто застосування заходів нетарифного регулювання. Вони досить часто мають перманентний характер та зумовлені необхідністю додаткового захисту національної економіки.

У цій темі розглядаються основні нетарифні інструменти та механізми регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні. Використання нетарифного регулювання дозволяє проводити гнучку і цілеспрямовану політику як відносно окремих країн чи угруповань, так і окремих видів товарів.

### **6.1. Класифікація та характеристика нетарифних засобів регулювання зовнішньоекономічної діяльності**

Сучасна практика регулювання зовнішньоекономічної діяльності характеризується наявністю великої кількості засобів нетарифного регулювання. Генеральна угода з тарифів і торгівлі (ГАТТ) визначає **нетарифні бар'єри у торгівлі** як будь-які дії, крім встановлення тарифів, які створюють перепони для вільного потоку міжнародної торгівлі.

У світовій практиці офіційне тлумачення нетарифних заходів відсутнє, а на практиці функціонує класифікаційна схема, яка охоплює декілька сотень найменувань нетарифних заходів і входить до бази даних багатьох міжнародних організацій, що зумовлює необхідність їх

класифікації.

За класифікацією ООН заходи нетарифного регулювання поділяються на три групи:

– зовнішньоторговельні заходи спрямовані на пряме обмеження імпорту (експорту) для захисту провідних галузей національного виробництва (ліцензування, квотування, антидемпінгове мито, компенсаційні мито і збори, “добровільне” обмеження експорту, цінкові преференції, імпорتنі депозити, експортні субсидії тощо);

– опосередковані заходи обмеження зовнішньої торгівлі (митні формальності, технічні стандарти і норми, санітарні й ветеринарні норми, вимоги до пакування і маркування тощо);

– заходи, дія котрих безпосередньо непоширюється на експортно-імпорتنі операції, але має певний вплив на їх обсяги (регулювання податкових та митних платежів, обсягів виробництва, інвестиційних процесів, участь у міжнародних проектах тощо).

ЮНКТАД класифікує нетарифні обмеження зовнішньої торгівлі на сім категорій:

- паратарифні;
- заходи контролю над цінами;
- фінансові;
- заходи автоматичного ліцензування;
- заходи кількісного контролю;
- монополістичні заходи;
- технічні стандарти.

СОТ пропонує здійснювати класифікацію заходів нетарифного регулювання на 5 груп:

– участь держави в економічній діяльності (встановлення пільг виробникам, надання експортних субсидій, встановлення компенсаційних мит, здійснення державних закупівель тощо);



– митні та адміністративні формальності (встановлення митної вартості, митна оцінка товарів, антидемпінгові мита, відбір зразків товарів та ін.);

– стандарти та вимоги до товарів (технічні стандарти, вимоги пакування та мркування, санітарно-ветеринарні норми та ін.);

– специфічні торгові бар'єри (кількісне обмеження імпорту, дискримінаційні обмеження, ліцензування тощо);

– обмеження імпортних податків та зборів (імпортні депозити, зміна дисконтної ставки, прикордонний податковий режим і плаваючі збори).

Увесь спектр сучасних заходів нетарифного регулювання відображено на рис. 6.1.



Рис. 6.1. Класифікація нетарифних заходів регулювання ЗЕД

## 6.2. Кількісні обмеження зовнішньоекономічної діяльності

**Кількісні обмеження** зовнішньоекономічної діяльності є поширеним засобом нетарифного регулювання, що полягає у встановленні кількості та номенклатури товарів, які дозволені до перетину митного кордону. Як правило, застосування нетарифних обмежень носить протекціоністський характер та здійснюється у формі ліцензування та квотування.

**Ліцензування** являє собою адміністративну процедуру, що здійснюється Міністерством економічного розвитку і торгівлі України, яка полягає у наданні суб'єкту ЗЕД дозволу на здійснення окремих видів операцій. Різновиди ліцензій, що застосовуються в Україні, описані у темі 3 даного навчального посібника.

Рішення про застосування режиму ліцензування експорту (імпорту) товарів, у тому числі встановлення квот (кількісних або інших обмежень), приймається Кабінетом Міністрів України за поданням Міністерства економічного розвитку та торгівлі України з визначенням переліку конкретних товарів, експорт (імпорт) яких підлягає ліцензуванню, періоду дії ліцензування та кількісних або інших обмежень щодо кожного товару. Перелік товарів, експорт (імпорт) яких підлягає ліцензуванню, інформація про строк дії ліцензій та внесення будь-яких змін до них, порядок подання та розгляду заявок опубліковуються в офіційних друкованих виданнях України. У разі застосування захисних заходів щодо захисту вітчизняного товаровиробника рішення про запровадження режиму ліцензування приймається Міжвідомчою комісією з міжнародної торгівлі.

Безпосередньо ліцензії видаються Міністерством економічного розвитку та торгівлі України, а також структурними підрозділами обласних державних адміністрацій, які відповідальні за реалізацію зовнішньоекономічної політики.

*Ліцензування експорту* товарів запроваджується в Україні в разі:

– значного порушення рівноваги щодо певних товарів на внутрішньому ринку, що мають вагоме значення для життєдіяльності країни (зокрема сільськогосподарська продукція, продукти рибальства, продукція харчової промисловості та промислових товарів, товарів широкого вжитку та першої необхідності тощо), і застосовується до моменту відновлення рівноваги щодо певних товарів на внутрішньому ринку;

– необхідності забезпечення захисту життя, здоров'я людини, тварин або рослин, навколишнього природного середовища, громадської моралі, національного багатства художнього, історичного чи археологічного значення або захисту прав інтелектуальної власності, а також відповідно до вимог державної безпеки;

– експорту золота та срібла, крім банківських металів;

– необхідності застосування заходів щодо захисту вітчизняного товаровиробника в разі обмеження експорту вітчизняних матеріалів,

– необхідності забезпечення захисту патентів, торгових марок та авторських прав;

– необхідності забезпечення виконання міжнародних договорів України.

*Ліцензування імпорту* товарів запроваджується в Україні в разі:

– різкого погіршення стану платіжного балансу та зовнішніх платежів (якщо інші заходи є неефективними);

– різкого скорочення або мінімального розміру золотовалютних резервів;

– необхідності забезпечення захисту життя, здоров'я людини, тварин або рослин, навколишнього природного середовища, громадської моралі, національного багатства художнього, історичного чи археологічного значення або захисту прав інтелектуальної власності, а також відповідно до вимог державної безпеки;

- імпорту золота та срібла, крім банківських металів;
- необхідності застосування заходів щодо захисту вітчизняного товаровиробника у випадках зростання імпорту в Україну, що завдає значної шкоди або загрожує завданням значної шкоди національному.

Ліцензування носить тимчасовий характер і застосовується на строк, який дає змогу не допустити завдання значної шкоди або компенсувати завдану значну шкоду національному товаровиробнику і дає йому можливість відновити його прибутковість.

В Україні функціонують дві *форми ліцензування* зовнішньоекономічної діяльності:

- автоматичне ліцензування;
- неавтоматичне ліцензування.

*Автоматичне ліцензування* застосовується до товарів, щодо яких не встановлюються квоти (кількісні або інші обмеження), та не справляє обмежувального впливу на товари, експорт (імпорт) яких підлягає ліцензуванню. Автоматичне ліцензування здійснюється у всіх випадках без обмежень, тобто в режимі моніторингу за заявницьким принципом, що створює сприятливі умови суб'єктам господарської діяльності для отримання ліцензії.

*Неавтоматичне ліцензування* застосовується до товарів, щодо яких встановлюються певні квоти (кількісні або інші обмеження). При цьому кількісні обмеження повинні здійснюватися виключно на недискримінаційній основі.

Ліцензії видаються на підставі заявок суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності, які розглядаються протягом 10 робочих днів з дати їх подання. У разі запровадження режиму неавтоматичного ліцензування строк розгляду заявок не повинен перевищувати 30 днів від дати їх одержання, якщо заявки розглядаються в порядку їх надходження, та більше 60 днів від дати закінчення оголошеного строку

приймання заявок, якщо всі вони розглядаються одночасно.

Ще одним інструментом кількісних обмежень у зовнішньоекономічній діяльності є квотування, або контингентування. Під **квотуванням (контингентуванням)** розуміють встановлення з боку держави обмежень щодо кількості товарів, що імпортуються або експортуються. Різновиди та класифікація квот наведені у темі 3 даного навчального посібника.

Застосування конкретних видів квот встановлюється окремим рішенням кабінету Міністрів України, який визначає загальний обсяг квот та порядок їх використання.

Окрім ліцензування та квотування в Україні застосовується також і **повна заборона** щодо імпорту або експорту окремих видів товарів та послуг. Так, наприклад, в Україні забороняється:

–експорт з території України предметів, які становлять надбання українського народу, що визначається згідно із законами України;

–імпорт або транзит будь-яких товарів, про які заздалегідь відомо, що вони можуть завдати шкоди суспільній моралі, здоров'ю чи становити загрозу життю населення, тваринному світу та рослинам, або призвести до заподіяння шкоди навколишньому природному середовищу;

–імпорт продукції та послуг, що містять пропаганду ідей війни, расизму та расової дискримінації, геноциду тощо;

–експорт природних ресурсів, які вичерпуються, якщо обмеження також застосовуються до внутрішнього споживання або виробництва;

–експорт та імпорт товарів, які здійснюються з порушенням прав інтелектуальної власності;

–експорт з території України товарів у межах виконання рішень Ради Безпеки Організації Об'єднаних Націй про застосування обмежень або ембарго на поставки товарів у відповідну державу.

Впровадження заборони експорту або імпорту з інших підстав

можливо лише, якщо це дозволено міжнародними договорами, учасником яких є Україна.

Перелік товарів, експорт (імпорт) яких через територію України забороняється, визначається виключно законами України (табл. 6.1).

Таблиця 6.1

Перелік товарів, заборонених до ввезення на митну територію України згідно із законами України.

Назва Закону	Стаття	Положення
1	2	3
Про захист суспільної моралі	Стаття 6	Забороняється виробництво і ввезення в Україну творів, зображень, інших предметів порнографічного характеру з метою збуту чи розповсюдження, їх виготовлення, перевезення чи інше переміщення, реклама, збут чи розповсюдження;
Про ветеринарну медицину	Стаття 7	Заборонено імпорт товарів, інших об'єктів державного ветеринарно-санітарного контролю та нагляду, що можуть переносити особливо небезпечні хвороби, занесені до списку Міжнародного епізоотичного бюро, або інші хвороби, що підлягають повідомленню, з окремих країн або карантинних зон у зв'язку з підтвердженням спалаху таких хвороб
	Стаття 15	Забороняється переміщення неідентифікованих тварин
	Стаття 82	Забороняється ввезення громадянами України, іноземцями та особами без громадянства, які проживають/перебувають на території України, неїстівних продуктів тваринного походження для власного використання
		Забороняється ввезення на територію України живих патогенних мікроорганізмів (у тому числі бактерій, вірусів, грибків, рикетсій, мікоплазми, інших патогенних мікробів) та патологічного матеріалу, що містить збудників хвороб тварин, за винятком ввезення на територію України з метою проведення наукових досліджень чи для інших дозволених цілей
		Забороняється ввезення на територію України ветеринарних препаратів, кормових добавок, преміксів та готових кормів, не зареєстрованих згідно з цим Законом, за винятком випадків, передбачених у статті 72 та частині дванадцятій статті 76 цього Закону
Про вивезення, ввезення та повернення культурних цінностей	Стаття 21	Забороняється ввезення культурних цінностей, щодо яких оголошено розшук

1	2	3
Про наркотичні засоби, психотропні речовини і прекурсори	Стаття 2	Заборонено ввезення наркотичних засобів, у тому числі рослини, і психотропних речовин, включених до списків N 1, N 2 та N 3
Про карантин рослин	Стаття 2	<p>Заборонено ввезення в Україну з інших країн:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Транспортних засобів і підкарантинних матеріалів, які заражені карантинними організмами;</li> <li>2. Збудників хвороб рослин, культур живих грибів, бактерій, вірусів, комах, кліщів, нематод, які ушкоджують рослини (за винятком зразків, що надходять для наукових досліджень), ввезення та подальше використання яких необхідно узгоджувати з Укрголовдержкарантином;</li> <li>3. Грунту;</li> <li>4. Насінневого матеріалу сільськогосподарських культур, картоплі, садивного матеріалу, плодкових, лісових і декоративних культур та зрізу квітів з країн розповсюдження карантинних організмів (шкідники, хвороби рослин і бур'яни) з метою використання для виробничих посівів і посадок без проведення контролю з боку спеціалістів карантинної служби України в місцях відвантаження (вирощування) продукції;</li> <li>5. Насіння і садивного матеріалу всіх рослин, картоплі в поштових відправленнях приватних осіб та ручній поклажі, багажі пасажирів, членів команд суден, екіпажів літаків, гелікоптерів та інших видів транспортних засобів;</li> <li>6. Пакувальної деревини, яка не очищена від кори та не пройшла термічної або хімічної обробки;</li> <li>7. Деревини бамбука та хімічно необроблених виробів з нього без проведення знезараження;</li> <li>8. Пиломатеріалів, які не очищені від кори;</li> <li>9. Кори з деревини хвойних порід.</li> </ol>
Про тваринний світ	Стаття 53	Забороняється ввезення в Україну електроловильних систем (електровудок), монониткових (волосінних) сіток, мисливських капканів та інших засобів добування об'єктів тваринного світу, заборонених законом
Про поштовий зв'язок	Стаття 141	Забороняються до пересилання у поштових відправленнях вкладення, які можуть становити загрозу життю та здоров'ю людей, призводити до знищення чи псування (пошкодження) інших поштових відправлень та поштового обладнання.

### **6.3. Технічні бар'єри у зовнішній торгівлі**

Здійснення зовнішньоекономічних операцій може підпадати під дію технічних бар'єрів, що встановлюються державою з метою обмеження доступу окремих видів товарів на внутрішній ринок.

Види технічних бар'єрів є різноманітними та залежать від законодавства кожної окремої країни. В Україні можна виділити наступні **види технічних бар'єрів:**

- державні стандарти;
- технічні норми і правила;
- вимоги щодо безпеки товарів;
- вимоги щодо пакування, маркування та інших технічних характеристик продукції.

Слід зазначити, що бар'єри стосуються не тільки технічних характеристик товарів, але й охоплюють санітарні, ветеринарні, фітосанітарні, гомологічні норми та правила.

Набуття членства України у СОТ передбачає застосування загальноприйнятих у цій організації підходів до застосування технічних бар'єрів у зовнішній торгівлі. Так, з метою усунення нетарифних бар'єрів у торгівлі СОТ розробила дві угоди:

1. Угоду СОТ про технічні бар'єри в торгівлі (Токійський раунд; 1978 р.), яка спрямована на мінімізацію торговельних перешкод, які виникають завдяки використанню технічних регламентів та стандартів, вимог до пакування та маркування, а також процедур оцінки відповідності товарів таким стандартам та вимогам.

2. Угоду СОТ про санітарні та фітосанітарні заходи (Уругвайський раунд, 1994 р.).

Кожна країна-член СОТ повинен забезпечити встановлення таких технічних регламентів для товарів, що імпортуються з території будь-якого члена СОТ, що відповідають національному режиму та режиму



найбільшого сприяння. Всі члени СОТ беруть на себе зобов'язання не розробляти, не приймати і не застосовувати технічні регламенти у спосіб, наслідком якого є створення невинуватених перепон у міжнародній торгівлі. Україна взяла на себе зобов'язання виконувати Угоду про технічні бар'єри в торгівлі з дати вступу до СОТ.

Підписання Україною угоди про асоціацію з Європейським Союзом передбачає поступовий перехід до технічних регламентів та стандартів ЄС щодо товарів та відхід від національних стандартів.

Одним із найбільш розповсюджених інструментів технічного обмеження є сертифікація, яка здійснюється з метою обмеження імпорту низькоякісної або неякісної продукції на внутрішній ринок.

**Сертифікація** передбачає отримання відповідного документального підтвердження (сертифіката) щодо якості або безпечності того чи іншого товару. На сьогодні в Україні стандартизація може проводитися відповідно до діючих:

- державних стандартів України;
- галузевих стандартів;
- стандартів науково-технічних товариств та спілок;
- технічних умов;
- стандартів підприємств.

Відповідність продукції (товару), яка ввозиться і реалізується на території України, стандартам, що діють в Україні, має підтверджуватися сертифікатом відповідності чи свідоцтвом про визнання відповідності.

Сертифікована продукція включається до Єдиного реєстру сертифікованої в Україні продукції на підставі:

1) декларації про відповідність, виданої виробником продукції на кожну партію харчових продуктів, продовольчої сировини, супутніх матеріалів, або

2) сертифікатів відповідності чи свідоцтв про визнання

відповідності.

Треба зазначити, що технічні бар'єри є доволі "тонкими" інструментами державного або наддержавного впливу на зовнішньоекономічну діяльність. Країна-член СОТ практично втрачає можливість без відповідного погодження маніпулювати ставками мита, навіть тоді, коли це критично важливо для стабілізації та збалансування економіки. "Руки є зв'язаними". У той же час так звані "технічні бар'єри" надають більше свободи діям регулюючим органам. Як правило, вони використовують для обмеження доступу на внутрішній ринок певних товарів. Інколи ці обмеження об'єктивний характер (наприклад, епідемічні хвороби великої рогатої худоби, що можуть позначитися на якості м'ясної продукції), інколи вони є реакцією на вимогу національних виробників певною мірою захистити їх від іноземної товарної експансії. Інколи "бар'єрні заходи" можуть мати й політичне підґрунтя. на наш погляд, регулятор в будь-якому випадку має підходити до застосування "технічних бар'єрів" дуже виважено та системно.

### **Питання для самоконтролю**

1. Які існують класифікації нетарифних заходів регулювання ЗЕД?
2. Що таке глобальна квота?
3. Що таке індивідуальна ліцензія?
4. Які види продукції заборонені лдо ввезення на митну територію України?
5. Які види технічних бар'єрів існують?
6. Що таке сертифікат відповідності?

## ТЕМА 7

### ВАЛЮТНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЗЕД В УКРАЇНІ

Банківська система України має достатньо масштабний характер, чимало банків є банками, що представляють іноземний капітал, банківські установи пропонують широкий спектр банківських послуг. Функціонування банківської системи неможливе без проведення валютних операцій в інтересах клієнтів та потребує дієвої системи валютного регулювання та контролю задля забезпечення законності та захисту прав учасників валютного ринку.

У даній темі розглядається зміст і сутність валютного регулювання та контролю в Україні, аналізується порядок придбання і використання валюти, наведено поняття та особливості здійснення валютних операцій, їх вплив на діяльність суб'єктів ЗЕД.

#### 7.1. Сутність валютного регулювання та валютного контролю

У системі державного 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 в цілому, що становить сутність певної *валютної політики держави*.

Формою реалізації валютної політики держави є **валютне регулювання** - спеціальний правовий режим реалізації валютних відносин, який передбачає комплекс заходів, що здійснюються уповноваженими державними органами та спрямовані на організацію функціонування внутрішнього валютного ринку в державі та визначення порядку проведення валютних операцій. Цілі та принципи організації системи валютного регулювання показані на рис. 7.1 та 7.2.

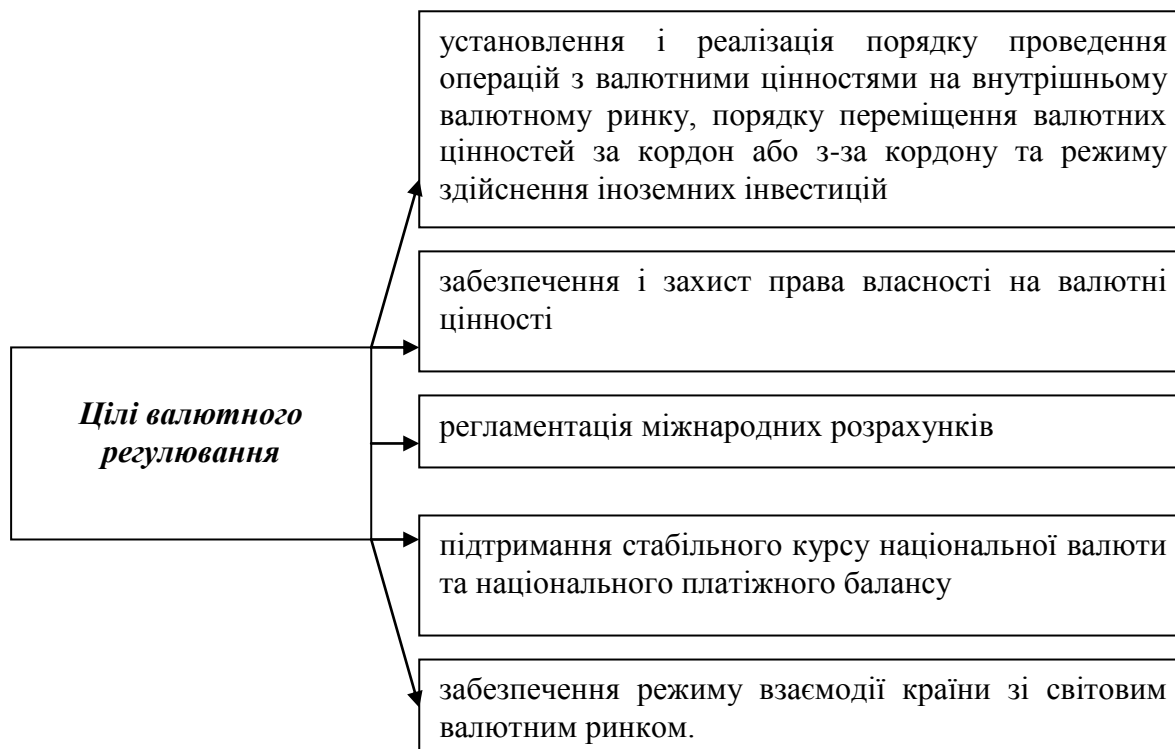


Рис. 7.1. Цілі організації системи валютного регулювання

З метою організації і здійснення валютного регулювання окремі державні органи наділяються відповідними повноваженнями у цій сфері. Такими органами в Україні є насамперед **Національний банк України** (НБУ) та **Кабінет Міністрів України** (КМУ).

Відповідно до Закону "Про Національний банк України", НБУ діє як уповноважена державна установа при застосуванні законодавства України про валютне регулювання і валютний контроль. Відповідно до наданих повноважень **НБУ виконує наступні функції:**

- здійснює валютну політику виходячи з принципів загальної економічної політики України;
- складає разом з КМУ платіжний баланс України;
- контролює дотримання ліміту зовнішнього державного боргу України;
- видає обов'язкові для виконання нормативні акти щодо

здійснення операцій на валютному ринку України;

- установлює способи визначення і використання валютних курсів;
- установлює єдині форми обліку, звітності та документації про валютні операції, порядок контролю за їх достовірністю та своєчасним поданням;
- забезпечує публікацію банківських звітів про власні операції та операції уповноважених банків тощо.

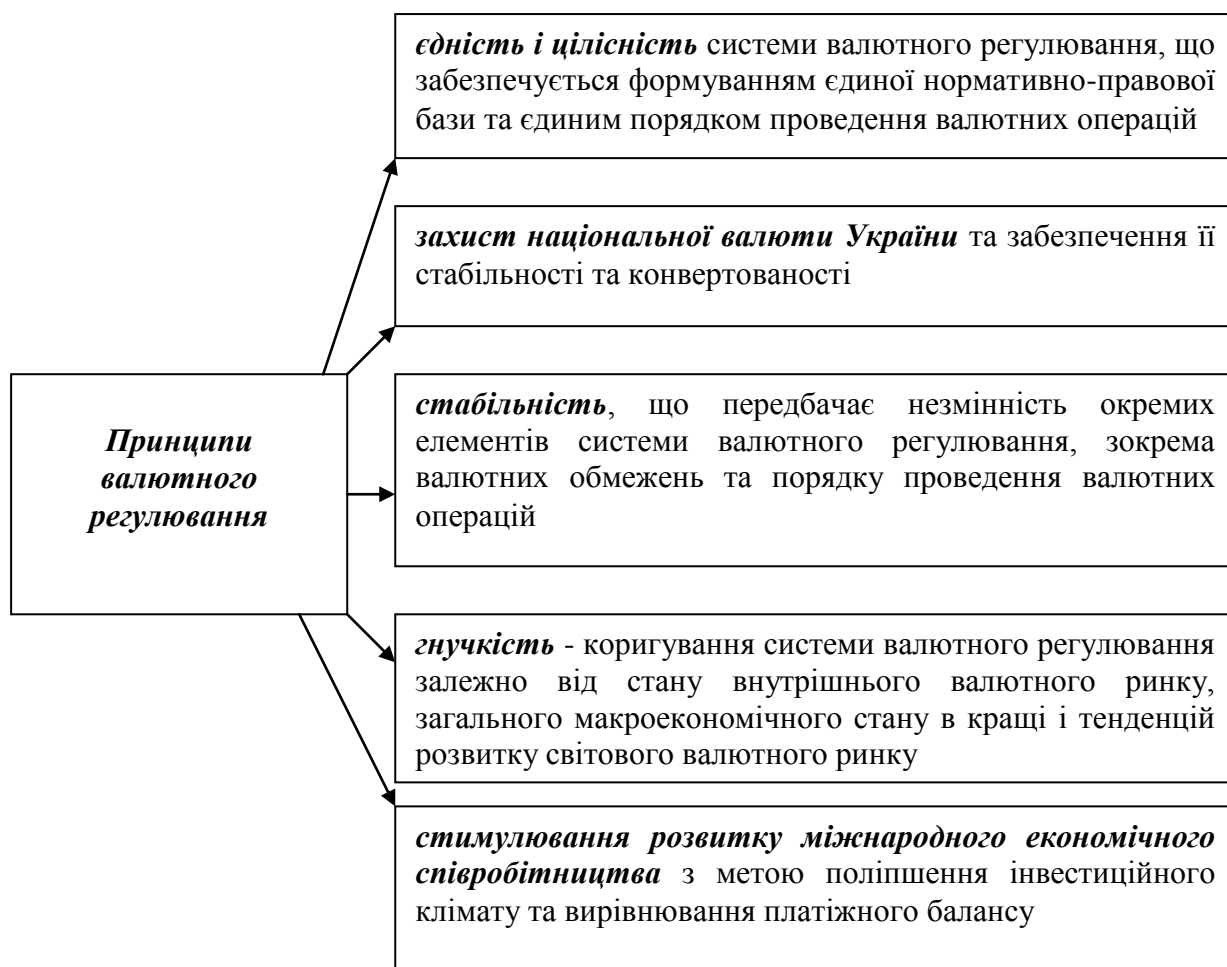


Рис. 7.2. Принципи організації системи валютного регулювання

### **КМУ у сфері валютного регулювання:**

- визначає ліміт зовнішнього державного боргу України;
- бере участь у складанні платіжного балансу України;
- забезпечує виконання бюджетної і податкової політики України в

частині, що стосується руху валютних цінностей;

- забезпечує формування і виступає розпорядником Державного валютного фонду України тощо.

**Методами державного регулювання є *кредитна рестрикція*** (скорочення банківського кредитування та пропозиції грошей), ***кредитна експансія*** (інтенсивне розширення кредитних операцій), ***валютна інтервенція*** (разовий цілеспрямований вплив на валютний курс). Традиційними методами регулювання є ***девальвація*** (зниження курсу національної валюти щодо іноземних валют) і ***ревальвація*** (підвищення курсу національної валюти щодо іноземних валют).

Поряд з цим у практиці грошово-валютних відносин набувають застосування методи прямого втручання держави у механізм формування валютних курсів - ***валютні обмеження***. Їх слід розглядати як систему державних заходів, спрямованих на встановлення порядку проведення валютних операцій.

**В Україні діють валютні обмеження стосовно:**

- ліцензування валютних операцій;
- придбання іноземної валюти на міжбанківському валютному ринку;
- використання іноземної валюти як засобу платежу на території України;
- обов'язкового продажу частини надходжень в іноземній валюті;
- встановлення порядку здійснення розрахунків в іноземній валюті;
- відкриття валютних рахунків резидентами за межами України;
- відкриттям рахунків у національній валюті нерезидентами в Україні;
- переміщення готівкової валюти через митний кордон України.

Однією з форм валютних обмежень є ***валютна блокада*** — припинення або обмеження валютно-фінансових відносин з блокованою

країною, аж до заморожування в банках валютних цінностей держави та валюти приватних осіб з метою здійснення на неї економічного і політичного тиску. Розрізняють *односторонню*, коли одна країна блокує іншу, та *багатосторонню*, коли вона здійснюється рядом держав, а іноді через міжнародні валютно-фінансові організації - Міжнародний валютний фонд, Світовий банк та ін.

**Валютний контроль** - це комплекс заходів, що здійснюється спеціально уповноваженими державними органами та іншими суб'єктами, спрямованих на забезпечення додержання учасниками валютних правовідносин валютного законодавства України при проведенні валютних операцій.

**Серед основних напрямів валютного контролю слід виділити такі:**

- перевірка наявності ліцензій на здійснення валютних операцій;
- перевірка додержання порядку реєстрації Національним банком України договорів, які передбачають виконання резидентами боргових зобов'язань перед нерезидентами за кредитами та позиками в іноземній валюті;
- перевірка правомірності відкриття та використання банківських рахунків резидентами за межами України;
- виконання резидентами вимог щодо порядку і термінів декларування валютних цінностей та іншого майна, що перебуває за межами України;
- виконання зобов'язань щодо обов'язкового продажу надходжень в іноземній валюті на користь резидентів-юридичних осіб;
- перевірка додержання валютного законодавства при переміщенні валютних цінностей через митний кордон України;
- своєчасність і повнота подання встановленої НБУ звітності про валютні операції.

Валютний контроль виконує такі **функції**: забезпечує режим законності при проведенні валютних операцій; запобігає правопорушенням у валютній сфері; виявляє факти порушення валютного законодавства та вживає заходів щодо юридичної відповідальності.

Суб'єкти, що здійснюють валютний контроль, поділяються на дві групи. До першої групи належать органи валютного контролю, головним серед яких є НБУ, який здійснює контроль за виконанням правил здійснення валютних операцій на території України та забезпечує виконання уповноваженими банками функцій щодо здійснення валютного контролю. Органом валютного контролю є також Державна фіскальна служба України, яка організує роботу державних податкових інспекцій, пов'язану зі здійсненням контролю за додержанням законодавства про валютні операції, а також здійснює контроль за додержанням правил переміщення валютних цінностей через митний кордон України.

Другу групу суб'єктів, що здійснюють контроль за порядком проведення валютних операцій, становлять агенти валютного контролю, компетенція яких обмежується реалізацією контрольних повноважень за додержанням валютного законодавства резидентами та нерезидентами. Функції агента валютного контролю виконують уповноважені банки, інші фінансові установи та національні оператори поштового зв'язку, які отримали від Національного банку генеральні ліцензії на здійснення валютних операцій. Зміст такого контролю полягає в запобіганні незаконним валютним операціям та своєчасному інформуванні відповідних державних органів про порушення резидентами і нерезидентами валютного законодавства.



## **7.2. Валюта, валютний курс. Порядок придбання і використання валюти**

**Валюта** - це офіційна грошова одиниця, що використовується для вимірювання величини вартості товару. Поняття «валюта» використовується в трьох значеннях:

- національна валюта - грошова одиниця даної країни (українська гривня, американський долар, ізраїльський шекель та ін.);
- іноземна валюта - це грошові знаки іноземних держав;
- валюта групи країн – наприклад, валюта ЄС - євро.

Валюта, залежно від режиму використання, поділяється на конвертовану і неконвертовану, від сфери і цілей використання - на валюту платежу, валюту ціни, валюту операцій, валюту клірингу, валюту векселя.

**Вільно конвертована валюта** - це валюта, яка вільно і необмежено обмінюється на інші іноземні валюти. Вона володіє повною зовнішньою і внутрішньою зворотністю, тобто однаковим режимом обміну як для резидентів, так і для нерезидентів. **Часткова конвертованість валюти** означає, що на деякі галузі зовнішньоекономічної діяльності або на деякі категорії власників режим конвертованості не поширюється. **Замкнута (неконвертована) валюта** – це національна валюта, яка не обмінюється на інші валюти і яка функціонує тільки в межах однієї країни. До замкнутих валют відносяться валюти країн, що розвиваються, де застосовуються різні обмеження на ввезення і вивезення валюти, обмін національної валюти та іноземних валют.

**Котирування валюти** - це встановлення курсу валют. Використовується пряме (еквівалент деякої кількості національної валюти в одиниці іноземної) та непряме котирування (коли визначається кількість іноземної валюти за одиницю національної). Між прямим і непрямим котируванням існує обернено пропорційна залежність.

**Валютний курс** - це вартість валюти однієї країни, виражена в грошових одиницях іншої країни чи міжнародних платіжних засобах. Він є об'єктивним економічним показником, який відображає тенденції внутрішнього економічного розвитку певної країни та стан і перспективи зовнішньоекономічних відносин.

**Функції валютного курсу:**

- подолання національних обмежень грошової одиниці;
- локальна цінність грошової одиниці перетворюється на міжнародну;
- виступає засобом інтернаціоналізації грошових відносин;
- сприяє утворенню цілісної світової системи грошей.

**Види валютних курсів:**

- *фіксований валютний курс* – встановлені урядом постійні фіксовані пропорції обміну національної валюти на іноземну, і навпаки;
- *плаваючий (гнучкий) валютний курс* – формується на валютному ринку під впливом попиту і пропозиції;
- *змішаний* – це певне поєднання гнучкого та контрольованого державою валютного курсу.

Для кожної валюти встановлюються курси продавця і покупця. **Курс покупця** – це курс, по якому банк-резидент купує іноземну валюту за національну. **Курс продавця** – це курс, по якому він продає іноземну валюту за національну. Конверсійні готівкові операції з іноземною валютою здійснюються через **крос-курс** (співвідношення між двома іноземними валютами, яке визначають на основі курсу цих валют щодо якоїсь третьої валюти).

На коливання валютних курсів на ринку впливає багато чинників: стан платіжного балансу, темпи інфляції, ступінь довіри до валюти на національному ринку, валютна політика, спекулятивні операції тощо.

Безпосередню участь у міжнародних розрахунках беруть комерційні

банки, які на вимогу своїх клієнтів купують та продають іноземну валюту на валютних ринках: національних, регіональних, світовому. За формами своєї організації **валютні ринки** бувають біржовими та позабіржовими (міжбанківськими).

**Біржові валютні ринки** - це організовані ринки, які представлені валютними біржами. Валютна біржа - некомерційне підприємство, головна мета якого полягає в організації торгів валютою і в мобілізації тимчасово вільних валютних ресурсів. Переважна більшість валютних угод здійснюється на **позабіржовому, або міжбанківському, валютному ринку**, на якому відповідні оператори проводять операції купівлі-продажу.

В Україні операції з купівлі-продажу валюти регламентуються “Положенням про порядок та умови торгівлі іноземною валютою” (Постанова НБУ від 10.08.2005 р № 281). Положення визначає структуру українського міжбанківського валютного ринку, а також порядок та умови торгівлі валютою на ньому. Так, операції на міжбанківському валютному ринку України можуть здійснювати лише його суб’єкти, до яких належать: Національний банк України; уповноважені банки та фінансово-кредитні установи (які отримали ліцензію НБУ на право здійснення операцій з валютними цінностями); валютні біржі.

Необхідною умовою роботи банків на валютному ринку України є отримання генеральної або індивідуальної ліцензії, які видає НБУ. **Генеральні ліцензії** видаються комерційним банкам на весь період дії режиму валютного регулювання для здійснення валютних операцій, а саме відкриття та ведення рахунків клієнтів у національній та іноземній валютах, залучення та розміщення іноземної валюти, торгівлі іноземною валютою, неторговельних операцій з валютними цінностями тощо. **Індивідуальні ліцензії** видаються резидентам і нерезидентам на здійснення разової валютної операції на обмежений період. Такими операціями можуть бути, зокрема, переказування іноземної валюти, надання кредитів в

іноземній валюті, розміщення валютних цінностей за кордоном, здійснення інвестицій тощо.

Підставою для купівлі іноземної валюти на міжбанківському валютному ринку України при розрахунках з нерезидентами за торговельними операціями вважаються такі документи: заява про купівлю іноземної валюти; договір з нерезидентом; документ, який свідчить про надання послуг, виконання робіт; документи, передбачені для документарної форми розрахунків (акредитив, інкасо), вексельної форми розрахунків.

Купівля, обмін іноземної валюти з метою проведення розрахунків з нерезидентом за поставлені в Україну товари здійснюються суб'єктом ринку за наявності в реєстрах митних декларацій інформації про ввезення та випуск у вільний обіг на митній території України товарів за відповідним зовнішньоекономічним договором. Обсяг іноземної валюти, що купується, не може перевищувати суму засвідчених фактичних зобов'язань резидента. Клієнт-резидент зобов'язаний використати іноземну валюту у встановленому порядку через суб'єкта ринку, не пізніше ніж за десять робочих днів після дня її зарахування на його поточний рахунок на потреби, зазначені в заяві про купівлю іноземної валюти.

Угоди, які укладені банками на купівлю валюти, є дійсними тільки тоді, коли уповноважені банки та фінансово-кредитні установи підтверджують їх не пізніше дня укладення угод виключно через «Систему підтвердження угод на міжбанківському валютному ринку України НБУ». Це комплекс організаційно-технічних засобів, який забезпечує підтвердження договорів про купівлю-продаж іноземної валюти й банківських металів за безготівкові гривні протягом визначеного часу. Уповноважені банки здійснюють валютні операції в межах лімітів відкритої валютної позиції на міжбанківському валютному ринку України під час функціонування Системи підтвердження угод з використанням її

засобів.

### **7.3. Види та особливості валютних операцій**

Об'єктом валютного регулювання та валютного контролю є валютні операції. **Валютні операції** являють собою операції обміну однієї національної валюти на іншу через купівлю-продаж на валютних ринках. Так, валютними вважаються наступні операції:

- пов'язані з переходом права власності на валютні цінності, за винятком тих, що здійснюються між резидентами у валюті України;
- пов'язані з використанням валютних цінностей у міжнародному обігу як засобу платежу;
- пов'язані з ввезенням, переказуванням і пересиланням валютних цінностей по території України та за кордон.

Валютні операції поділяються на наступні **види**:

1) Конверсійні операції (угоди з негайною поставкою типу “today”, “tomorrow”, “spot”; строкові угоди: форвардні, ф'ючерсні, опціонні; угоди типу “swap”; валютний арбітраж).

2) Кореспондентські відносини з іноземними банками (встановлення прямих кореспондентських відносин з іноземними банками; відкриття банком рахунків для розрахунків з іноземними банками; досягнення домовленості про порядок і умови ведення банківських операцій по міжнародних розрахунках).

3) Відкриття та ведення валютних рахунків юридичним особам (резидентам і нерезидентам), фізичним особам, а також виконання операцій з розпорядження клієнтів відносно коштів на їх валютних рахунках.

4) Неторгові операції (купівля та продаж готівкової іноземної валюти; інкасо іноземної валюти та платіжних документів в іноземній

валюти; випуск та обслуговування пластикових карток клієнтів; оплата дорожніх чеків іноземних банків; оплата і виставлення акредитивів).

5) Операції із залучення та розміщення валютних коштів (кредитні; депозитні; з цінними паперами; лізингові; форфейтингові; факторингові).

Залежно від строку укладення угоди валютні операції поділяються на поточні конверсійні операції з негайною поставкою валюти та строкові операції, поставка валюти за якими відбудеться в майбутньому.

**Поточні операції з негайною поставкою** валюти називаються ще операціями **“spot”** (spot) та полягають в купівлі-продажу валюти на умовах її поставки банками-контрагентами на другий робочий день з дня укладення угоди за курсом, зафіксованим у момент її укладення. Спот операції виконуються на *ринку spot* – це ринок негайної поставки валюти, який залишається найбільшим сегментом у світовому валютному ринку (80-90% загального обсягу світового валютного ринку).

Залежно від дати валютування розрізняють такі операції на ринку спот:

– угоди Today – з поставкою валюти день в день, тобто операція відбувається на протязі одного робочого дня (один робочий день);

– угоди Tomorrow – з умовою поставки на наступний робочий день після дня укладання угоди (два робочих дня). Ці угоди також називають overnight;

– угоди “spot” – за курсом спот за умови поставки валюти на другий робочий день після дня укладання угоди (три робочих дня).

#### **Особливостями угод на ринку «спот» є:**

– здійснення платежів протягом двох робочих банківських днів без нарахування відсоткової ставки на суму поставленої валюти;

– операції здійснюються в основному на базі комп’ютерної торгівлі з підтвердженням електронними повідомленнями (авізо);

– існування обов’язкових валютних курсів: якщо дилер великого

банку (маркет-тейкер) цікавиться котируванням іншого банку (маркет-мейкера), повідомлені йому валютні курси є обов'язковими для виконання конверсійної операції протягом робочого дня.

За угодами спот поставка валюти здійснюється на рахунки, які вказані банками-отримувачами. За допомогою операцій спот банки забезпечують потреби своїх клієнтів в іноземній валюті, перелив капіталів з однієї валюти в іншу, здійснюють арбітражні та спекулятивні операції.

Для страхування ризиків курсових коливань на ринку використовують *строкові валютні операції* – це угоди, при яких сторони домовляються про поставку обумовленої суми іноземної валюти в майбутньому за курсом, зафіксованим у момент їх укладення. Сьогодні строкові валютні операції досить популярні, оскільки вони дають змогу не тільки страхувати ризики, а й ще отримати великі прибутки на торгівлі валютними контрактами. Строкові операції поділяються на форвардні, ф'ючерсні та опціонні.

*Форвардний контракт* – це угода між банком та клієнтом про купівлю або продаж певної кількості іноземної валюти в установлений термін (або протягом встановленого періоду) за курсом, який визначається в момент укладення угоди. Форвардні угоди є угодами типу ОТС (over-the-counter), тобто позабіржовими угодами, які не мають чіткої стандартизації щодо суми, строків виконання тощо. Вони можуть укладатися на будь-який термін – від одного тижня до п'яти років, але найбільш ліквідними є контракти терміном дії до одного року. Зазвичай банк дає котирування форвардних курсів на так звані стандартні дати: один тиждень, один місяць, три місяці, шість місяців, дванадцять місяців.

Специфікою форвардних операцій є те, що форвардні валютні курси, на відміну від інших видів угод, безпосередньо не фіксуються, а розраховуються. Маркет-мейкери та професійні дилери оперують показниками, вираженими у вигляді десятитисячної частини валютного

курсу, що відображають різницю між курсом “спот” і курсом “форвард”. Ці показники називаються форвардна маржа (спред, пункти), і на практиці здійснюються котирування не курсів, а відповідних пунктів. Форвардний валютний курс розраховується додаванням до поточного курсу форвардної маржі, яка може виступати у вигляді премії або знижки (дисконту). Форвардний курс не є прогнозованим курсом спот, а лише відображенням валютних курсів та процентних ставок на ринку на дату укладення форвардної угоди.

**Ф'ючерсні операції** – це угоди з купівлі-продажу валют у майбутньому між двома сторонами за раніше обумовленим курсом, які укладаються на біржових ринках. Особливістю ф'ючерсних угод є те, що вони стандартизовані і поставки валюти відбуваються в строго визначені терміни. Поставка валюти за контрактом повинна здійснюватись через клірингову палату біржі, яка гарантує виконання зобов'язань за угодами всіма сторонами. Ф'ючерсні угоди, по-перше, дають змогу інвесторам застрахуватися від несприятливих змін цін на ринку спот у майбутньому; по-друге, дозволяють спекулянтам відкривати позиції на великі суми під незначне забезпечення. Чим більше коливаються ціни на фінансові інструменти, які покладені в основу ф'ючерсного контракту, тим більший обсяг попиту на ці угоди з боку хеджерів.

#### **Основні характеристики ф'ючерсного контракту:**

- біржовий характер торгівлі та стандартні умови контрактів (крім ціни);
- гарантія клірингової палати виконання всіх контрактів;
- низька вартість укладання угоди;
- можливість, але не обов'язковість реальної поставки базових активів.
- обов'язковий характер виконання;
- висока ліквідність, зумовлена існуванням вторинного ринку



(покупець ф'ючерса має право продати його іншим особам без погодження з продавцем).

Особливості ф'ючерсних контрактів та організації ф'ючерсної торгівлі дають змогу легко ліквідувати зайняту на ринку позицію укладанням офсетної (зворотної) угоди. Більшість ф'ючерсних угод взаємно погашаються до моменту закінчення строку їх дії, і лише 2-5% контрактів закінчуються реальною поставкою базових активів. Такі контракти називають *ф'ючерсами з поставками*. Фінансові ф'ючерси можуть не передбачати поставки фінансового активу, а тільки взаєморозрахунки сторін у день виконання контракту. У цьому разі в день виконання клірингова установа закриває всі існуючі позиції офсетними угодами за ціною, що дорівнює поточній ринковій ціні активу. Взаєморозрахунки сторін виникають у зв'язку з курсовими прибутками/збитками відносно цін відкриття позицій і поточної ринкової ціни активу в день виконання, а також обсягів позицій. Такі контракти називають *розрахунковими ф'ючерсами*.

**Опціонні операції** – зафіксовані контрактом права (не обов'язки) купити (опціон “call”) або продати (опціон “put”) певну суму певної валюти проти іншої валюти за обумовленою ціною (strike price) протягом специфічного періоду.

Опціони здебільшого торгуються за всіма головними валютами на зразок ф'ючерсів. Також можлива торгівля опціонними крос-курсами. Купуючи опціон, необхідно сплатити комісійні, що мають назву премії. Премії сплачуються незалежно від того, скористався покупець опціону своїм правом чи ні. Актив, що поставляється згідно з опціонним контрактом, називають *базовим*. Предметом опціону можуть бути як матеріальні активи, так і фінансові: акції, фондові індекси, облігації, валюти, валютні ф'ючерси та ін.

Існують два різновиди прав, яких може набути покупець залежно від

того, який опціон укладено: колл або пут. **Опціон колл** — контракт, що надає покупцеві опціону *право купити* стандартну кількість базового активу; продавець опціону зобов'язаний продати цей актив. **Опціон пут** — це контракт, що надає покупцеві опціону *право продати* (а не купити, на відміну від опціону колл) стандартну кількість базового активу.

Таким чином, опціони, як і ф'ючерси, – це операції з фінансовими важелями, які дають змогу, за умови успіху, отримати високу доходність за малих вкладень, що дорівнюють лише премії. Опціонні контракти так само, як і ф'ючерсні, є стандартизованими і здійснюються через біржу, хоча є також випадки позабіржової торгівлі. Опціонні угоди укладаються для страхування ризиків та проведення спекуляцій. Але, якщо при укладенні ф'ючерсної угоди і зміні тенденцій ринку власник контракту може втратити всі кошти, то при опціонній торгівлі власник втрачає тільки премію. Тенденції світових валютних ринків свідчать про стрімке зростання обсягів саме опціонних операцій.

Різновидом валютних операцій, які поєднують поточні і строкові операції, є угоди своп (swap). **Своп** – це валютна операція, яка поєднує купівлю-продаж двох валют на умовах негайної поставки з одночасною контругодою на відповідний термін з тими самими валютами. Це комбінація двох протилежних конверсійних операцій на однакову суму з однією датою укладання та різними датами валютування. При цьому домовляються про зустрічні платежі два партнери (банки). За операціями своп поточна операція здійснюється за курсом спот, який у зустрічній угоді (строковій) коригується з урахуванням премії або дисконту, залежно від руху валютного курсу. При цьому клієнт має економію на маржі — різниці між курсами продавця і покупця за поточною угодою. Операції своп використовуються для таких цілей:

– здійснення комерційних угод, які дають змогу уникнути збитків при конвертації валют;

- придбання банком необхідної валюти без ризику для забезпечення міжнародних розрахунків, диверсифікації валютних резервів;
- взаємного міжбанківського кредитування в двох валютах.

Класичні свопи залежно від послідовності виконання операцій спот і форвард поділяються на репорт та депорт: репорт – це продаж валюти на умовах спот і одночасно купівля на умовах форвард; депорт – купівля валюти на умовах спот і продаж на умовах форвард. Операція, коли купівля (продаж) валюти здійснюється на основі двох угод за курсом аутрайт, називається форвард-форвард, або форвардний своп. Перевага валютних операцій своп у тому, що вони майже повністю ліквідують валютний ризик.

#### **7.4.Українська міжбанківська валютна біржа та особливості її функціонування**

Валютна біржа була організована в 1992 р. як госпрозрахунковий підрозділ НБУ з метою упорядкування операцій купівлі-продажу іноземної валюти. У 1993 р. після прийняття постанови Правління НБУ “Про Українську міжбанківську валютну біржу” вона була реорганізована в Українську міжбанківську валютну біржу (УМВБ).

**Основними функціями валютної біржі** є організація торгів і укладання угод з купівлі-продажу іноземної валюти з членами біржі, здійснення котирування поточного ринкового курсу гривні, визначення поточних курсів іноземних валют по відношенню до гривні, організація операцій НБУ щодо регулювання курсу національної валюти, проведення розрахунків в іноземній валюті згідно з укладеними на біржі угодами.

Членами біржі можуть бути тільки банки, фінансові установи та спеціалізовані брокерські контори, що не менш як рік мають ліцензію НБУ на ведення валютних операцій. НБУ та засновники, що мають ліцензії

НБУ, вважаються членами біржі за статусом. Члени біржі сплачують вступні, щорічні членські внески та внески до страхового фонду біржі. Для прийому в члени біржі потрібно мати рекомендацію двох засновників та подати певні документи, серед яких завірений аудитором річний фінансовий звіт. Комерційні банки для прийому в члени біржі повинні виконувати вимоги щодо мінімальної кількості клієнтів, які перебувають на валютному обслуговуванні, залишків на валютних рахунках, а також обов'язково мати кореспондентські відносини з кількома першокласними банками світу.

Механізм проведення торгів на Українській міжбанківській валютній біржі регулюється відповідними нормативно визначеними правилами. Проведення торгів і визначення поточних курсів валют до гривні здійснює уповноважений співробітник біржі, якого називають курсовим маклером. Члени біржі укладають угоди на біржі від свого імені за власний рахунок або за рахунок клієнтів та за їх дорученням. Вони здійснюють операції на біржі через своїх представників – дилерів. За кожну укладену угоду з купівлі-продажу валюти учасники торгів сплачують комісійні в гривнях при продажу валюти та у валюті при її купівлі. У торговельний зал біржі допускаються тільки дилери та співробітники біржі, які беруть участь в торгах. Члени валютної біржі зобов'язані своєчасно виконувати вимоги за угодами, укладеними на біржових торгах, а також надавати необхідну інформацію про свою діяльність на вимогу дирекції біржі.

До початку торгів дилери повинні подати курсовому маклеру заявки на купівлю-продаж валюти, які мають містити інформацію про ціль використання валюти, номер контракту, для оплати якого купується валюта (якщо виконується заявка клієнта), максимальний курс купівлі чи мінімальний курс продажу. Необхідною умовою участі в торгах є також попереднє зарахування потрібної суми коштів на відповідні рахунки. До початку торгів члени біржі повинні подати виписки зі своїх

кореспондентських рахунків у кліринговому банку УМВБ про наявність коштів для проведення операцій з купівлі-продажу.

Біржові торги проводяться в формі аукціону. Початковий курс на торгах встановлюється на рівні, зафіксованому на попередніх торгах. Заявки на купівлю формують попит, заявки на продаж – пропозицію. Якщо пропозиція валюти перевищує попит, курс знижують, у протилежному разі – курс валюти підвищують. Якщо відхилення курсу від початкового більше від установленого біржовим комітетом, торги можуть бути припинені до прийняття відповідного рішення.

Курс іноземної валюти, який встановлюється у момент **фіксингу** (коли досягається рівновага між обсягами заявок на купівлю і продаж валюти), стає єдиним курсом укладання угод і здійснення розрахунків за угодами на цих торгах. Коливання курсу гривні регулюються НБУ, який з метою стабілізації курсу гривні може проводити валютні інтервенції – пропонувати валюту для продажу або купувати її в учасників торгів. Офіційний курс гривні до долара щодня визначається за результатами торгів на УМВБ. Розрахунки за результатами торгів на Валютній Секції біржі здійснює Кліринговий Дім (КД) згідно з Правилами розрахунків. Уповноважений представник КД знаходиться на торгах, починаючи з моменту подання попередніх заявок Членами Валютної Секції до закінчення останньої торгової сесії.

Основний обсяг валютних операцій на УМВБ, як правило, припадає на 10-15 найпотужніших банків, які здійснюють більшу частину операцій, пов'язаних із обслуговуванням зовнішньоекономічних зв'язків і внутрішнього валютного обороту.

Валютне регулювання визначається як спеціальний правовий режим реалізації валютних відносин, спрямований на організацію функціонування внутрішнього валютного ринку та забезпечення необхідної взаємодії зі світовим фінансовим ринком. Органами державної

влади, що мають повноваження у сфері валютного регулювання, є НБУ та КМУ.

Методами валютного регулювання є валютна інтервенція, валютні обмеження, процедурні маніпуляції тощо. Валютний контроль полягає у запобіганні та виявленні фактів порушення валютного законодавства та здійснюється органами та агентами валютного контролю.

### **Питання для самоконтролю**

1. Дайте визначення системи валютного регулювання та опишіть принципи її функціонування.
2. Які регуляторні повноваження має Національний банк України?
3. Назвіть напрями валютного контролю відповідно до чинного законодавства.
4. Поясніть поняття конвертованості валюти. Які проблеми існують щодо забезпечення конвертованості гривні?
5. Назвіть функції та види валютних курсів. Яким чином встановлюється офіційний курс гривні?
6. Яким чином відбувається купівля іноземної валюти суб'єктами ЗЕД?
7. У чому полягають відмінності між поточними та строковими валютними операціями?
8. Назвіть особливості та призначення операцій «спот», форвард, ф'ючерсних, опціонних угод та угод «своп». Які з них мають найбільше значення у забезпеченні інтересів суб'єктів ЗЕД?
9. За якими правилами проводяться торги на Українській міжбанківській валютній біржі? Хто має право брати в них участь?

## ТЕМА 8

# МІЖНАРОДНІ РОЗРАХУНКИ І БАНКІВСЬКЕ ОБСЛУГОВУВАННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

У міру інтернаціоналізації і глобалізації світового господарства збільшуються міжнародні потоки товарів, послуг і капіталів. Динамічні зміни міжнародного бізнесового середовища висувають нові вимоги до менеджерів підприємств щодо знання сучасних форм міжнародних розрахунків, методів фінансування зовнішньоекономічної діяльності, розуміння важливості мінімізації ризиків валютно-фінансового середовища з метою підвищення ефективності міжнародних операцій.

У даній темі розкрито зміст і сутність міжнародних розрахунків, описано форми розрахунків (акредитив, інкасо, платіж за відкритим рахунком, авансовий платіж), способи здійснення платежів (вексельна та чекова), а також надано характеристику існуючим формам фінансування та кредитування зовнішньоекономічної діяльності суб'єктів господарювання.

### 8.1. Міжнародні розрахунки та їх основні форми

**Міжнародні розрахунки** являють собою систему організації та регулювання платежів у сфері міжнародних відносин, що виникають між державами, юридичними особами та громадянами різних країн.

На стан міжнародних розрахунків країни впливає низка чинників: стан політичних та економічних відносин між країнами; позиція країни на світовому ринку; ступінь використання та ефективність державних заходів щодо зовнішньоекономічного регулювання; валютне законодавство; міжнародні торгівельні правила та звичаї; регулювання міждержавних потоків товарів, послуг і капіталів; різниця в темпах інфляції в окремих країнах; стан платіжних балансів; банківська практика;

умови зовнішньоторговельних контрактів; конвертованість валют. З урахуванням цих чинників міжнародні розрахунки необхідно виділити в самостійну систему, нерозривно пов'язану з рухом товарно-матеріальних цінностей.

Міжнародним розрахункам притаманні певні **особливості**:

- міжнародні розрахунки регулюються міжнародними та національними нормативними законодавчими актами, а також банківськими правилами;

- міжнародні розрахунки — це об'єкт уніфікації та універсалізації банківських операцій;

- міжнародні розрахунки мають, як правило, документарний характер, тобто здійснюються проти фінансових та комерційних документів;

- використання різних валют зумовлює наявність валютного ризику, пов'язаного з мінливістю валютних курсів;

- поєднання нових і традиційних технологій та інструментів, поява нових банківських продуктів.

Основними суб'єктами міжнародних розрахунків є експортери та імпортери, а також банки, що їх обслуговують. Усі вони вступають у відповідні відносини, які пов'язані з рухом товаророзпорядчих документів і операційним оформленням платежів. При цьому провідна роль у міжнародних розрахунках належить банкам. Ступінь їх впливу залежить від масштабів зовнішньоекономічних зв'язків країни, купівельної спроможності її національної валюти, спеціалізації та універсалізації банків, їх фінансового стану, ділової репутації, мережі філій та кореспондентських рахунків.

Більшість міжнародних розрахунків здійснюються через банки безготівковим шляхом. Для цього банки використовують свої закордонні відділення та кореспондентські відносини з іноземними банками, у процесі



яких відкриваються рахунки “Лоро” (іноземних банків в даному банку) та “Ностро” (даного банку в іноземних). Для своєчасного і раціонального здійснення міжнародних розрахунків банки відкривають і підтримують необхідні валютні позиції в різних валютах відповідно до структури та строків майбутніх платежів і проводять політику диверсифікації своїх валютних резервів. При цьому діяльність банків у сфері міжнародних розрахунків регулюється, з одного боку, їх національним законодавством, а з іншого – правилами та звичаями, що склалися у світі, окремими міжбанківськими угодами.

На практиці використовуються такі основні **форми міжнародних розрахунків**:

**1. Акредитив** – являє собою взятє на себе банком на прохання імпортера зобов’язання сплатити певну суму коштів бенефіціарові (експортерові) за умови, що останній надасть, відповідно до вимог акредитива, документи у встановлений час. У торговій угоді між експортером та імпортером банк, таким чином, виступає посередником. Акредитив є одним з найдієвіших інструментів забезпечення платежів. Крім того, він може також виконувати кредитну функцію. Оформлене акредитивом зобов’язання банку покупця здійснити платіж полегшує продавцеві одержання від свого банку кредиту, наприклад, на виробництво товару.

В угоді з акредитивом беруть участь такі сторони: заявник чи оплачуюча сторона (покупець/імпортер), бенефіціар (продавець/експортер), банк-емітент (банк імпортера), авізуючий банк країни експортера.

Експортер та імпортер укладають між собою угоду, в якій вказують, що розрахунки буде здійснено в формі документарного акредитива. У контракті зазначено банк-емітент, який відкриває акредитив; авізуючий банк, що сповіщає експортера про відкриття акредитива, та виконуючий

банк – банк, який наведено в акредитиві як платника бенефіціару (експортеру) певної суми коштів проти передбачених документів. Після підписання контракту експортер повідомляє імпортера про готовність відвантажити товар. Імпортер подає своєму банку заяву на відкриття акредитива. Після цього банк-емітент направляє акредитив іноземному банку, що обслуговує експортера, який перевіряє його достеменність і сповіщає експортера про відкриття та умови акредитива. Експортер перевіряє відповідність умов акредитива платіжним умовам укладеної угоди та відвантажує товар, а потім передає документи, передбачені умовами акредитива, у свій банк. Банк експортера перевіряє перелік документів, правильність їх оформлення і пересилає банку-емітенту для оплати. Після одержання та перевірки документів банк-емітент здійснює платіж банку експортера. Тільки після цього імпортер одержує від банку-емітента всі комерційні документи та стає власником товару.

Термін та умови акредитива мають бути узгодженими до проведення оплати. Угода з документарним акредитивом передбачає подання таких документів: вексель; коносамент чи інший транспортний документ; комерційний рахунок, рахунок-фактура, інвойс; свідоцтво про походження товару; страховий поліс або сертифікат. Перед тим як експортер подасть документи до банку, він повинен обов'язково переконатися, що вони за усіма пунктами відповідають умовам акредитиву. Документи не повинні порушувати умови акредитиву або суперечити один одному, оскільки банк, вирішуючи питання про прийняття чи неприйняття документів, чітко дотримується принципів суворої відповідності документів та строків.

Використання акредитивної форми розрахунків у міжнародній практиці регулюється Уніфікованими правилами і звичаями для документарних акредитивів (Uniform Customs and Practice for Documentary Credits), які розроблені Міжнародною торговою палатою.

***Акредитиви класифікують за різними критеріями:***

*1. За способом використання:*

– документарні (товарні) – використовуються для розрахунків за товари та послуги при наданні обумовлених в акредитиві документів;

– грошові (циркулярні або фінансові) – це такі акредитиви, виплата за якими не обумовлена наданням документів.

*2. За формою* акредитиви поділяються на **документарні акредитиви** та **акредитивні листи**. Особливість акредитивних комерційних листів полягає в тому, що вони направляються не банку в країні продавця, а безпосередньо бенефіціарові. При цьому банк у країні продавця може використовуватися лише як проміжна інстанція. Бенефіціар після відправлення товару та отримання всіх необхідних документів може або передати їх банку, обраному на свій розсуд, або направити для сплати безпосередньо банку, який виписав акредитивний лист.

*3. За способом повідомлення бенефіціара* про відкриття акредитиви поділяються на прямо авізовані та авізовані через авізуючий банк, а також попередньо авізовані. Авізування – перевірка дійсності акредитива та повідомлення продавця про відкриття та умови акредитиву. **Прямо авізовані акредитиви** банк-емітент направляє безпосередньо бенефіціарові без втручання іншого банку. Бенефіціар, у свою чергу, повинен звернутися з вимогами до закордонного банку, що його обслуговує. **Авізований акредитив** – це акредитив, за яким банк-емітент звертається з дорученням до іншого банку (авізуючого), щоб сповістити бенефіціарові про відкриття акредитиву без будь-якого зобов'язання як із боку авізуючого банку, так і з боку банку-емітента.

*4. За ступенем гарантованості оплати сум,* які мають бути сплачені експортерові, акредитиви поділяються на відкличні та безвідкличні. **Відкличний акредитив** – це акредитив, який може бути в будь-який час змінений або відкликаний (анульований) банком-емітентом за дорученням імпортера без обов'язкового повідомлення бенефіціара. Юридичне

зобов'язання банку-емітента, який відкрив **безвідкличний акредитив**, не може переглядатися в межах встановленого терміну дії без згоди всіх зацікавлених сторін.

5. *Відповідно до наявності підтвердження за акредитивом з боку авізуючого або іншого банку* акредитиви поділяються на підтверджені та непідтверджені. **Підтверджений акредитив** – це акредитив, за яким банк-емітент звертається з проханням до іншого банку взяти безпосередню участь в операції шляхом надання свого власного зобов'язання до безвідкличного зобов'язання банку-емітента. Безвідкличний підтверджений акредитив надає експортереві таку перевагу, що перед ним відповідає не тільки банк-емітент, а й банк, який підтвердив акредитив. **Непідтверджений акредитив** – це акредитив, який не містить зазначеного вище зобов'язання. У цьому випадку авізуючий банк обмежується тільки авізуванням експортера щодо відкриття акредитива та платить лише в тому випадку, коли банк-емітент перерахує йому відповідну суму.

6. *За характером платежу у зв'язку з можливістю здійснювати часткові поставки продукції акредитиви* бувають подільні та неподільні. **Подільним акредитивом** передбачається виплата експортереві відповідно до контракту певної суми після кожної часткової поставки. **Неподільним акредитивом** передбачається, що вся сума, яка належить експортеру, буде сплачена після завершення поставок або після останньої часткової поставки. Неподільний акредитив, таким чином, захищає інтереси імпортера.

Крім зазначених, у міжнародній банківській практиці використовують *специфічні конструкції акредитивів*, основні з яких наведені нижче.

1. *Переказний трансферабельний акредитив* – передбачає можливість передачі права отримання коштів іншій стороні, яка мусить дотримуватися його термінів та умов з метою одержання платежу.

2. *Компенсаційний акредитив* – виступає гарантією випуску другого акредитива для покриття тієї самої угоди.

3. *Акредитив з червоною умовою* – уповноважує авізуючий чи підтверджуючий банк надати бенефіціарові грошовий аванс у розмірі частини суми кредиту проти письмового зобов'язання бенефіціара надати документи, що підтверджують факт відвантаження відповідно до умов акредитива.

4. *Акредитив на постачання товарів у кілька етапів* – передбачає гарантії одержання товару імпортером протягом певного періоду часу в кілька етапів.

5. *Револьверний акредитив* – це автоматично відновлюваний акредитив, який містить вказівки, що дозволяють бенефіціарові одержувати гроші протягом певного часового періоду. При цьому імпортер користується тим самим акредитивом для регулювання запланованих відвантажень товару протягом тривалого часового періоду без випуску нового акредитива.

*Переваги акредитивних розрахунків для експортера:* мінімальний ризик несплати; швидкість та зручність; можливість отримання банківського кредиту.

*Переваги акредитивних розрахунків для імпортера:* можливість кредитування та фінансування; мінімізація ризиків недотримання умов угоди.

2. **Інкасо** – це форма розрахунку за зовнішньоторговельною угодою, яка полягає в тому, що експортер доручає своєму банку (банку-ремітенту) одержати від імпортера певну суму валюти при передачі останньому відповідних товарних документів. Інкасові операції здійснюються банками на основі одержаних інструкцій з метою надання комерційних документів проти акцепту (або проти платежу).

За схемою інкасової операції експортер та імпортер укладають

угоду, в якій визначаються банки, уповноважені здійснювати розрахунки. Експортер здійснює відвантаження товару і готує необхідні документи, які разом з інкасовим дорученням передає своєму банку. Банк-ремітент, якому доручено здійснення інкасо, після перевірки наданих документів відправляє їх разом з дорученням банку-кореспонденту країни імпортера (інкасуєчому банку), який надсилає повідомлення платнику про одержання інкасового доручення та прохання здійснити платіж. Документи видаються платнику проти платежу. Інкасуєчий банк одержує платіж та переводить відповідну суму банку-ремітенту, який зараховує суму виручки на рахунок експортера.

Відповідальність банків при здійсненні інкасових операцій обмежується в основному пересиланням і наданням документів проти оплати чи акцепту, але без власного зобов'язання виконати платіж, якщо покупець не виконає своїх обов'язків по інкасо.

Стандартні міжнародні правила, що регулюють правила проведення інкасових операцій, сформульовані Міжнародною торговою палатою та надруковані в Уніфікованих правилах по інкасо (УІП). Практично всі банки світу дотримуються Уніфікованих правил по інкасо, які дають однакове тлумачення термінів і питань, які виникають у практиці розрахунків по інкасо.

Існують такі типи інкасо: чисте і документарне.

**Чисте інкасо** – інкасо, в якому задіяні лише “фінансові” документи. До них належать: переказний і простий вексель або чек. Найпоширенішим документом є тратта. Згідно з чистим інкасо, комерційні (транспортні) документи, які відносяться до тратти, можуть бути передані і відправлені безпосередньо імпортеру, минаючи банк. Таким чином, роль банку-ремітента полягає лише в пересиланні тратти інкасуєчому банку для оплати або акцепту.

**Документарне інкасо** передбачає надсилання разом із фінансовими

«комерційних» (транспортних) документів. До таких документів можуть належати: тратта; коносамент або інший транспортний документ; комерційні рахунки-фактури або інвойс; свідоцтво про походження; страхові поліси тощо.

Згідно з документарним інкасо, банк експортера надсилає документи та свої інструкції із вказівками щодо стягнення інкасо до банку в країні імпортера (інкасуючого банку). Ці інструкції визначають строки та умови видачі документів імпортерів. Імпортер отримує документи тільки після виконання особливих умов. Порівняно з чистим інкасо, при використанні документарного інкасо експортер менше ризикує, тому що пересилання товаророзпорядчих документів захищене.

Інкасові доручення виписуються на спеціальних бланках у шести екземплярах. Кожний екземпляр грає свою роль в організації документообігу при інкасовій формі розрахунків. У міжнародній практиці склалися дві моделі інкасо, яким відповідають два види інкасових інструкцій: “документи проти платежу” (скорочено D/P) та “документи проти акцепту” (скорочено D/A). Застосування другого виду зв'язано з відстрочкою платежу, що надається імпортеру.

*Переваги інкасо для експортера:* зменшення ризику дострокової передачі товарів; зручність; можливість фінансування. *Переваги для імпортера:* зручність; зменшення витрат; відстрочка платежу.

**3. Банківський переказ** являє собою просте доручення комерційного банку своєму банку-кореспонденту сплатити відповідну суму грошей на прохання і за рахунок переказника іноземному отримувачу (бенефіціару) із зазначенням способу відшкодування банку-платнику сплаченої ним суми.

Банки починають брати участь у цій формі розрахунків при поданні в банк імпортера відповідної заяви на оплату контракту. Банки не несуть ніякої відповідальності за платіж (поставка товару, передання документів,

а також сам платіж не входять у функції банку до моменту подання платіжного доручення). Таким чином, банки несуть мінімальну відповідальність при банківському переказі і, отже, стягують мінімальну комісійну винагороду. При банківському переказі комісію, як правило, бере банк імпортера з переказодавця відповідно до тарифів комісійної винагороди. Банк імпортера, прийнявши заяву на переказ від клієнта-імпортера, надсилає від свого імені платіжне доручення у відповідний банк експортера (переважно через систему SWIFT). Після отримання платіжного доручення банк експортера перевіряє його правильність і зараховує отриману суму на рахунок експортера. Банківський переказ вигідніший імпортеру, оскільки останній отримує товар і документи, як правило, до моменту оплати.

Як і інші форми міжнародних розрахунків, банківські перекази здійснюються у безготівковій формі, тобто через посередництво платіжного доручення, яке адресує один банк іншому. При цьому комерційні та товаророзпорядчі документи направляються від експортера імпортеру безпосередньо, минаючи банки. Комерційний банк виконує тільки платіжне доручення іноземних банків, а також виставляє платіжні доручення і банківські чеки на іноземні банки за грошовими зобов'язаннями українських імпортерів.

**4. Авансові розрахунки** – це форма розрахунку, за якою оплата товарів імпортером здійснюється до відвантаження товару в рахунок виконання зобов'язань за контрактом. У світовій практиці розрахунків авансові платежі використовуються, якщо:

- продавець не впевнений у платоспроможності покупця;
- економічна і політична ситуація в країні покупця нестабільна;
- при поставці дорогого обладнання, рідкісних дефіцитних товарів, а також товарів стратегічного призначення (ядерного палива, зброї);
- у випадку досить тривалих строків дії контракту.



Авансовий платіж також означає, що імпортер кредитує поставку на відповідний період, до того як він фізично отримає товар у своє розпорядження. Аванс може бути в грошовій і товарній формах. Товарна форма авансу передбачає передання імпортером експортеру сировинних матеріалів або комплектуючих, необхідних для виготовлення замовленого обладнання. Грошова форма авансу передбачає сплату покупцем узгодженої за контрактом суми в рахунок належних за договором платежів до відвантаження товару (надання послуги), а іноді навіть до початку виконання контракту.

Аванс може надаватися як у розмірі повної вартості контракту, так і у вигляді відповідного відсотка від неї. Для експортера найвигіднішим є авансовий платіж на загальну суму контракту. У цьому разі він захищений від ризику того, що іноземний покупець відмовиться або буде неспроможним заплатити за відвантажений товар. Аванс на загальну суму контракту також означає, що експортер отримує у своє розпорядження вільні кошти, які він може використати на закупівлю сировини, виплату заробітної плати, технічне оснащення підприємства тощо. З іншого боку, аванс, навіть у розмірі відповідного відсотка від суми контракту, слугує засобом забезпечення зобов'язань, прийнятих покупцем за контрактом. У разі відмови прийняти замовлений товар постачальник має право отриманий ним аванс використати на відшкодування збитків.

До *недоліків* цієї форми розрахунків належить комплексний ризик імпортера: ризик того, що експортер не доставить товар або доставить несвоєчасно і зовсім іншої якості чи специфікації. У такому разі імпортер ризикує втратити аванс (або повернути його через тривалий час за рішенням суду) і матеріальну компенсацію.

**5. Платіж на відкритий рахунок** передбачає ведення партнерами один для одного відкритих рахунків, на яких обліковуються суми поточної заборгованості. Після відвантаження товару і відправлення документів на

адресу імпортера експортер заносить суму вартості вантажу на дебет відкритого на покупця рахунку. Імпортер здійснює такий самий запис у кредит рахунку експортера. Після оплати товару експортер і імпортер роблять компенсуючі проведення. Таким чином, ця форма розрахунків передбачає ведення контрагентами великого обсягу роботи з обліку продажу. Особливістю цієї форми розрахунків є те, що товаророзпорядчі документи надходять до імпортера прямо, минаючи банк, у зв'язку з чим весь контроль за своєчасністю платежів покладається на плечі учасників угоди, передусім експортера.

Розрахунки за допомогою відкритого рахунку доцільно використовувати, якщо між покупцем і продавцем існують надійні, стійкі і довгострокові ділові стосунки, а торгівля між країнами відносно вільна від державних обмежень. Ця форма розрахунків є найдешевшою і характеризується відносною простотою виконання. До недоліків розрахунків за формою відкритого рахунку належить уповільнення обігу капіталу експортера, що іноді викликає в нього необхідність удаватися до банківського кредиту, а також до значних обсягів роботи з обліку продажу. Розрахунки за відкритим рахунком найбільш вигідні для покупця, оскільки він здійснює оплату лише при отриманні товару, тобто відсутній ризик непоставки товару. У той же час, ця форма розрахунків є найризикованішою для експортера, оскільки у нього немає ніяких гарантій, що покупець врегулює свою заборгованість в обумовлений строк. Після того, як всі права на товар перейшли до покупця разом з товаророзпорядчими документами, постачальнику залишається тільки покладатися на платоспроможність і розрахункову дисципліну покупця.

Невелике зниження ризику несплати для постачальника при використанні відкритого рахунку можливе, якщо контрагенти поперемінно виступають у ролі продавця і покупця. У зв'язку із цим така форма розрахунків використовується частіше при двосторонніх поставках.

Практика свідчить, що для досягнення більшої надійності платежу за відкритим рахунком експортери наполягають на виставленні на свою користь платіжних гарантій першокласних банків.

## 8.2. Розрахунки векселями та чеками

Поширеним способом платежу, що широко використовується у міжнародній і вітчизняній практиці, є **вексель** – цінний папір, який містить безумовне абстрактне грошове зобов'язання векселедавця сплатити після настання строку визначену суму грошей власнику векселя (векселедержателю).

При розрахунках із зовнішньоторговельних операцій використовуються простий (соло) і переказний вексель (тратта). Частіше застосовують *переказний вексель*, який є безумовною пропозицією трасанта (кредитора), адресованою трасату (боржнику), сплатити третій особі (ремітенту) в установленій термін означену суму. При виникненні такого грошового зобов'язання трасант виступає і кредитором щодо боржника (трасата), і боржником по відношенню до ремітента.

*Простий вексель (соло)* виставляє не кредитор, а боржник (векселедавець), який бере зобов'язання сплатити кредитору певну грошову суму в обумовленому місці у визначений термін. У складанні простого векселя беруть участь дві особи – *векселедавець* (платник) та *векселедержатель* (отримувач коштів за векселем), переказного векселя – три особи – *трасант* (особа, яка видала вексель чи наказ платити), *трасат* (платник за векселем) та *ремітент* (особа, на користь якої видано вексель).

Вексель складається за чітко встановленою формою. Його форма та вигляд регламентуються певною системою міжнародного та національного вексельного права. У 1930 р. в Женеві ряд країн прийняли “Однотипний вексельний закон”. На його основі держави – учасниці угоди, в т. ч. колишній СРСР, уніфікували національне вексельне законодавство.

Відповідно до “Однотипного вексельного закону”, вексель складають у письмовому вигляді. Він повинен містити обов’язкові реквізити. За відсутністю хоча б одного із зазначених елементів простий і переказний векселі не мають сили. У багатьох країнах світу для зручності операцій з вексями, що використовуються в комерційному обороті, розроблені вексельні формуляри, які відповідають вимогам вексельного законодавства. Можна виставити і вексель, не оформлений на спеціальному бланку, але за умови, що він містить усі необхідні реквізити. Серед них обов’язковими є: назва “вексель”; безумовний наказ сплатити певну суму коштів; назва платника (трасата); строк платежу; місце платежу; назва отримувача коштів (ремітента); місце і дата складання векселя; підпис векселедавця (трасанта).

У міжнародних розрахунках, найчастіше використовуються *акцептовані векселі*. **Акцепт векселя** – це підтвердження трасатом своєї згоди здійснити платіж за векселем. Акцепт векселя здійснюється у вигляді напису на лицьовому боці документа і підписується акцептантом. Необхідність акцепту спричинена тим, що боржник-трасат зобов’язаний письмово підтвердити свою згоду провести платіж за векселем в зазначений термін (здійснити акцепт тратти).

Акцепт тратти може здійснювати і банк. Такий банківський акцепт використовують для дострокової неогоції тратти. **Неогоція тратти** – це продаж векселя векселедержателем банкові до настання строку платежу за векселем. При цьому векселедержатель отримує не повну суму векселя, а тільки її частину, яка залишилася після вирахування відсотка за неогоцію та банківського збору.

Надійнішою гарантією, порівняно з акцептом за траттами та простими вексями, у міжнародній торгівлі є їх авалування (підтвердження) банками.

**Аваль** – це гарантія платежу за простим та переказним векселем з

боку аваліста, якщо боржник не виконав своїх зобов'язань за векселем. Він здійснюється на лицьовому боці векселя або на додатковому аркуші – алонжі і підписується авалістом. Аваль виступає вексельним поручительством, до якого застосовується вексельне право. Це поручительство означає гарантію платежу за траттою чи простим векселем (повністю чи частково) з боку банку, якщо боржник не виконав у строк зобов'язання за векселем.

У міжнародному платіжному обороті вексель вважається оборотним фінансовим документом. Це означає, що з передачею векселя іншій особі до нього переходять усі права, вимоги та ризики за цим документом. Передачу векселя здійснюють простим врученням чи за допомогою передавального надпису (індосаменту). Такий надпис ставлять на зворотньому боці векселя, його підписує індосант. Індосамент можна здійснити у вигляді передавального надпису з відмовою від відповідальності, що впливає з тратти. Тоді роблять надпис “Без обороту не мене”, а передавальний надпис називають *безоборотним індосаментом* (не можна звернутись з регресом).

Українські банки мають змогу здійснювати з векселями такі операції:

1) кредитні: врахування (дисконт) векселів; видача позичок до запитання під забезпечення векселів; вексельне переврахування і перезастава.

2) комісійні: прийняття векселів на інкасо для одержання платежів і для оплати векселів у строк; зобов'язання оплатити вексель за платника (доміциляція); аваль векселів; акцепт векселів.

Борг трасанта вважається погашеним після оплати векселя готівкою, перерахуванням вказаної в ньому суми на банківський рахунок пред'явника чеком чи переказом. Після оплати пред'явник векселя повинен його повернути трасату з поміткою про оплату, яку ставлять на

зворотньому боці векселя.

**Чеком** є безумовна пропозиція чекодавця платникові здійснити платіж зазначеної в чеку грошової суми чекодержателеві готівкою чи перерахуванням грошей на рахунок власника чека у банку.

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

Виписаний чекодавцем документ повинен мати відповідне фінансове покриття на його банківському рахунку. Законодавство багатьох країн передбачає кримінальну відповідальність за виставлення чека без покриття. Чеки, які клієнт випишує банку, видають у межах суми, наявної 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 безготівкового платежу і в інших формах, пов'язаних з обігом чеків як засобу платежу. Форми чеків і їх обіг регламентуються національним законодавством і нормами міжнародного права («Однотипний закон про чеки» 1930 року). Відповідно до міжнародного права, при розв'язанні суперечностей, пов'язаних з формою та обігом чеків, застосовується право тієї країни, де було виписано чек.

Чек має суворо визначену форму письмового документа; його випишують на спеціальному бланку, виданому чекодавцеві банком. Текст чека повинен містити такі основні елементи: найменування «чек» (чекова помітка), розпорядження платнику сплатити зазначену на чеку суму, сума чека, найменування банка-платника, місце платежу, дата та місце виписування чека, підпис чекодавця. Ніякі поправки чи виправлення на чеку не допускаються. Відсутність у ньому якогось із перелічених

елементів позбавляє цей документ сили чека.

Чек може передавати одна особа іншій внесенням у нього передавального надпису (індосаменту). Індосамент здійснюється на зворотньому боці чека і підписується особою, котра зробила цей надпис (індосантом). Він засвідчує передачу прав щодо чека іншій особі, а також передбачає відповідальність індосанта перед усіма наступними власниками чека. Оформлений індосаментом чек повинен бути вручений індосантом індосатору. Індосамент може бути іменним, ордерним, бланковим, цільовим, безоборотним.

**Негоціація чека** – сплата грошей банком чекоутримувача з наступною вимогою в банку чекодавця. Негоціація чека завжди з правом регреса і може бути здійснена будь-яким банком, який згоден провести цю операцію. Такий банк видає аванс бенефіціару і направляє негоційований чек в банк трасанта для платежу. У випадку неплатежу бенефіціар повинен повернути негоційованому банку суму отриманого авансу.

У доповнення до відповідальності, яка покладається законом на чекодавця та індосанта чека у випадку його несплати, платіж за чеком може бути гарантований на всю суму або її частину будь-якою іншою особою, крім платника за чеком. Така гарантія зазвичай виражається словами “гарантований”, “аваль”, “вважати за аваль” або іншими рівнозначними словами і супроводжується підписом аваліста.

Комерційні банки України приймають на інкасо всі належним чином оформлені комерційні чеки в будь-якій валюті. Покриття виплачується в доларах США і євро. У випадку якщо чек виписаний в іншій валюті, покриття зараховується і виплачуються в доларах США. При прийнятті на інкасо комерційних чеків в українських банках клієнт оформлює заяву про здачу чека на інкасо, а робітник банку перевіряє правильність реквізитів чека, строк його дії (півроку), послідовність індосаментів і особу отримувача за паспортом та оформлює в двох примірниках опис

документів, прийнятих на інкасо, закріплює його підписом і штампом банку. Один примірник віддається клієнту. Прийняті на інкасо чеки оприбутковуються в касу банку та оформлюється прибутковий валютний ордер на суму чека. Після того як кошти надійдуть на рахунок, клієнту направляється повідомлення про надходження відшкодування за чеком. У випадку відмови іноземного банку оплатити чек, клієнту висилається повідомлення з проханням з'явитися для отримання поверненого чека. При видачі покриття по чеку оформляється видатковий валютний ордер, а клієнт повертає виданий йому примірник опису документів, прийнятих на інкасо.

Особливими видами чеків є *єврочеки (Eurocheque)* – стандартизовані чеки, які випускають банки – члени Міжнародної організації єврочеків, супроводжувані спеціальною гарантійною карткою. Єврочек (чек у євровалюті) виписується банком без попереднього внеску клієнтом готівки і на крупніші суми в рахунок банківського кредиту строком до місяця; оплачується в будь-якій країні-учасниці угоди.

*Подорожній чек* – стандартний грошовий документ, який виписують в місцевій або іноземній валюті і використовують при поїздках, закордонних подорожах для оплати товарів і отримання в банку готівки. Подорожній чек є платіжним засобом, який містить у своєму найменуванні Travellers Cheques (подорожній чек), найменування банку, який випустив чек (банку-емітента), підписи його уповноважених посадових осіб, номер чека в правому верхньому куті, а також дві спеціально відведені строки для підпису власника чека: **перший підпис** проставляється при купівлі чека в присутності робітника банку чи фірми, яка продає подорожні чеки, **другий підпис** власник проставляє при отриманні готівки чека.



### **8.3. Кредитування та фінансування ЗЕД підприємства**

Зовнішньоекономічна діяльність, особливо зовнішня торгівля, потребують значних джерел фінансування, як внутрішніх, так і зовнішніх. Експортер намагається отримати повний розрахунок одразу ж після відвантаження товару, а імпортер намагається купити товар у кредит, з оплатою після його реалізації. Тим самим кредит стає органічною складовою міжнародних економічних зв'язків. В наш час кредит обслуговує більшість видів ЗЕД – зовнішню торгівлю, обмін послугами, закордонну інвестиційну діяльність, виробничі і науково-технічні зв'язки тощо. У процесі ЗЕД підприємства часто виступають одночасно і боржником, і кредитором, отримуючи і надаючи позики.

Експортне фінансування – залучення, забезпечення і використання фінансових коштів в цілях здійснення експортної угоди. В основі такої угоди лежить не лише торгівля товарами народного споживання, але й поставка машин і обладнання, продаж нематеріальних активів. Експортне фінансування повинно бути пов'язане безпосередньо з конкретним договором про поставку товарів і послуг, в якому урегульовані права і обов'язки продавця і покупця. При фінансуванні експорту використовуються практично всі форми кредитів, які використовуються для внутрішньої торгівлі.

Джерела фінансування імпорту схожі з джерелами фінансування експорту. Це обумовлено тим, що надання кредиту експортеру дозволяє йому розширити торговий кредит імпортеру, а також тим, що надання кредиту імпортеру дозволяє експортеру отримати оплату негайно. Способи фінансування суб'єктів ЗЕД включають: банківський овердрафт в національній або іноземній валюті; позику в національній або іноземній валюті; торгівлю по відкритому рахунку; обліковий кредит; лізинг; форфейтинг; акцептний та акцептно-рамбурсний кредит; фірмовий кредит.

Розглянемо деякі поширені способи кредитування ЗЕД підприємств.

Специфічною формою кредитного обслуговування зовнішньоекономічних зв'язків є **лізинг** – це підприємницька діяльність, яка спрямована на інвестування власних чи залучених фінансових коштів і полягає в наданні лізингодавцем у виключне користування лізингоодержувачу на визначений строк майна, що купується у відповідного продавця, за умови сплати лізингоодержувачем періодичних лізингових платежів. Сьогодні лізинг є одним із основних фінансових інструментів, що дозволяє здійснювати великомасштабні капітальні інвестиції в розвиток матеріально-технічної бази будь-якого виробництва.

**Об'єктом лізингу** може бути будь-яке нерухоме і рухоме майно, яке може бути віднесене до основних фондів відповідно до законодавства, не заборонене до вільного обігу на ринку і щодо якого немає обмежень про передачу його в оренду.

Найпростіша **схема лізингової операції** (рис. 8.1) передбачає: укладення лізингової угоди (1), подання замовлення на устаткування або інший об'єкт лізингу (2), одержання банківської позики (3), оформлення договору купівлі-продажу об'єкта лізингу (4), поставку виробником об'єкта лізингу лізингоодержувачу (5), складання акта приймання об'єкта лізингу (6), оплату поставки об'єкта лізингу лізингодавцем (7), укладення договору страхування об'єкта лізингу (8), сплату лізингових платежів (9) та повернення банківської позики разом з відсотками (10).

Основні витрати лізингоодержувача складаються із лізингових платежі за користування об'єктом лізингу. Лізингові платежі включають: амортизаційні відрахування; плату за користування кредитними ресурсами; комісійну винагороду лізингодавцю; відшкодування страхових платежів за договором страхування об'єкта; інші витрати лізингодавця, передбачені договором лізингу.

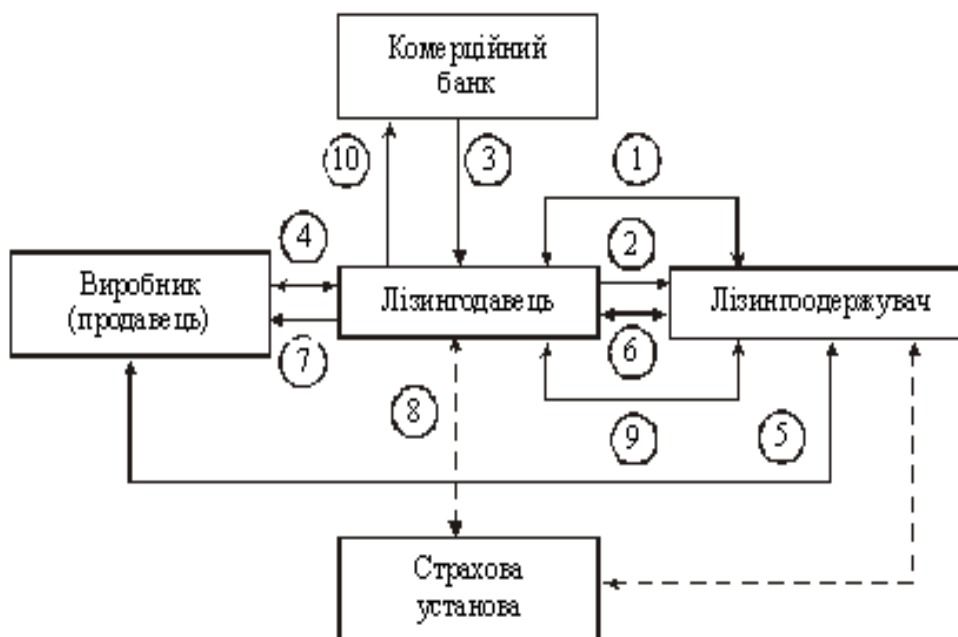


Рис. 8.1. Схема здійснення лізингової операції

### Є різні форми лізингу:

**1. Зворотний лізинг** – це договір лізингу, який передбачає набуття лізингодавцем майна у власника і передачу цього майна йому у лізинг.

**2. Пайовий лізинг** – це здійснення лізингу за участю суб'єктів лізингу на основі укладення багатостороннього договору та залучення одного або кількох кредиторів, які беруть участь у здійсненні лізингу, інвестуючи свої кошти.

**3. Міжнародний лізинг** – це договір лізингу, що здійснюється суб'єктами лізингу, які перебувають під юрисдикцією різних держав. Поділяється на експортний та імпорتنний.

**4. Сублізинг** – операція, у якій беруть участь основний лізингодавець, зареєстрований в одній країні, і посередник іншої країни, що передає об'єкт лізингу лізингоодержувачу.

*Вигоди лізингодавця* від лізингової операції є такими: отримання доходів; забезпечення реалізації продукції і надання послуги, яка за інших умов була б не вигідною або неможливою; підвищення економічної ефективності зданого в оренду обладнання; розширення клієнтури,

зміцнення зв'язків з нею. Для лізингоодержувача існують переваги від лізингу: 100% кредитування, що не вимагає негайного початку виплат; простота отримання порівняно з кредитом; поява доступу до сучасного обладнання та можливості оперативного оновлення виробництва.

Поряд з тим лізинг має й певні недоліки: операції, пов'язані з лізингом, відрізняються значною складністю як щодо формулювання умов угоди, так і щодо документального її оформлення; лізингодавець повинен мати значний початковий капітал або стабільне джерело коштів; лізингоодержувач програє на підвищенні залишкової вартості лізингового майна, зокрема через інфляцію; вартість лізингу вища, ніж ціна покупки, позички, оскільки ризики зносу об'єкта лізингу несе лізингодавець, який закладає їх у вартість лізингу.

У світовій банківській практиці також широко застосовується факторинг як самостійна форма короткострокового кредитування зовнішньої торгівлі.

Операція *факторингу* (від англ. factor – агент, посередник) пов'язана з переуступкою експортером факторинговій організації неоплачених імпортером платіжних вимог за відвантажені товари та надані послуги, і відповідно права отримання за ними платежу. Інакше кажучи, фактор купує платіжні вимоги експортера, а потім сам отримує за ними платіж від імпортера.

У факторингу беруть участь три сторони: фактор (спеціалізована установа, спеціальний відділ комерційного банку); постачальник; покупець.

### **Види факторингу:**

**1. Конвенційний**, який є комплексною системою обслуговування клієнта і зосереджує в собі бухгалтерські, юридичні, консультаційні та інші послуги. Фактично за клієнтом зберігаються лише виробничі функції;

**2. Конфіденційний**, що обмежується тільки дисконтуванням

рахунків-фактур. Переваги цього виду факторингу для клієнта полягають у тому, що він є більш незалежним від банку.

За ступенем інформованості дебітора відрізняють **відкритий** і **закритий** факторинги. При відкритому факторингові дебітор сповіщений про те, що в угоді бере участь факторинговий відділ. У випадку ж закритого факторингу дебіторові не повідомляють про наявність факторингового договору.

Факторингова послуга може надаватись банком як в поєднанні з фінансуванням, так і без фінансування. При **факторингу без фінансування** клієнт подає фактору документи, що підтверджують відвантаження товару, а фактор зобов'язується отримати на користь клієнта грошові кошти. Тобто роль фактора зводиться до інкасування фінансових документів. **Факторинг з фінансуванням** полягає в тому, що фактор купує рахунки-фактури клієнта і виплачує йому грошові кошти у розмірі 70-90% від суми боргу. Залишок суми банк утримує як компенсацію ризику до погашення боргу та повертає після погашення боргу. У договорі може передбачатися *право регресу*, що передбачає повернення фактором клієнту несплачених покупцем розрахункових документів з вимогою повернення коштів.

Послідовність здійснення факторингової операції зображено на рис. 8.2. Вона починається з відвантаженням постачальником товарів покупцеві (1), останній акцептує боргові вимоги за товари (2), постачальник пред'являє ці вимоги фактору (3), який вивчає їх та, у разі позитивного результату, укладає договір факторингу (4). Після цього банк перераховує продавцю 70-90 % від суми боргових вимог (5), а у визначений час виставляє їх для оплати покупцеві (6). Після їх оплати (7) банк-фактор перераховує продавцю залишок коштів за мінусом плати за факторингове обслуговування (8).

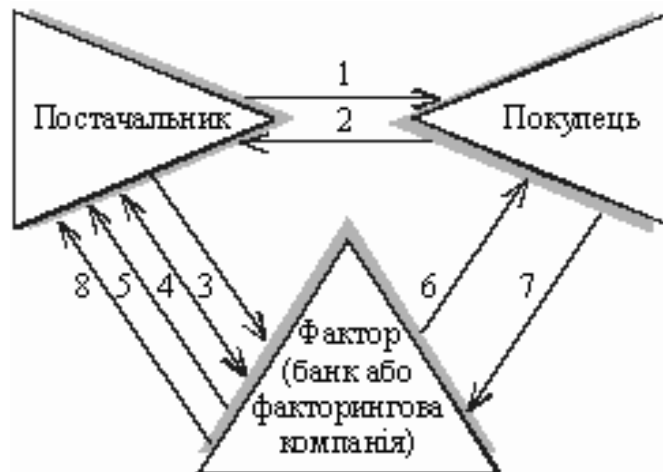


Рис. 8.2. Етапи здійснення факторингової операції

*Використання факторингу постачальником дає йому змогу: прискорити одержання грошових коштів за відвантажені товари; зменшити ризик появи сумнівних боргів; поліпшити процес інкасування боргів; оперативно одержати від фактора кредит; зменшити витрати, пов'язані з інкасацією боргів. Недоліком факторингу для постачальника є вища вартість цієї операції порівняно зі звичайним кредитом.*

*Здійснення факторингових операцій дає змогу фактору, зокрема, поліпшити обслуговування клієнтів та залучити нових, збільшити і диверсифікувати джерела доходів. Основним недоліком факторингу для фактора є високий ризик цієї операції. Для мінімізації ризику фактор здійснює лімітування кредитної заборгованості постачальника, встановлює ліміти відвантаження товарів конкретному платникові, страхує окремі угоди тощо. З переваг, що отримує внаслідок використання факторингу клієнт банку, впливають і вигоди для його контрагентів – вони дістають можливість співпрацювати з продавцем на умовах товарного кредиту, збільшуючи таким чином обсяги закупок без залучення додаткового капіталу.*

Операцією, подібною до факторингу, є форфейтинг, який, на відміну від факторинга, є одноразовою операцією, пов'язаною зі стягненням коштів шляхом перепродажу придбаних прав на товари і послуги.

**Форфейтинг** – це купівля боргу, вираженого в оборотному документі, у кредитора на безобіговій основі. Це означає, що покупець боргу (форфейтер) бере на себе зобов'язання про відмову від звернення регресивної вимоги до кредитора за неможливості одержання коштів у боржника.

**Суб'єктами** форфейтингової операції є: експортер (продавець); імпортер (покупець); форфейтер (банк); гарант.

Форфейтингу властиві такі **характерні ознаки**:

– взаємозв'язок із зовнішньоторговельними операціями, зокрема, з реалізацією машин, обладнання та інших товарів інвестиційного призначення;

– договори форфейтингу укладаються переважно у вільноконвертованих валютах;

– основними документами, що застосовуються при здійсненні форфейтингових операцій, є векселі – прості та переказні;

– кредитування здійснюється на середньостроковій основі, як правило, на строк від шести місяців до п'яти років, а в деяких випадках — до семи років;

– дисконтування відбувається на основі фіксованої процентної ставки.

При форфейтуванні продавець вимоги, наприклад, переказного векселя, захищає себе від будь-якого регресу включенням у індосамент слів “без обороту”. Продавцем векселя, що форфейтується, зазвичай є експортер. Він акцептує його в якості платежу за товари чи послуги і прагне передати усі ризики і відповідальність за інкасування форфейтеру (тобто банку, що обліковує векселя) в обмін на негайну оплату готівкою. Якщо імпортер не є першокласним позичальником, що користується безсумнівною репутацією, будь-яка заборгованість, яка форфейтується, обов'язково повинна бути гарантована у формі авалю або банківської

гарантії, прийнятної для форфейтера.

Удаючись до форфейтингу, *експортер має такі переваги*: можливість одержання грошових коштів відразу після відвантаження продукції або надання послуг, що поліпшує його ліквідність; при купівлі векселів застосовується фіксована облікова ставка, тобто дисконт протягом усього строку кредитування не змінюється; відсутність ризиків, оскільки експортер продає боргові вимоги на безповоротній основі; відсутність витрат часу та коштів на управління боргом; простота документації та оперативність її оформлення; робить зайвим експортне страхування. *До недоліків форфейтингу, з погляду експортера, можна віднести*: його високу вартість; вірогідність того, що експортер може не знайти гаранта або аваліста, який би задовольняв форфейтера.

Здійснення форфейтингових операцій дає *форфейтеру такі переваги*: простота та оперативність в оформленні документації; вища маржа, ніж при кредитуванні; можливість реалізації куплених активів на вторинному ринку. *До недоліків форфейтингу для форфейтера належать*: відсутність права регресу у разі несплати боргу; необхідність знання законодавства країни імпортера; необхідність нести ризики до погашення векселів; відповідальність за перевірку кредитоспроможності гаранта.

На відміну від операції факторингу, вартість якої визначається за методикою контокорентного кредитування, вартість форфейтування включає комісійну винагороду та дисконт. Ставка дисконтування залежить від багатьох факторів: кредитоспроможності боржника, наявного кредитного забезпечення, строків погашення зобов'язань, попиту та пропозиції на ринку форфейтингових послуг, середніх ставок на кредитному ринку.

Виходячи з міжнародної торгової і банківської практики, виділяють чотири основні форми розрахунків: авансовий платіж, інкасо, акредитив, банківський переказ і відкритий рахунок. Окремо виділяють розрахунки за



допомогою векселів та чеків, які є засобами платежу, за допомогою яких проходить реалізація основних розрахункових форм.

Кожна форма міжнародних розрахунків в тій чи іншій мірі пов'язана з ризиком для експортера й імпортера. Це залежить від багатьох факторів - від виду товару, ступеня взаємної довіри партнерів, їх платоспроможності, надійності банків, залучених до даної угоди і т. д. Тому кожен учасник угоди наполягає на тій формі розрахунків, яка являється для нього більш вигідною і менш ризикованою.

Форми міжнародних розрахунків різняться за розміром участі комерційних банків у їх проведенні: мінімальна участь банків спостерігається при банківському переказі (виконання платіжного доручення клієнта), більш значна – при інкасо (контроль за наданням, переказом товаророзпорядчих документів і видача їх платнику відповідно до інструкцій довірителя) і максимальна – при акредитиві (перевірка виконання бенефіціаром зазначених в акредитиві умов). Відповідно зростає забезпечення платежу для експортера: мінімально при банківському переказі за фактично поставлений товар, максимально – при акредитиві, який за своєю сутністю є грошовою гарантією оплати відвантаженого товару. Таким чином, форма розрахунків між сторонами контракту є своєрідним компромісом, у якому враховуються економічні позиції контрагентів, ступінь їх довіри одне до одного, економічна кон'юнктура тощо.

### **Питання для самоконтролю**

1. Поясніть сутність та особливості міжнародних розрахунків.
2. В чому відмінності акредитивної і інкасової форм розрахунків? В чому їх переваги і недоліки для імпортера та експортера?
3. Опишіть види акредитивів, що використовуються у міжнародній

торгівлі. Чим зумовлений вибір того чи іншого виду?

4. У яких випадках суб'єктами ЗЕД обирається авансовий спосіб розрахунків та платіж на відкритий рахунок?

5. Які операції з векселями проводяться комерційними банками?

6. Які правові основи використання чекової форми розрахунків?

7. Які існують форми фінансування ЗЕД підприємства?

8. Чому лізинг вважається формою кредитування? Яка послідовність дій при проведенні лізингової операції?

9. Назвіть спільні та відмінні риси факторингу та форфейтингу.

10. Назвіть ризики, що виникають при здійсненні міжнародних розрахунків.

## ТЕМА 9

### ФОРМИ ВИХОДУ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗОВНІШНІЙ РИНОК

Прагнення у підприємства розширити ринки збуту своєї продукції та відповідно збільшити фінансові результати своєї діяльності має супроводжуватися розробкою продуманого плану виходу зі своєю продукцією на зовнішні ринки. Одне із питань цього плану – як саме, в якій формі виходити на ці ринки? З чого ж саме полягає вибір?

У загальному вигляді – це вибір в межах таких оснївних варіантів: а) звичайний експорт товарів; б) розміщення власного виробництва (його частини) на території іншої країни; в) створення з іноземним суб'єктом відповідного спільного бізнесу на території іншої країни. Зазначимо, що ми назвали “базові” схеми, “базові” варіанти, – життя їх може модифікувати. Відповідні управлінські рішення на рівні підприємства – рішення, що фокусуються на здійсненні правильного, ефективного вибору. Досягається це непросто.

Аналіз основних складових таких рішень є предметом розгляду в рамках даної теми.

#### **9.1. Обґрунтування виходу підприємства на зовнішній ринок та основні управлінські підходи до його вибору**

Вихід підприємства на зовнішній ринок по-суті передбачає перевірку можливостей управлінської групи підприємства на здатність діяти в нових, скоріше за все, більше конкурентних умовах.

Зовнішні ринки є одночасно як складними, так і привабливими бізнес-середовищами. Привабливість насамперед полягає в місткості зовнішніх ринків, що створює значні перспективи (шанси) для підприємств.

Складність полягає в формуванні додаткові вимог до підприємств,

побудови управління, насамперед – маркетингового. Підприємство має забезпечити відповідність властивостей товару, його ціни, упаковки, дизайну, комунікаційних характеристик міжнародним стандартам, вимогам іноземних споживачів. Менеджери та весь персонал компанії мають на відповідному рівні організувати виробничий, збутовий, комунікаційний процес. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства потребує специфічних підходів до розробки стратегії, ведення конкурентної боротьби тощо.

**Аналітична робота** підприємства у сфері міжнародного маркетингу має дати відповіді на такі основні питання:

- наскільки є доцільним вихід підприємства на міжнародний ринок взагалі, які цілі потрібно ставити при цьому;
- які шанси може отримати підприємства та які ризики можуть виникнути;
- на який саме зовнішній ринок доцільно виходити;
- яку продукцію можна запропонувати споживачам на іноземному ринку - існуючу чи нову;
- яким способом краще вийти на обраний ринок, завоювати свого споживача, забезпечити дистрибуцію;
- яку маркетингову стратегію потрібно розробити (вибрати), як побудувати інструменти операційного маркетингу для того, щоб досягти поставлених цілей на іноземному ринку.

**Маркетингове забезпечення** зовнішньоекономічної діяльності підприємства включає:

- аналіз основних параметрів зовнішніх ринків, їх динаміки та тенденцій розвитку;
- з'ясування особливостей конкурентної боротьби на визначеному ринку, стану конкурентного середовища;
- аналіз поведінки споживачів та інших важливих факторів

маркетингового середовища діяльності;

- розробку маркетингової стратегії виходу на іноземний ринок;
- визначення основних маркетингових рішень операційного характеру – товарна, цінова, збутова, комунікаційна політика.

Загальною метою, з якою підприємства виходять на зовнішні ринки, є збільшення фінансових результатів діяльності, насамперед обсягів прибутку. Нові ринки – це нові групи споживачів, нові групи суб'єктів попиту на продукцію компанії. Вони є новими потенційними постачальниками грошей для компанії в обмін на її продукцію (послуги). Приріст результатів через включення нових ринків може позначитися й на якісних показниках діяльності компанії – зокрема, на рентабельності. Позитивні зміни в рентабельності можуть досягатися: а) через ефект масштабу; б) через різницю між зовнішніми та внутрішніми цінами.

Нові можливості в прибутковості є кінцевим баченням доцільності виходу на зовнішні ринки. Ці можливості є перспективою **подолання тих обмеженостей**, які сформувалися для підприємства на внутрішньому ринку, а саме:

1. Обмеженість внутрішнього ринку за показником його місткості. Остання може мати й позитивну динаміку, але все рівно темпи приросту як правило не дають можливості сподіватися за значні зміни..

2. Стан внутрішнього ринку, наявність факторів, що підштовхують до звертання уваги на зовнішні ринки: рівень конкуренції та насичення ринку товарами; посилення рівня конкуренції; рівень подтакового навантаження, особливості регуляторної діяльності держави в цілому.

3. Залежність компанії виключно від ринку своєї країни, від сезонних коливань внутрішнього попиту тощо.

4. Залежність підприємства від певних умов ресурсного забезпечення, що позначається на собівартості продукції, структурі його фінансових результатів.

5. Вихід певних товарів компанії на заключні фази своїх життєвих циклів, відсутність внутрішніх можливостей для продовження циклів.

6. Існування в країні певної системи оподаткування підприємств, що може програвати за своєю вигідністю для підприємств у порівнянні з іншими країнами.

7. Залежність від певних умов та інфраструктури збуту продукції, що не є достатньо прийнятними для підприємства.

8. Існування ризиків коливань курсу національної валюти, відчутної залежності підприємства від цього параметру.

9. Існування значних тарифних та нетарифних бар'єрів.

Рішення підприємства про вихід на зовнішні ринки є достатньо складним рішенням. Даний проект завжди буде містити ризики, загрози втрат. Ці ризики неминуче змушують власників і менеджерів підприємства зважувати доцільність виходу, сумніватися щодо правильності такого кроку. Покажимо те, що може викликати **сумніви, появу контраргументів**:

1. Рівень прибутку, який може бути отриманий на іноземному ринку. Він може виявитися по факту непереконаливим – з різних причин.

2. Якщо знадобиться модифікація товару для іноземного ринку, то вона може виявитися доволі витратною.

3. Вхідження на іноземний ринок може вимагати значних коштів.

4. Можливі зміни в баченні іноземного уряду системи функціонування внутрішнього ринку, міри впливу на нього імпортованих товарів.

Наскільки швидко підприємство може здійснити вихід на зовнішній ринок? Однозначної відповіді немає, впливає багато контрактних факторів. Але в більшості випадків проникнення на зовнішній ринок має поступовий характер. Потрібен час, потрібне набуття певного досвіду, потрібне напрацювання контактів із зарубіжними партнерами тощо. Скоріше за все,

підприємству доведеться пройти декілька етапів щодо завоювання (адаптації) зовнішнього ринку (ринків), кожен з яких має свої особливості. Проаналізуємо можливі основні **можливі (типові) періоди для підприємства** в цьому процесі:

1. Період початкового (пробного) експорту товару. Відбувається своєрідна практична розвідка зовнішнього ринку через поставку товару на нього. Експортний успіх на окремому ринку може стимулювання проведення «експортних розідок» й на інших ринках.

2. Період інтенсифікації експорту товару. Початковий експорт виявився достатньо вдалим. Підприємство спрямовує додаткові зусилля та кошти на збільшення масштабів експорту. Зовнішньоекономічні відносини підприємства набуває нового, більш розвиненого стану.

3. Період динамічних експортних успіхів. Підприємство суттєво нарощує свою присутність на зовнішньому ринку. Вдосконалюється система збуту продукції, ефективніше будуються відносини з посередниками, вдосконалюється система їх мотивації, вдосконалюється товарна, цінова, комунікаційна політика підприємства. Тобто комплекс маркетингових інструментів задіюється на всю потужність.

4. Період “зміни бізнес-акцентів”. Зовнішні ринки за своїм значенням в результатах діяльності компанії починають домінувати над значенням внутрішнього ринку.

5. Період “стратегічних змін”. Підприємство визначає зовнішні ринки своїм абсолютним пріоритетом. При цьому кількість зовнішніх ринків, на яких працює компанія, стає достатньо значною. Підприємство стає “глобальною” компанією.

Зрозуміло, що зазначена періодизація далеко не для кожного підприємства пристосовується. Але в цілому вона достатньо точно передає можливу динаміку експортних досягнень підприємства – “ідеальну траєкторію” зовнішньоекономічного розвитку. Прагматичний підход має

оцінювати можливості компанії, в багатьох випадках можливо й взагалі не доцільно ставити питання про освоєння “ідеальної траєкторії”.

Але всі компанії об’єднує щонайменше один важливий момент: вибір іноземного ринку є надзвичайно відповідальним управлінським рішенням. Відповідне управлінське рішення є поєднанням оцінки шансів та ризиків виходу на зовнішній ринок.

Можна певним чином узагальнити, типізувати ті управлінські підходи, які зустрічаються щодо вибору зовнішнього ринку (рис. 9.1).

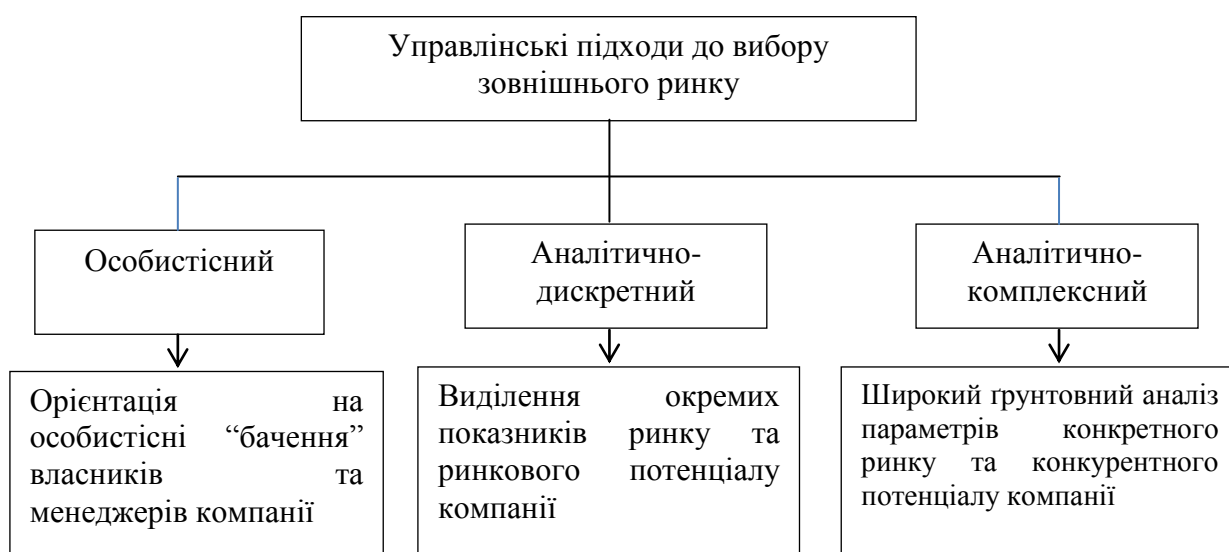


Рис. 9.1. Управлінські підходи до вибору зовнішнього ринку та особливості їх застосування

До таких **управлінських підходів** можна віднести:

1. *“Особистісний” (“суб’єктивний”) підхід.* Тут при прийнятті управлінських рішень щодо виходу підприємства на зовнішній ринок переважають, домінують особистісні “бачення” власників і менеджерів підприємства. Особистісні “бачення” ґрунтуються на баченні, досвіді, емоціях, інтуїції, психологічному типі управлінця тощо. Напевно цей підхід має умовну перевагу – він мінімізує витрати часу та ресурсів на підготовку відповідного рішення. Ризики – переважання “особистісного бачення” над обґрунтуванням рішень. Напевно, в чистому вигляді “особисте бачення” не



існує в управлінській практиці, скоріше за все воно може домінувати над “обґрунтуванням аченням”.

Найбільш поширеними *причинами застосування* “особистісного” підходу є:

- наявність «відповідного» бачення потенціалу країни, її досягнень;
- знайомство з бізнесменами які здійснили успішні виходи на відповідні іноземні ринки;
- наявність відповідних пропозицій від закордонних бізнесменів;
- амбіційні прагнення вийти на новий, можливо дуже престижний, ринок;
- бажання диверсифікувати підприємницьку діяльність та розміщення активів за рахунок різних юрисдикцій та географічних територій.

2. *Аналітично-селективний підхід* передбачає проведення ґрунтовної аналітичної роботи щодо ринку та потенціалу компанії. Він передбачає виділення та оцінку ряду найбільш важливих для підприємства відповідних показників. Успішність використання цього підходу багато в чому залежить від правильного вибору саме набору відповідних показників – вони мають бути правильно відібраними, об’єктивно розрахованими, характеризувати динаміку важливих ринкових та інших процесів. Загальними вимогами є вимоги щодо надійності, валідності, повноти інформаційної бази. Кожна компанія по-своєму формує систему оціночних показників, але найчастіше для обґрунтування рішення щодо вибору певного іноземного ринку за аналітично-селективного підходу використовують такі *показники та критерії*:

- місткість ринку;
- динаміка місткості ринку;
- потенціал ринку;
- доступність ринку;

- рентабельність ринку;
- власні конкурентні переваги;
- ризики рину.

3. *Аналітично-комплексний підхід* передбачає введення в аналіз широкого кола параметрів, що характеризують ринок та відповідний потенціал підприємства. Інколи цей підхід називають найбезпечнішим, оскільки вважається що він найбільшою мірою мінімізує ризик від виходу підприємства на ринок, підвищує аналітичну якість та обґрунтованість управлінського рішення. Одночасно він потребує більше зусиль щодо збору інформації, проведення досліджень, більше часу. Тому можливо саме ці обставини обумовлюють переключення уваги все ж таки на дискретний спосіб.

Треба зазначити, що ідея комплексного підходу до обґрунтування вибору зарубіжного ринку полягає у широкому аналізі умов та показників, які мають не тільки економічний характер, але й передбачають певні оцінки політико-правових, соціально-культурних, демографічних та інших процесів.

Напевно в кожній компанії може по своєму будуватися відповідний аналітичний матеріал. Але якщо давати узагальнену картину, то скоріше за все аналітичні розробки будуть включати::

- перелік відповідних показників (критеріїв);
- кількісні значення показників;
- динаміка кількісних показників;
- можливо, вага кожного показника для визначення інтегрального показника привабливості ринку.

Порівняльний аналіз ринків (країн) за обраною методикою оцінювання надає можливість побудувати пріоритетні оцінки, запропонувати пріоритетні напрями діяльності.

Аналізуючи різні рейтингові підходи, можна зазначити, що досить

часто для **аналізу привабливості ринку** тієї чи іншої країни використовують такі *параметри*:

- політична стабільність, умови та інфраструктура бізнес-середовища;

- макроекономічні показники країни (ВВП, ВВП на душу населення тощо);

- показники зовнішньої заборгованості країни, динаміка валютного курсу:

- стан та ефективність захисту прав інвестора, прав власника бізнесу;

- кваліфікація та рівень оплати трудових послуг

В цілому, треба зазначити існує чимало міжнародних організацій, які створюють відповідні рейтинги країн, ринків. Набір показників в них відрізняється. Досить часто експерти цих організацій намагаються й робити прогностичні рейтинги, тобто з урахуванням найближчих перспектив національної економіки. Як правило, в прогностичних оцінках береться до уваги економічні ризики, стабільність національної валюти, стан показників макродинаміки, рівень зайнятості, показники на душу населення, доходи тощо. При цьому менеджери мають пам'ятати, що прогнози – то тільки прогнози. Не більше того.

## **9.2. Вибір зовнішнього ринку та варіанту виходу підприємства на нього**

Застосування тих чи інших управлінських підходів важливе з точки зору проведення якісної аналітики в питанні конкретного вибору зовнішнього ринку. Як правило, то підприємство, яке ставить питання про вихід на іноземний ринок має вже певний досвід роботи на внутрішньому ринку. В цілому, треба зазначити, що підприємства, особливо великі та середні, завжди будуть шукати можливості виходу на зовнішні ринки. При цьому важливо усвідомлювати те, як це може відбуватися, в які способи

підприємство можна входити та закріплюватися на зовнішніх ринках.

Кожне підприємство має свої особливості виходу на зовнішні ринки. Можна спробувати передати основні, **типові етапи** процесу управлінської діяльності, пов'язаної з виходом підприємства на зовнішній ринок (рис. 9.2).

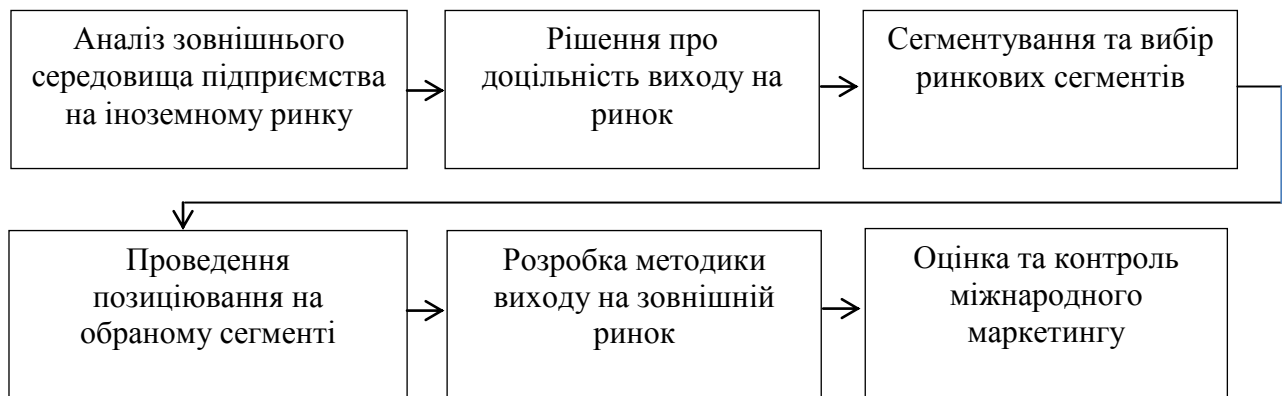


Рис. 9.2. Основні етапи управлінської діяльності, пов'язаної з виходом підприємства на зовнішній ринок

Аналіз зовнішнього середовища підприємства на іноземному ринку є початковим етапом розробки програми його виходу на зовнішній ринок. Доцільно зібрати та обробити важливу інформацію щодо рівня економічного розвитку країни, особливостей системи регулювання зовнішньоекономічної діяльності в ній, політичну систему, стан освіти, культурні та релігійні традиції, менталітет, кліматичні та географічні особливості тощо.

Вибір країни виходу на ринок повинно мати своє продовження в побудові управлінського аналізу: далі потрібно провести сегментування вибраного ринку, обрати “найкращі” сегменти та розробити програму позиціонування компанії та її товарів на відповідному зовнішньому ринку. Це комплекс основних стратегічних питань міжнародного маркетингу.

**При виборі привабливого сегменту (сегментів) ринку** підприємство може користуватися наступними риночними критеріями:

- місткість сегменту;
- рентабельність у сегменті;
- динаміка місткості сегменту;
- особливості конкуренції в сегменті;
- ключові цінності споживачів.

Одночасно підприємство має врахувати власні можливості:

- інвестиційні ресурси;
- період виходу на прибутковість;
- собівартість продукції;
- кваліфікаційні можливості персоналу тощо.

Після прийняття стратегічних зовнішньоекономічних рішень компанія має вибудувати відповідних комплекс оперативного маркетингу. Вибір його наповнення може мати наступні варіанти: 1) використання типового для компанії комплексу маркетингу – в сфері товарної, цінової, комунікаційної політики. Такий підхід призводить до мінімізації витрат, оскільки не приносить великих змін); 2) розробка та використання індивідуалізованого комплексу маркетингу (адаптація сукупності інструментів маркетингу до певного цільового ринку).

Управління міжнародним маркетингом залежно від стратегії виходу підприємства на зовнішній ринок може мати такі *організаційні підходи*:

- управління через власний підрозділ зовнішньоекономічної діяльності;
- управління через утворену іноземну філію (дочірнє підприємства) своєї компанії;
- делегування управління створеному з іноземним партнером спільному підприємству.

Отже, з врахуванням ризику, який властивий діяльності на міжнародному рівні, підприємству необхідно приймати рішення в області міжнародного маркетингу комплексно, послідовно та своєчасно.

Після вибору найбільш адекватного для підприємства іноземного ринку постає питання про форми присутності на цьому ринку, а отже, і спосіб виходу на нього. Останнє питання є стратегічним, відповідь на нього має даватися в процесі розробки плану стратегічного маркетингу для зовнішньоекономічної діяльності компанії. **На вибір рішення** про спосіб виходу на зовнішній ринок впливає ряд обставин як зовнішнього, так і внутрішнього походження:

- особливості ринку – відкритий чи закритий, стан інфраструктури, рівень інформаційно-технологічного розвитку;

- особливості товарної пропозиції – властивості продукції, орієнтація на певний сегмент, з технічним обслуговуванням чи без нього, логістичні умови;

- особливості функціонування підприємства – особливості поставлених цілей, наявність чи відсутність досвіду дій в умовах іноземного ринку, ресурсний потенціал (технології, фінанси, кадри, виробничі потужності тощо).

Вибір способу виходу на зовнішній ринок залежить від ряду факторів – мети підприємства, масштабів діяльності, властивостей товару й можливостей організації дистрибуторської мережі. Береться до уваги й термін виходу на прийнятні обсяги реалізації та фінансових результатів, витрати витрати на організацію каналів збуту, наявність підготовленого персоналу та інші умови. **Загальними компонентами (складовими) вибору способу виходу** на зовнішні ринки можна назвати, зокрема, такі:

- спосіб інвестування;
- загальний рівень витрат;
- очікуваний період окупності інвестицій;
- довготривалі перспективи;
- рівень ризику;
- бар'єри виходу з ринку.

До основних **способів виходу** підприємства на зовнішній ринок можна віднести такі:

- експорт товарів;
- організація спільної підприємницької діяльності;
- здійснення прямого зовнішнього інвестування.

Зазначимо, що вибір способу виходу на зовнішній ринок є дуже відповідальним рішенням. Воно потребує ґрунтовної аналітичної, оціночної роботи.

### **9.3. Експорт товарів як традиційна форма виходу підприємства на зовнішній ринок**

**Експорт товарів** – традиційний й, напевно, умовно найпростіший спосіб виходу підприємства на зовнішній ринок.

За таких умов підприємство здійснює виробничий процес у звичних умовах, на території своєї країни. При цьому сам експортний товар може бути ідентичним внутрішньому товару або бути модифікованим спеціально під експортний ринок. Така форма зовнішньоекономічної діяльності має свої переваги, зокрема:

- може не потребувати змін у товарному асортименті підприємства, або ці зміни будуть носити мінімальний характер;
- потребує найменших інвестиційних витрат;
- формує найменші ризики при вході та відносно легкий вихід з ринку.

Експортну діяльність підприємства можна класифікувати за різними однаками. Так, за інтенсивністю, стабільністю здійснення експортних операцій розрізняють нерегулярний і регулярний експорт.

*Нерегулярний експорт* – це певною мірою спонтанний спосіб ведення зовнішньоекономічної діяльності. Підприємство час від часу

експортує якісь партії свого товару через оптову інфраструктуру іноземного ринку. *Регулярний експорт* виникає при стабільному за часом та за масштабами постачанням товарів на іноземний ринок.

З побудовою каналів експортного збуту продукції експорт можна поділити на прямий та непрямий. За *непрямого експорту* підприємство користується послугами торговельних посередників, а за *прямого* проводить торговельні операції самостійно.

Непрямий експорт можливо є більш типовим, більш поширеним, ніж прямий. Підприємства, що здійснюють експортну діяльність, досить часто використовують непрямий експорт. Чому так? По-перше, такий експорт потребує меншого обсягу капіталовкладень, оскільки підприємству не доводиться створювати за кордоном власну торговельну інфраструктуру. По-друге, підприємство менше ризикує. В систему ризиків включаються торговельні посередники, які застосовують у цій діяльності специфічні професійні знання, уміння і послуги, що є попередньо адаптованими для даного іноземного ринку.

**Використання торговельних посередників при експорті** товарів може мати як позитивні моменти, так і певні *проблемні моменти*:

- певна ізолюваність підприємства-постачальника від ринку, відсутність первинної інформації про реакцію споживачів на товар;
- формування залежності експортера від торговельних посередників;
- можливість появи недостатньої мотивації у посередників;
- невдалий вибір посередника.

Непрямий експорт, тобто співпраця з торговельними посередниками, має різноманітні *форми*, зокрема:

- використання дистриб'юторської мережі, яка належить суб'єкту іншої країни. Таку систему збуту підприємство використовує тоді, коли його потенціал є недостатнім, щоб ефективно діяти самостійно на зовнішньому ринку;



– укладання договору фрайнчайзингу. Експортна франшиза такий спосіб поширення бізнесу, за якого компанія-франчайзі (розташована в іншій країні) купує у компанії-фрайчайзера право на виробництво товарів за певною технологією, право на їх продаж під трендом франчайзера тощо;

– можливість існування різноманітних форм відносин з торговельними посередниками. Використання останніх здається в багатьох випадках є просто неминучим кроком.

Зазначмо, що існує чимало підходів до класифікації торговельних посередників. Зокрема, до **основних видів посередників**, що працюють у сфері зовнішньої торгівлі, можна віднести:

– агенти із закупівлі – виконують доручення покупця знайти за кордоном товар з певними властивостями та ціновими параметрами, з конкретним терміном постачання;

– агенти з продажу – виконують доручення експортера вивчити ринок, продати товар, сприяти своєчасним та повним розрахункам. При цьому комісійний агент не стає власником товару, працює за відповідний відсоток. Комерційний посередник стає власником товару, отримує дохід як різницю між ціною продажу та закупівлі товару;

– імпортер-дистриб'ютор укладає відповідний контракт з експортером, як правило, отримує особиві умови продажу товару (визначений географічний ринок, знижки, маркетингова підтримка тощо).

**Прямий експорт (збут)** передбачає прямий продаж продукції компанією через власний торговий персонал. Прямий експорт можна назвати певною спокусою для компанії, тому що через нього вона хоче збільшити свої фінансові результати. Тобто в цьому випадку не потрібно віддавати частину грошей торговельним посередникам. Організація прямого експорту може здійснюватися за допомогою:

– міжнародного відділу компанії, що вирішує всі питання з просування товару на зовнішній ринок;

– торгового представника компанії, який знаходиться в країні збуту продукції й працює виключно на своє підприємство;

– представництва – спеціальної групи, яка постійно працює за кордоном й має завдання просування товару, укладання угод на продаж, здійснення контролю за їх виконанням.

Питання прямого експорту є достатньо складним і неоднозначним. В кінцевому рахунку все залежить від конкретної компанії, конкретного продукту, конкретного ринку.

#### **9.4. Спільна підприємницька діяльність та пряме зовнішнє інвестування**

**Спільна підприємницька діяльність.** Ця напевно більш складна стратегія виходу підприємства на зовнішній ринок, яка ґрунтується на поєднанні активів даного підприємства з активами бізнес-партнерів – підприємств відповідної країни - з метою створення виробничих і збутових потужностей в цій країні. На відміну від експорту при спільній підприємницькій діяльності формується підприємницьке партнерство, за кордоном створюються відповідні виробничі потужності спільної власності.

Зазначимо, що законодавство окремих країн може передбачати присутність на їхньому ринку товарів іноземної компанії лише за умов укладання партнерських договорів з місцевими фірмами про виробництво товарів саме у цій країні. Навіть ринково розвинені країни можуть чинити тиск на експортерів, щоб вони створювали спільні виробництва.

Так зване *ліцензування (передача, надання прав)* є одним із найпростіших шляхів виходу на зовнішній ринок. Наприклад, доволі поширеною формою таких відносин є франчайзингова угода. Франчайзер укладає із закордонним партнером-франчайзі угоду, передаючи права на

використання технології, бренду, патенту, торгового секрету в обмін на відповідний дохід та певні зобов'язання. Франчайзер одержує вихід на ринок з мінімальним ризиком, а франчайзі не доводиться починати з нуля, тому що він відразу набуває виробничого досвіду, пропонує товар споживачів під відомою торговельною маркою, отримує відповідні консультації тощо. Використання передачі прав при спільній підприємницькій діяльності має різні мотиви. Економічні мотиви полягають у тому, що ліцензіар знижує ризики інвестування в створення виробництва в іншій країні, ризики невдалої бізнес-діяльності, ризики конкуренції та інші. Великі підприємства з диверсифікованим виробництвом, формуючи свою маркетингову політику, зосереджують зусилля на сильних та вигідних сторонах своєї діяльності, на певних аспектах створення товару, виробничого та збутового процесу. Використовуючи ліцензійну (договірну) діяльність вони оптимізують свої бізнес-процеси та зосереджуються на забезпеченні конкурентоспроможності.. Напевно, саме в цьому полягає стратегічний мотив ліцензійної угоди. Інші мотиви, скажімо політико-правові, мають місце тоді, коли в певних країнах встановлюються бар'єри щодо придбання іноземцями власності в країні-реципієнті або відсутній захист іноземної власності. Для зазначеного способу є характерним:

- наявність патентно-ліцензійного продукту або ноу-хау;
- можливість достатньо швидкого виходу на новий (іноземний) ринок;
- обмежені інвестиційні витрати.

Однак ліцензування, відповідні договірні відносини мають й свої недоліки: так, зокрема підприємство має менший контроль над компанією-ліцензіатом, ніж над своєю структурою (філією, дочірнім підприємством тощо). До того ж, у випадку значних бізнес-успіхів ліцензіата, ліцензіар по суті втрачає потенційні прибутки. Тобто одним із ризиків такого способу

виходу на зовнішній ринок є ризик створення для себе потенційного конкурента у майбутньому. Передаючи права на об'єкт ліцензійної угоди, підприємство обмежує свій контроль над певними своїми активами. Тому в контракті намагаються достатньо чітко передбачити ряд важливих обставин:

- умови припинення договірних відносин;
- порядок перевірки технологій та якості товарів;
- зобов'язання щодо витрат на створення системи збуту;
- географічні межі дії;
- умови використання ноу-хау, переданого за угодою;
- збереження конфіденційності інформації, що міститься в угоді.

Але в будь-якому випадку треба розуміти, що ризики будуть мією чи іншою мірою присутніми завжди.

Іншим варіантом стратегії спільної підприємницької діяльності за кордоном є **виробництво за відповідною угодою**, тобто укладання угоди з місцевим бізнесом на випуск товару (можливо не в остаточно готовому вигляді). Причини, що зумовлюють появу інтересу у підприємства до такого способу виходу на зовнішній ринок:

- обмеженість виробничих потужностей на території власної країни;
- складність доставки товару, високі транспортні витрати;
- бажання досягти економії на певних елементах витрат;
- суттєві митно-тарифні та нетарифні обмеження.

Варіант розміщення частини виробництва за рубежем за контрактом може мати різні модифікації. Зокрема, значного поширення набуло перенесення за кордон виробництва комплектуючих. Не менш поширеною є переробка давальницької сировини – толінгові операції. Відбувається постачання матеріалів, напівфабрикатів і компонентів за кордон, там вони обробляються, монтуються, а потім відбувається реімпорт готової продукції.

Цей спосіб виходу на зовнішній ринок також має певні недоліки. Зрозуміло, що підприємство втрачає певні важелі контролю за процесом виробництва. Однак такий спосіб дає підприємству можливість розгорнути свою діяльність на зовнішньому ринку швидше, зі меншим ризиком і з наявними можливостями подальшого закріплення на території даної країни.

Ще одним способом виходу на зовнішній ринок, що відносять до стратегії спільної підприємницької діяльності, є **управління за контрактом**. За такого способу підприємство передає іноземному партнеру “ноу-хау” у сфері управління, а той залучає необхідний капітал. Тобто підприємство експортує не товар, а по-суті насамперед управлінські послуги. Формою такого експорту може, зокрема, бути надання консультаційного супроводу іноземній компанії. Безумовно ця форма є привабливою для експортера послуг – ліквідується потреба в прямих інвестиціях. Підприємству, що надає такі послуги, контракти допомагають мінімізувати ризики втрати капіталу, недотримання прибутку тощо.

Управління за контрактом широко застосовується у країнах, що розвиваються, - вони мають відповідний капітал, певний персонал, але не мають “ноу-хау” і кваліфікованих співробітників. Зазначимо, що пропозиції щодо кооперації за участю закордонного капіталу в окремих країнах можуть відхилятися через політичне побоювання іноземних інвесторів. Але треба звертати увагу на те, що партнерські угоди в сфері менеджменту вони не можуть бути розраховані на дуже тривалий період, завжди є мотивація до більш активного використання місцевих управлінців.

Цей спосіб виходу на зовнішній ринок характеризується мінімальним ризиком і можливостями отримання доходу із самого початку діяльності. Але для виходу на зовнішній ринок підприємству, як правило, необхідно мати достатній штат кваліфікованих управлінців, окрему частину яких можна “експортувати”. Зрозуміло, що використання цього

способу є недоречним тоді, коли самостійне ведення всього бізнесу принесе підприємству, що виходить на зовнішній ринок, набагато більші фінансові результати. Крім того, управління за контрактом на якийсь час відволікає увагу підприємства від питання (можливості) розгорнути повноцінний власний бізнес у цій країні.

Ще одним способом проникнення на зовнішній ринок є **створення спільного підприємства** (підприємства спільного володіння). Таке підприємство виступає результатом об'єднання зусиль закордонних і місцевих інвесторів з метою створення на відповідній території нової бізнес-структури. Володіння та управління таким підприємством здійснюється спільно. Існують різні шляхи заснування такого підприємства: а) придбання частки акцій (корпоративних прав) в місцевому підприємстві; б) місцеве підприємство може купити собі частку корпоративних прав у вже існуючому місцевому підприємстві закордонної компанії; в) обидві сторони можуть спільними зусиллями створити нове підприємство. В цілому основними особливостями цього способу є:

- потребує напевно помітних інвестиційних витрат;
- формування підприємницької та управлінської залежності;
- має високу ймовірність виникнення конфліктів з партнерами;
- передбачає доволі складну процедуру виходу з ринку.

Створення підприємства спільного володіння може виявитися доцільним управлінським кроком з різних економічних або інших мотивів. Зокрема, досить поширеною є ситуація, коли підприємство відчуває брак ресурсів (фінансових, матеріальних, людських) для реалізації проекту виходу на зовнішній ринок самостійно. Можуть існувати й ситуації, коли привабливі ринки є доволі захищеними від проникнення на них товарів з інших країн, тобто політика держави має протекціоністський характер. В цьому випадку виникає необхідність розглянути питання щодо входження на ринок не через рух товарів, а через рух капіталу.

Цей спосіб, як і інші, не позбавлений недоліків. Партнерство завжди містить ризики непорозумінь – за багатьох питань. Це реальність бізнес-партнерств. Наприклад, партнери можуть мати різні погляди щодо розподілу прибутку – реінвестування чи виплати дивідендів. Якщо підтримати обидва напрями, то яка має бути пропозиція розподілу? Складним може бути питання кадрового бачення, зокрема на рівні топ-менеджменту а також інші.

**Пряме незалежне інвестування.** Чимало підприємств-суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності з часом відкривають за кордоном власні дочірні підприємства, філії тощо для виробництва товарів, призначених для пропонування на іноземному ринку. Цей спосіб виходу на зовнішній ринок передбачає інвестування коштів у створення на території іншої країни власних складальних або виробничих структур. Таким чином фактично відбувається інтеграція підприємства в економіку іншої країни. Таке стратегічне рішення підприємства орієнтована на отримання більшої вигоди – поточної та перспективної, ніж здійснення експорту продукції.

*Основними особливостями виходу підприємства на зовнішній ринок через спосіб прямого іноземного інвестування є такі:*

- скоріше за все, найзначніші інвестиційні витрати;;
- використання тільки власного або залученого під власні зобов'язання капіталу, компанія не використовує партнерського капіталу;
- можливість проведення виключно самостійного контролю за бізнесом;
- самостійне вирішення всіх питань організації бізнесу на території іншої країни.

*Створення філії (дочірнього підприємства) за кордоном є формою прямого інвестування в економіку відповідної країни. Обираючи цей варіант дій компанії може виходити з таких мотивів:*

- бажання використати різницю в умовах придбання певних товарів

та послуг (наприклад, робочої сили, сировини тощо). В цьому випадку мова йде про пошук шляхів мінімізації витрат, собівартості для того, щоб підсилити свої конкурентні позиції за ціною;

– бажання провести вертикальну інтеграцію – з метою посилення власного контролю за системою ресурсного забезпечення підприємства або за системою збуту продукції;

– необхідність максимального наближення до цільового ринку, до відповідних сегментів споживачів;

– бажання використати режими пільгового оподаткування, інших преференцій, які можуть створюватися відповідними іноземними державами на своїх територіях.

Зрозуміло, що можуть існувати й не тільки чисто економічні мотиви руху капіталу за кордон.

В цілому, ця стратегія виходу на зовнішній ринок є одночасно як достатньо цікавою, так і складною. Цікавою – в плані отримання економії на собівартості, на оподаткуванні й, відповідно, покращення можливостей для цінової конкуренції. Можливо підприємство отримує якісь нові позитивні моменти у ставленні до себе з боку споживачів, контактних аудиторій тощо. Одночасно, напевно, можуть бути встановлені більш глибокі відносини з органами державного регулювання, збутовими партнерами тощо. Складною – в плані формування нової залежності (нова країна – нові умови), інвестування та забезпечення повної реалізації проекту.

Крім факторів витрат, собівартості, пільг існує й чисто управлінський фактор або фактор можливостей контролю бізнеса. Скажімо створення спільного підприємства передбачає вже втрату абсолютного контролю над бізнесом, треба ділити права з партнером. У випадку з створення дочірнього підприємства материнське підприємство зберігає повний управлінський контроль за його діяльністю. Це, безумовно,



важливий мотив в бізнесі. Оперативність управління, гнучкість управління за таких умов може збільшуватися. Одночасно треба визнати, що така форма побудови бізнес-діяльності передбачає й повне акумулювання ризиків інвестування. Парнерів немає, бізнес-ризик розподілити немає з ким. Тому підприємства має уважно зважувати всі переваги та проблемні моменти цього способу виходу на зовнішній ринок, як до речі й всіх інших.

### **Питання для самоконтролю**

1. Які аналітичні розробки маркетингового характеру мають підготувати менеджери підприємства на етапі оцінки доцільності виходу підприємства на зовнішні ринки?

2. Які нові перспективи, додаткові бізнес-шанси може отримати підприємство від виходу на зовнішній ринок?

3. Які проблеми, обмеження можуть очікувати підприємство після виходу на зовнішній ринок?

4. За якими критеріями підприємство здійснює вибір сегментів зовнішнього ринку, які форми побудови міжнародного маркетингу може використати підприємство?

5. Які існують форми експортної діяльності підприємства, якими є їх відповідні переваги та недоліки?

6. В якимх випадках підприємству доцільно використовувати торговельних посередників, в яких формах може здійснюватися посередницька діяльність, якими є їх переваги та недоліки?

7. Що собою уявляє спільна міжнародна підприємницька діяльність, які умови спонукають підприємство вдаватися до використання цієї форми?

8. Навіщо створюються спільні підприємства, якими можуть бути

переваги та недоліки такої форми для інвестора?

## **ТЕМА 10.**

### **ЦІНОУТВОРЕННЯ У ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

На сучасному етапі економічного розвитку нашої країни підприємства перебувають у непростих економічних умовах. Щоб ЗЕД підприємства була успішною, йому потрібно обрати виважену цінову політику і послідовно реалізовувати обґрунтовану цінову стратегію. Для будь-якої господарської системи важливим елементом є ціни та механізм їх ціноутворення. Ціна за будь-яких умов є одним з ключових факторів міжнародної конкурентноспроможності підприємства.

Основними аспектами даної теми являються розширення теоретичних і практичних знань у сфері ціноутворення у ЗЕД підприємства, а саме розгляд формування ціни і цінової політики на світових ринках, методика визначення ціни продукції підприємства на зовнішньому ринку, аналіз цінової прибутковості ЗЕД.

#### **10.1. Ціни і цінова політика на світовому ринку**

Ціни і цінова політика – найважливіші елементи зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Саме від рівня цін на товари залежать комерційні результати діяльності підприємства, а обрана ним цінова політика справляє тривалий і вирішальний вплив на ефективність його роботи на світовому ринку.

Ціна є вирішальним чинником в експортній діяльності підприємства, оскільки вона визначає її економічну доцільність. Підприємство повинне не тільки виробити, але й збути товар з вигодою для себе, відшкодувати витрати й отримати прибуток. Це можливо лише при правильному виборі

цінової політики та стратегії ціноутворення.

Формування цінових рішень на зовнішніх ринках пов'язане зі значними труднощами, які полягають насамперед у визначенні ступеня свободи при формуванні власної ціни продажу товару (що має спектр від адміністративної фіксації до повної свободи). У кожній країні існують свої критерії оптимальної ціни, на яку впливають витрати, купівельна спроможність, соціальна цінність товару, співвідношення “ціна – якість”, походження товару (імідж) тощо.

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

Як було зазначено вище, глобальна мета діяльності будь-якого підприємства – виживання завдяки отримання відповідного прибутку та зростання частки ринку. Що ж до поточних цілей, то такими можуть бути: захист своїх позицій; подолання конкурентів; завоювання нових ринків; вихід на ринок з новим товаром; швидке відшкодування витрат; стабілізація доходів. Залежно від завдань, що вирішуються на певному етапі, підприємство може прагнути до: збереження встановленого рівня цін; підвищення рівня цін; зниження рівня цін; зміни рівня ціни - поступово чи стрибкоподібно.

Завдання цінової політики підприємства полягає в тому, щоб установити на свій товар таку ціну і змінювати її залежно від ситуації на ринку так, щоб опанувати певним його сегментом, досягти бажаного обсягу прибутку, тобто вирішити завдання, пов'язане з реалізацією товару в певній фазі його життєвого циклу, відреагувати на діяльність конкурентів тощо. Політика ціноутворення створює методологічну основу для вибору та обґрунтування цінової стратегії та пов'язує в інтегровану систему окремі *рішення щодо*:

– методів установлення цін на нові товари;

- співвідношення цін підприємства з цінами конкурентів;
- взаємозв'язку цін на товари в межах номенклатури виробництва;
- використання системи знижок і частоти змін ціни тощо.

**При розробці цінової політики** підприємство повинне відповісти на такі питання:

1. Чи є ціна засобом конкурентної боротьби на конкретному ринку?
2. Якою повинна бути цінова політика?
3. Яку цінову стратегію повинне обрати підприємство?
4. Чи повинна бути єдиною базисна ціна для всіх країн, з якими ведеться торгівля?
5. Чи здійснює держава заходи щодо регулювання ціни на певний товар у країнах-імпортерах?
6. Чи існують у цих країнах громадські організації, які контролюють рівень цін?

Визначення рівня ціни в ЗЕД відбувається з урахуванням так званих цін, що публікуються, та розрахункових.

Ціни, що публікуються, – це ціни, що оприлюднюються в спеціальних джерелах інформації (ціни аукціонів, біржові котирування, ціни статистичних довідників, ціни укладених контрактів, ціни пропозиції великих фірм). Ціни, що публікуються, відображають рівень світових цін.

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

Світові ціни можна *класифікувати* за багатьма критеріями:

- за станом ринку (продавця, покупця);
- напрямом товарного потоку (експортні, імпортні);
- умовами розрахунків (комерційні, бартерні, клірингових

розрахунків, трансфертні);

– повнотою врахування витрат (нетто, валові, кінцевого споживання);

– характером реалізації (оптові, роздрібні);

– ступенем фіксації (тверді, рухомі, змінні, з наступною фіксацією);

– рівнем інформаційної відкритості (відкриті, розрахункові).

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

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

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

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

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

Розрахункові ціни застосовуються в контрактах на нестандартне обладнання, що виробляється, як правило, за індивідуальними замовленнями. Такі ціни розраховуються та обґрунтовуються постачальником для кожного конкретного замовлення з урахуванням технічних і комерційних умов конкретного контракту. У деяких випадках

розрахункова ціна встановлюється остаточно лише після виконання замовлення.

## 10.2. Фактори ціноутворення у ЗЕД підприємства

На процес прийняття цінових рішень при здійсненні ЗЕД впливає значна кількість **чинників**, які можна поділити на такі групи:

**1. Внутрішні, які характеризують фінансову та маркетингову ситуацію на підприємстві:** рівень витрат та їх структура; бажаний рівень прибутку; діюча система управління, планування і контролю діяльності; способи і методи отримання інформації про ринок, позиціонування тощо.

**2. Товарні, які діють тільки щодо конкретного товару:** корисність товару; місце в товарній номенклатурі; стадія життєвого циклу товару; якість товару; зміна цін інших товарів; ступінь монополізації попиту і пропозиції товару; рівень обслуговування; система доставки.

**3. Ринкові, які характеризують можливості та ризики закордонного товарного ринку:** платоспроможність споживачів; інформаційне забезпечення; дії уряду (контроль цін, державні закупівлі).

**4. Витрати на розробку ринку:** адаптація товару; обслуговування; канали розподілу; просування.

**5. Торговельні бар'єри:** митні бар'єри; нетарифні бар'єри.

**6. Чинники, які є зовнішніми щодо взаємодії покупців і продавців товару:** конкурентне середовище; цінова політика конкурентів; фаза економічного циклу; короткострокові коливання попиту і пропозиції; заходи державного регулювання і контролю над цінами; рівень інфляції; валютні чинники; роль "сірого" ринку.

Одним із найважливіших факторів, що береться до уваги при встановленні ціни, є рівень витрат, пов'язаних із виробництвом і експортом товару, що по суті має визначати нижню межу ринкової ціни.

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

Ступінь корисності товару для споживачів є одним з ключових чинників ціноутворення. Чим більша корисність, тим вища, за інших умов, може бути ціна товару на зовнішньому ринку.

Слід також зазначити, що будь-який товар **протягом життєвого циклу** зазнає значних змін.

На *етапі розробки і впровадження* можуть встановлюватись як максимально високі, так і низькі ціни. Класичним прикладом першого підходу до ціноутворення є продаж мікрокалькуляторів за ціною 200 дол. США і вище. Другий підхід – вихід у 70-х роках на ринок японських виробників побутових відеомагнітофонів з ціною, в 2-3 рази нижчою, ніж їх собівартість на той час.

На *етапі зростання* підприємство отримує можливості для цінового маневру внаслідок розширення обсягів продажу та економії за рахунок зростання масштабів виробництва. Одночасно зростає і конкурентна боротьба.

На *етапі зрілості*, за умови, що продукт уцілів на зовнішньому ринку, відбувається стабілізація продаж, і підприємство отримує більш високий прибуток завдяки росту частки ринку.

При виникненні ознак початку *стадії спаду* перед підприємством постає проблема вибору можливих варіантів зміни ціни:

– підвищення ціни (використовуючи переваги нееластичного попиту) для короткотермінового підвищення прибутковості перед остаточним зняттям товару і компенсації витрат на розробку та виведення на ринок нового покоління товарів;

– зниження ціни (навіть нижче собівартості), щоб привернути увагу



покупців до супутних товарів.

У країнах із розвинутими ринковими відносинами держава відіграє істотну роль у процесі ціноутворення, особливо у зовнішньоторгівельних операціях. Є декілька інструментів **державного регулювання цін**:

1. **Державне регулювання цін внутрішнього ринку**, що здійснюється за допомогою гарантування виробникам рівня продажних цін (наприклад, єдині закупівельні ціни на сільськогосподарські товари встановлені в країнах ЄС) і за допомогою субсидування конкретних видів витрат виробництва. Державне регулювання цін внутрішнього ринку має такі форми:

– “жорстке” регулювання цін здійснюється через фіксацію державних цін;

– “м’яке” регулювання здійснюється через встановлення граничних рівнів цін, граничних надбавок і коефіцієнтів, встановлення граничних значень різних елементів ціни;

– непрямий вплив здійснюється через визначення “правил гри” при ринковому ціноутворенні. Він може містити і ряд заборон, зокрема заборону на вертикальне і горизонтальне фіксування ціни, недобросовісну цінову рекламу, цінову дискримінацію, демпінгові ціни тощо.

2. **Митна політика**, яка включає встановлення, насамперед, імпортного мита, соціальне оподаткування імпортованих товарів, кількісне обмеження імпорту, ліцензування тощо. За допомогою цих засобів держава тією або іншою мірою захищає внутрішній ринок і сприяє підвищенню цін на товари місцевих виробників.

3. **Бюджетне субсидування експорту**. Для того, щоб підвищити конкурентоспроможність вітчизняних товарів шляхом зниження експортних цін, уряди видають експортерам субсидії, які є по суті доплатою до експортного виторгу.

До факторів ціноутворення відносять **фази економічного циклу**.

Зміни цін залежно від фази економічного циклу мають такі особливості:

- а) мінімального рівня ціни досягають у фазі економічної кризи;
- б) під час депресії і поживлення спостерігається певне зростання цін;
- в) ціни досягають максимуму у фазі підйому, а потім починається

зниження цін.

Факторами ціноутворення є коливання ціни: циклічні (постійне підвищення цін через інфляційні процеси) і нециклічні (короткострокові порушення відповідності попиту і пропозиції). Короткострокові коливання не збігаються із загальними для всього ринку диспропорціями відтворювального процесу і накладаються на вплив економічного циклу й інфляції:

- сезонні коливання цін;
- зміни цін при вимушеному продажу;
- зміни цін при вимушених закупівлях;
- спекулятивні коливання біржових котирувань;
- зміни цін, викликані раптовими форс-мажорними обставинами (посуха, заморозки, землетрус).

Отже, найефективнішою буде ціна, що відповідає наступним вимогам: покриває прямі витрати; компенсує непрямі витрати, віднесені на товар; приносить прибуток; є конкурентоспроможною та забезпечує прийнятне місце на ринку.

### **10.3. Цінові стратегії підприємства на зовнішньому ринку**

Стратегія ціноутворення у ЗЕД повинна сприяти досягненню загальних цілей підприємства, які поділяються на три групи:

- фінансові, які ґрунтуються на прибутку;
- росту, які ґрунтуються на цілях інтенсифікації чи екстенсифікації збуту;

– безпеки, які ґрунтуються на цілях виживання чи створення для підприємства більш прийнятних умов діяльності (див. Тема 9).

Розрізняють кілька видів **цінових стратегій**:

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

**2. Стратегія “зняття вершків”** застосовується до захищених патентом нових товарів і полягає в послідовному охопленні різних дохідних сегментів ринку. Поступово знижуючи ціну, можна залучати все нові кола клієнтів, яких влаштовує нова ціна. Стратегія “зняття вершків” на ринку має сенс за таких умов: спостерігається високий рівень поточного попиту з боку досить великої кількості покупців; витрати дрібносерійного виробництва не настільки високі, щоб звести нанівець фінансові вигоди підприємства; висока початкова ціна не призведе до появи нових конкурентів.

**3. Стратегія “обережного” проникнення на ринок.** Ґрунтується на встановленні низьких цін для швидкого проникнення на нові для підприємства ринки. Застосовується до неінноваційних товарів, товарів з відносно еластичним попитом. Стратегія “обережного проникнення на ринок” може застосовуватися за таких умов: ринок дуже чутливий до цін, і низька ціна сприяє його розширенню; зі зростанням обсягів виробництва витрати скорочуються; низька ціна не приваблива для наявних і потенційних конкурентів.

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

витратні матеріали.

**5. Стратегія “брендових” цін.** Застосовується всесвітньо відомими підприємствами, що мають гарну репутацію, на товари, аналогічні за своїми властивостями товарам інших маловідомих підприємств.

**6. Стратегія цінової диференціації.** Полягає в тому, що на той самий товар встановлюється різний рівень ціни для різних груп споживачів (за визначеними критеріями). Ця стратегія можлива за таких умов: ринок можна чітко розділити на сегменти; сегменти мають різну еластичність попиту; сегменти розділені між собою певними бар'єрами, тобто сегмент з низьким рівнем цін не може перепродати товар у сегмент із високим рівнем цін.

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

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

**9. Стратегія трансфертних цін.** Застосовується міжнародними корпораціями, які мають численні закордонні філії. Основні принципи стратегії: максимізація прибутків для корпорації в цілому; мінімізація податків, що сплачуються корпорацією в цілому; мінімізація митних платежів; удосконалення системи контролю материнською компанією фінансових потоків філій.

Загалом вважається, що в процесі реалізації цінової стратегії на зовнішніх ринках підприємство має пройти низку **етапів**:

1. Визначення та аналіз цільового ринку.
2. Аналіз елементів маркетингового комплексу.
3. Вибір цінової політики.
4. Визначення цілей ціноутворення.
5. Формулювання цінової стратегії.
6. Вибір методу розрахунку ціни.
7. Розрахунок експортної ціни.
8. Реалізація цінової стратегії.

Так, враховуючи ці фактори і стратегії ціноутворення, ціна придбання товару (Цп), що ввозиться до країни, складається з таких елементів, визначених у грошових одиницях виміру:

$$\text{Цп} = \text{МВ} + \text{М} + \text{А} + \text{ПДВ} + \text{МЗ}, \quad (10.1)$$

де МВ – митна вартість;

М – сума мита;

А – акциз;

ПДВ – податок на додану вартість;

МЗ – митні збори.

Іншим головним елементом ціноутворення є реалізація цінової стратегії, яка базується на використанні окремо та в комбінації таких *інструментів*:

- встановлення стандартних або змінних цін;
- використання єдиних або гнучких цін;
- застосування округлених та неокруглених цін;
- використання залежності “ціна – якість”;
- застосування адаптивних інструментів.

Стандартні ціни встановлюються на тривалий термін і спеціально підтримуються незмінними. Змінні ціни спеціально адаптують до змін у витратах або попиті споживачів. Єдині ціни – однакові ціни для усіх споживачів, які б хотіли придбати продукт чи послугу за аналогічних умов.

Гнучкі ціни - різні ціни для різних споживачів залежно від їхньої здатності виторговувати ціну, уміння торгуватися. Округлені – це ціни, при встановленні яких використовується якомога більша кількість нулів. Неокруглені ціни встановлюються нижче круглих сум. Взаємозв'язок ціни та якості – це концепція, згідно з якою споживачі впевнені, що високі ціни забезпечують високу якість, а низькі ціни – низьку якість товару чи послуги.

Застосування адаптивних інструментів передбачає зміни в преїскурантах, компенсації, додаткові надбавки, знижки тощо. Так, у міжнародній торгівлі значно поширена практика надання знижок з ціни, що впливає на кінцевий її рівень в контракті. Найбільш поширеними є загальна (проста) знижка в розмірі 20-40% від преїскурантної ціни на машини, обладнання; знижка за оборот (бонусна), яка надається постійним покупцям; знижка за кількість або серійність (прогресивна); спеціальна знижка, яка надається привілейованим покупцям; експортна; тощо.

#### **10.4. Методологія визначення ціни на зовнішніх ринках**

**Ціна продукту** може бути підрахована на основі використання різних методів, зокрема:

**Витратний** метод ґрунтується на припущенні про диференціацію прибутку на різних типах ринків:

$$\text{Price} = \frac{\text{Cost} \times 100}{100 - \text{Mark-up} \%} \quad (10.2)$$

Витратний метод розрахунку ціни передбачає визначення її рівня на основі суми витрат (виробничих, накладних та на обслуговування) та бажаного прибутку (максимального, розрахованого, мінімального). Основною перевагою цього методу вважається його простота. Недоліками

є те, що він не відображає поточний попит та не враховує споживчих властивостей як цього товару, так і товарів-замінників. Існує два основних підходи до використання цього методу: з урахуванням повних і граничних витрат виробництва. При використанні методики врахування повних витрат для встановлення ціни товару визначаються перемінні і постійні складові витрат. Останні розраховуються пропорційно тому вкладу, який окремі їх складові дають для виробництва цього товару. Методика граничних витрат враховує тільки ті витрати, які мають безпосереднє відношення до виробництва.

**Ринковий** метод застосовується у випадку, коли ціна пристосовується до умов попиту:

$$\text{Cost} + \frac{\text{Cost} \times \text{Mark-up } \%}{100} = \text{Price} \quad (10.3)$$

У випадку встановлення ціни на основі попиту підприємство визначає ціни після детального вивчення потреб і можливостей споживачів та тестування рівня цін, прийнятого для цільового сегмента. Ця система розрахунку ціни використовується на тих зарубіжних ринках (сегментах) чи для таких товарів, для яких ключовим чинником у прийнятті рішення споживачами є ціна.

Різновидом ринкового методу визначення ціни є **параметричний** метод, за якого визначення цінності товару здійснюється на основі експертних оцінок покупців. Його суть полягає в оцінці і співвідношенні якісних параметрів виробу. Необхідною умовою використання цього методу є диференціація ринку. В його основі лежить передумова, що виробник має справу не з однорідним ринком покупців, які шукають однаковий товар, а з декількома його секторами, кожен з яких складається зі споживачів, які по-різному оцінюють окремі якості товару. Обмеження у використанні цього методу зводиться до того, що більшість складних

товарів, які пропонуються на ринку, не є абсолютно взаємозамінними.

Встановлення ціни на основі пропозиції (рівня конкуренції) ґрунтується на вивченні цін та цінових стратегій конкурентів і розрахунку власної ціни з огляду на лояльність споживачів та конкурентні переваги товару, його імідж, сервіс, що пропонується тощо. Такий метод розрахунку ціни доцільно використовувати підприємствам, які конкурують з продавцями аналогічної продукції. При визначенні ціни на свій товар виходять виключно з умов конкуренції, встановлюючи її трохи вище або трохи нижче за ціни конкурентів.

Перехідний характер від витратного методу до ринкового має метод **беззбитковості**. З одного боку, він базується на обліку витрат. З іншого – враховує залежність попиту від рівня ціни. Цей метод використовують: для досягнення запланованих термінів окупності капіталовкладень за заданим коефіцієнтом; для підприємств, які мають зовнішні обмеження щодо норми прибутку і які прагнуть максимізувати її без порушення існуючої заборони.

Аналіз беззбитковості – метод обрахування мінімального обсягу продаж, необхідного для покриття всіх затрат за даної ціни. Він дає можливість фірмі визначити, яку кількість одиниць продукції вона повинна продати за певною ціною, щоб покрити всі витрати, тобто досягти беззбитковості. Розглянемо можливості застосування методу аналізу беззбитковості (**break-even analysis**) на умовному прикладі:

$$\text{Break} = \frac{FC}{P - VC} \quad (10.4)$$

де Break – точка беззбитковості;

FC (fixed costs) – постійні витрати;

P(1) (price) – продажна ціна кожної одиниці продукції;

VC(1) (variable costs) – змінні витрати на одиницю продукції.

“Break” (точка беззбитковості) – це мінімально необхідний обсяг



продаж, за яким фірма не буде мати збитки. Продажі понад цієї величини приносять прибуток, а нижче – збитки. У точці беззбитковості доходи перебивають витрати. Коли перебиті всі постійні і змінні витрати, будь-який додатковий дохід представляє собою прибуток. Аналіз беззбитковості представляє собою реалістичну оцінку взаємозв'язків між продажами, затратами і прибутками за визначений період часу (бюджетний рік) – коли існують відмінності між постійними і змінними витратами. Це можна продемонструвати графічно (Рис. 10.1):

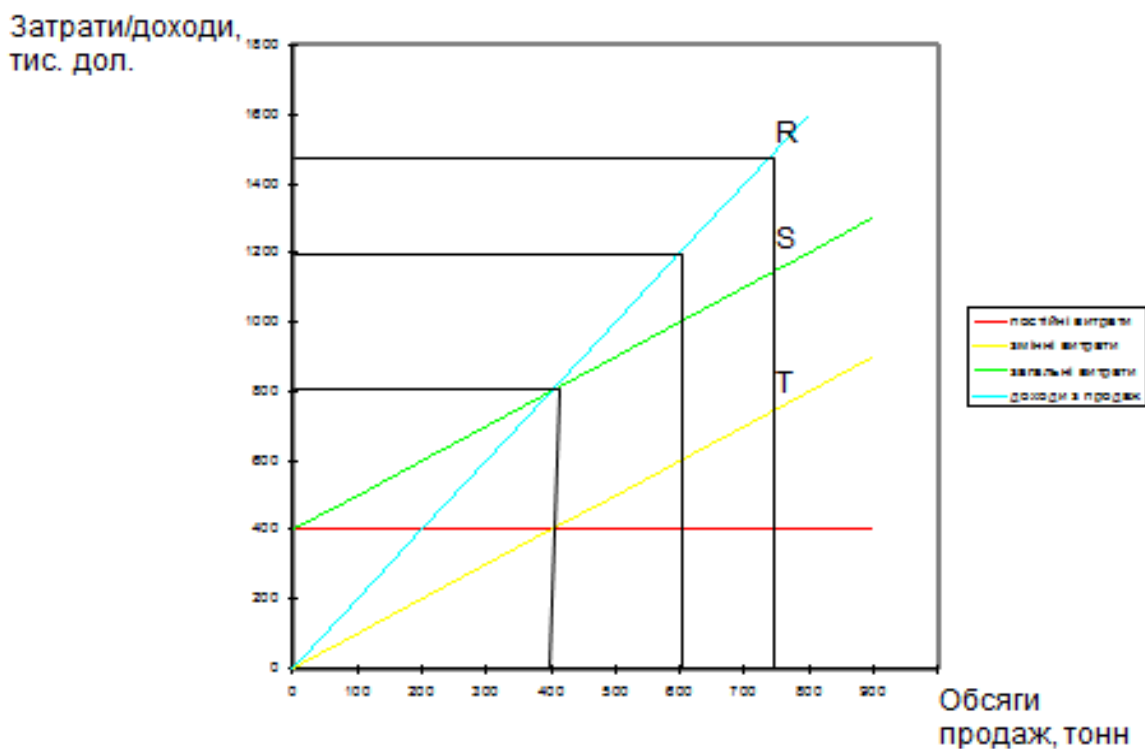


Рис. 10.1. Експорт в аналізі беззбитковості фірми

У даному випадку ми припускаємо, що ціна і прямі витрати на одиницю продукції є однаковими як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках, і складають, відповідно, 2 \$ і 1 \$, а постійні витрати знаходяться на рівні 400 тис. \$. Очікувані продажі – 600 тонн на внутрішньому ринку і 150 тонн за кордоном. Таким чином:

$$\text{Доходи з продаж} = 1,5 \text{ млн. \$}$$

Загальні витрати = 750 тис. + 400 тис. = 1.15 млн. \$

Прибуток = 350 тис. \$

При запланованому обсязі у 750 тис. тонн фірма може очікувати прибуток у 350 тис. \$ (на графіку – відрізок RS). Якщо внутрішній ринок не може прийняти понад 600 тис. тонн, буде доречним сказати, що внутрішні продажі не дадуть прибутку у 200 тис. \$, а ЗЕД принесе додатково 150 тис. \$.

Слід зробити застереження, що абсолютний рівень прибутку є прямо пропорційною функцією обсягу продаж, і не можна заперечувати вигідну роль експорту при обмеженні продаж на внутрішньому ринку.

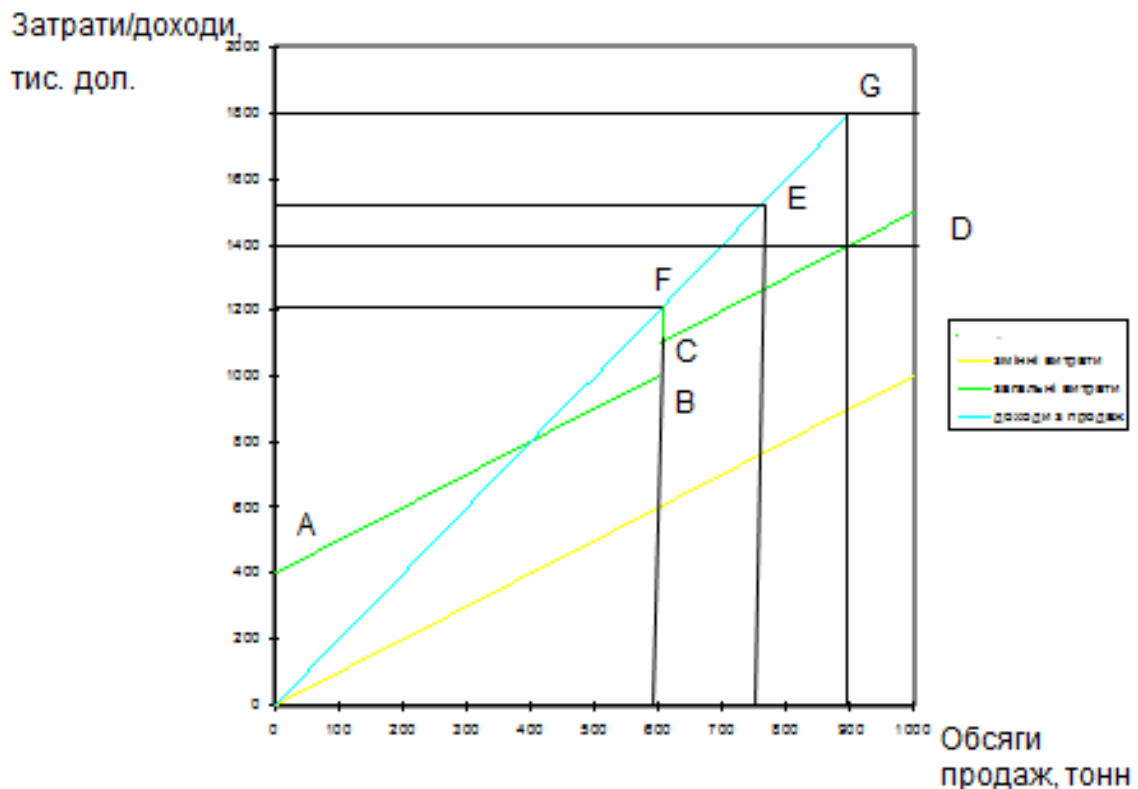


Рис. 10.2. Ефект збільшення експорту у безбитковості фірми

Що стосується росту постійних витрат для розширення ЗЕД (100 тис. \$ кредиту), експорт виглядає у менш привабливому вигляді (зростають затрати на маркетинг, ділові поїздки, переговорний процес тощо), проте

змінні витрати залишаються, як і ціна одиниці продукції, незмінними.

У даному випадку графік загальних витрат має “break” в точці обсягу продаж 600 тис. тонн (коли, аналітично, завершаються внутрішні продажі і починається експорт) і стає АВ а потім CD (різниця між В і С якраз і складає кредит у 100 тис. \$ – тобто ріст постійних витрат. При тому самому обсязі внутрішніх і зовнішніх продаж (600 тонн і 150 тонн) прибуток на внутрішньому ринку складе 200 тис. \$, а на зовнішньому – 50 тис. \$.

В цих умовах слід визначити два підходи у процесі прийняття експортного рішення:

1. “Песимістичний” менеджмент – буде намагатися скоротити експорт через ризики і невизначеність експортного процесу. Тобто, фірма буде вибирати F радше за E.

2. “Оптимістичний” менеджмент – з цих самих даних може проводити у життя G радше за E, якщо довести обсяги продаж до 900 т., що принесе прибуток у 400 тис. \$, половина з якого буде забезпечена експортом.

Ще одним досить простим, але дієвим методом ціноутворення у ефективності ЗЕД являється аналіз затрат і прибутків (Profit & Lost analysis), принцип якого можна проілюструвати наочно (Табл. 10.1):

Таблиця 10.1

**Аналіз затрат і прибутків ЗЕД підприємства(Profit & Lost analysis)**

<b>Складові затрат і прибутків</b>	<b>Внутрішній ринок (\$)</b>	<b>%</b>	<b>Зовнішній ринок (\$)</b>	<b>%</b>
1	2	3	4	5
продажі / доходи	1000	100	1000	100
(-) 5% дистриб'ютора			50	5
Чисті продажі			950	95
(-) витрати (включаючи пакування і транспорт)	400	40	427*	45
Валовий прибуток	600	60	523	55
(-) маркетингові витрати	350	35	266**	25
Чистий прибуток	250	25	257	27

1	2	3	4	5
(-) адміністративні витрати	50	5	50	5,2
Прибуток до оподаткування	200	20	207	21,8
Прибуток після оподаткування (50%)	100	10	103,5	10,9

\* Витрати зростають на 5% через пакування і модифікацію товару для зовнішніх ринків

\*\* Витрати на дослідження ринку, рекламу, просування зменшуються завдяки діяльності дистриб'ютора

Таким чином, ЗЕД підприємства може вважатися навіть більш прибутковою. Проте не слід забувати про ефект цінової ескалації, яка супроводжує процес ціноутворення на зовнішньому ринку (Табл. 10.2):

Таблиця 10.2

### Ескалація ціни у ЗЕД підприємства

Складові ціни	Внутрішня ціна	Експортна ціна
Заводська ціна	1000	950
(+) експортна документація, фрахт, страхування (20%)		190
(+) митні платежі (10%)		114
(+) внутрішня Р' гуртовиків (15%)	150	
(+) Р' дистриб'ютора		376
(+) роздрібна Р' (50%)	575	815
Кінцева ціна	1725	2445

Таким чином:

1. Цінова ескалація викликає підвищення кінцевої ціни на зовнішньому ринку у порівнянні з внутрішнім.

2. Для того, щоб успішно конкурувати, необхідно якомога більше знижувати кінцеву ціну.

3. Слід уважно виокремлювати побудову експортної складової P&L, яка б враховувала всі види витрат.

4. Необхідно захищати і підтримувати дистриб'ютора, пропонуючи йому ціни по меншій мірі однакові або нижчі за найменшу внутрішню ціну.

Підприємство повинно сформулювати конкретні цілі ціноутворення, які будуть відповідати загальним маркетинговим цілям компанії в певному сегменті, юридичним вимогам, а також особливостям продукту. Повинна бути досягнута рівновага між витратами та виробництвом з одного боку, та з іншого боку, цінністю продукту для клієнта та маркетинговими факторами, важливими в типових ситуаціях конкуренції. Аналіз ціноутворення потрібно починати з чіткого визначення ринкових цілей.

Ціновий менеджмент характеризується великою складністю. Тому дослідження в сфері ціноутворення та розробка маркетингових підходів є такими важливими і необхідними для застосування в діяльності українських підприємств – суб'єктів ЗЕД.

### **Питання для самоконтролю**

1. Які фактори впливають на цінову політику підприємства у зовнішньоекономічній діяльності?
2. В чому полягає головне завдання цінової політики підприємства у зовнішньоекономічній діяльності?
3. Якими критеріями визначається рівень світової ціни?
4. Чим відрізняються розрахункові ціни від цін, що публікуються?
5. Які чинники впливають на процес прийняття цінових рішень при здійсненні ЗЕД?
6. Який кореляційний зв'язок між ціноутворенням у ЗЕД і життєвим циклом товару (фазами економічного циклу)?
7. Які основні елементи вибору і реалізації цінової стратегії підприємства на зовнішніх ринках?
8. В чому основна відмінність витратного методу визначення ціни від ринкового у ЗЕД підприємства?
9. Що представляє собою цінова ескалація у зовнішньоекономічній діяльності?

## **ТЕМА 11**

### **ТОРГОВО-ПОСЕРЕДНИЦЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ НА ЗОВНІШНЬОМУ РИНКУ**

З точки зору місцезнаходження людей в процесі товаро-грошових відносин їх можна поділити на виробників товару, його покупців та посередників.

Більше половини світового обороту товарів реалізується за допомогою великої кількості посередників, до яких належать незалежні від виробництва та споживання особи, підприємства, компанії та фірми, які беруть участь в обороті товарів.

Для чого необхідні посередницькі зовнішно-торговельні організації? Необхідність в зверненні до них викликана перш за все тим, що у багатьох комерційних підприємств, акціонерних товариств відсутній досвід самостійного дослідження зовнішнього ринку, пошуку вигідних іноземних контрагентів, кваліфікованого здійснення взаємних розрахунків, чіткого та правильного формування умов контракту.

Отже, актуальність висвітлення даної теми і основна мета полягає у сприянні розширенню теоретичних і практичних знань у здійсненні торгово-посередницьких операцій.

#### **11.1. Поняття і види торговельно-посередницьких операцій**

**Під торговельно-посередницькими операціями** розуміють операції, пов'язані з купівлею і продажем товарів, які виконуються за дорученням виробника-експортера незалежним від нього торговельним посередником на основі угоди або доручення.

Торговельне посередництво – це досить широке поняття, яке охоплює чимале коло послуг: перепродаж товару; пошук закордонного

контрагента; підготовка і укладання угоди; кредитування сторін; здійснення транспортно-експедиторських операцій; страхові операції; проведення рекламних заходів; технічне обслуговування.

До торговельно-посередницьких фірм належать фірми, які з юридичного і господарського погляду не залежать від виробника або споживача товару (сюди, звичайно, не входять філії або дочірні товариства промислових підприємств). Вони діють заради одержання прибутку, який створюється або як різниця між цінами, за якими вони купують і продають товар, або як винагорода за послуги. Як правило, торговельно-посередницькі фірми займаються лише комерційною діяльністю, хоча найбільші з них можуть і обробляти куплений товар.

Використання торгових посередників у ЗЕД дає певні **переваги**.

1. Підприємство-експортер у такому разі не вкладає якихось значних коштів в організацію збутової мережі на території країни-імпортера, тому що торговельно-посередницькі фірми мають свою власну матеріально-технічну базу (складські приміщення, демонстраційні зали, ремонтні майстерні, роздрібні магазини).

2. Вони звільняють експортера від багатьох турбот, пов'язаних із реалізацією товару (доставка, сортування, упакування), пристосовуючись до вимог ринку.

3. Суттєвим є використання капіталу торговельно-посередницьких фірм на основі короткострокового і середньострокового кредитування. Тут велике значення мають стійкі зв'язки торговельно-посередницьких фірм із банками, страховими компаніями.

4. Нарешті, ринки деяких товарів цілком монополізовані торговельними посередниками і не доступні для прямих контактів із споживачами.

Збут продукції через посередників має певні **недоліки**:

– по-перше, це призводить до підвищення цін на імпортні товари і

зниження доходів від експорту, так як частина виручки залишається у посередника;

– по-друге, експортер безпосередньо не зв'язаний з ринком, не вивчає самостійно його кон'юнктуру, попит і смаки своїх споживачів тощо.

Проте дані негативні явища не зменшують той факт, що в практиці світової торгівлі посередники використовуються досить часто, тому що це вигідно покупцям і продавцям.

Вплив посередницьких компаній по країнах і товарних потоках різний. В більшій мірі він проглядається в Японії, Південній Кореї і Великобританії, в скандинавських країнах. Так, в Японії 8 тис. торгових компаній контролюють 67% імпорту і 60% експорту. В Південній Кореї три відомих торгових дома – “Самсунг“, “Хенде” і “Даеку” – обслуговують 40% зовнішньої торгівлі країни. В США, Франції та інших країнах багато великих компаній здійснюють продаж своєї продукції на світових ринках через посередників. В той же час в США 3/4 малих фірм здійснюють експорт самостійно.

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

**Операції з перепродажу.** Вони здійснюються торговельним посередником від свого імені і за свій рахунок. Тут торговельний посередник є стороною договору як з експортером, так і з покупцем. Розрізняють два види операцій з перепродажу.

До *першого виду* належать операції, коли торговельний посередник відносно експортера є покупцем. Він стає власником товару і може реалізувати його будь-кому і за будь-якою ціною. Термінологія, що стосується таких посередників, різна:

- Merchant – Великобританія, США;
- Handler – ФРН;



- Stockholder – ринок чорних металів Великобританії;
- Operator – торговці цукром на Нью-Йоркській біржі;
- Dealer - торговці какао на Лондонській біржі;
- Principal - торговці кольоровими металами.

*Другий вид операцій* – коли експортер і торговельний посередник підписали договір про продаж товарів на певній території, у конкретний термін (вказуються й інші деталі) згідно з договором. Термінологія торговців за цим договором також різна:

- Distributor – США, Великобританія;
- Vertragshandler – ФРН.

Отже, посередництво згідно з договором полягає в просуванні товарів від експортера до споживача, при цьому торговець зобов'язаний дотримуватися певних умов експортера.

**Комісійні операції.** Це укладення однією стороною (комісіонером), за дорученням другої сторони (комітента), угод від свого імені, але за рахунок комітента. Взаємовідносини регулюються договором. Комітент залишається до кінця власником товару. Комісіонер же не купує товару (він залишається в руках експортера). Але для третьої сторони (покупця) стороною договору є комісіонер, а комітента він може і не знати. Комісіонер одержує винагороду або як відсоток, або як різницю між ціною, установленою комітентом, і ціною продажу.

А якщо покупець не може розплатитися з комісіонером? Звичайно комісіонер не відповідає за кредитоспроможність третіх осіб. Проте іноді в комісійний договір включається умова про поруку комісіонера за виконання угоди покупцем, тобто гарантії комітента від несплати. Така умова називається делькредере (del credere). У договорі вказується при цьому ціна (максимальна або мінімальна), а також термін передання грошей комісіонером комітентові.

Якщо замовлення йде від імпортера комісіонеру (тобто навпаки) на

купівлю в країні експортера товарів, то він називається індентом (indent). Він може бути закритим, якщо імпортер точно вказує в замовленні, де і що купити, або відкритим, якщо індент надає комісіонеру право вибору покупця.

Різновидом комісійних угод є консигнаційні угоди. Це продаж товарів зі складу комісіонера, але товар належить консигнанту, тобто експортеру. Консигнаційна форма торгівлі використовується у разі слабкого освоєння ринку або при поставці нових товарів чи товарів масового виробництва, у стійкому збуті яких експортер не впевнений. Це зручна форма торгівлі, що дає змогу ознайомитися з товаром і вибрати потрібний.

**Агентські операції.** Це доручення однієї сторони, що називається принципалом, другій стороні, яка іменується агентом, здійснення юридичних угод за рахунок і від імені принципала (комісіонер діє від свого імені) на визначеній території. Незалежність агента виявляється в тому, що він не перебуває в трудових відносинах із принципалом і здійснює свою діяльність самостійно на основі агентської угоди. Він є юридичною особою, зареєстрованою у торговельному реєстрі. Агент лише сприяє угоді, але сам не є стороною, тобто контракт про купівлю не укладає. Термінологія щодо таких посередників різноманітна: у Великобританії і США – це агент і принципал, у ФРН, Японії – торговельний представник, у Скандинавських країнах – агент і підприємець, у Латинській Америці – повірений і довіритель. Плутанина полягає в тому, що в Англії і США під агентством часто розуміють усі види посередництва.

**Брокерські операції.** Це встановлення через посередника-брокера (англ. broker, франц. courtier, нім. makler) контактів між продавцем і покупцем (а також між страховиком і страхувальником, судновласником і фрахтувальником). Брокер не є стороною в договорі, а використовується

лише для інформування двох сторін, що беруть на себе зобов'язання за угодою. На відміну від агента, він не перебуває в договірних відносинах зі сторонами, а діє на основі окремих доручень.

Крім головної функції – знайти покупця для продавця або, навпаки, продавця для покупця – брокер виконує певні додаткові функції. Зокрема, він здійснює:

- контроль за виконанням контракту і пред'явленням рекламаций;
- іноді бере на себе обов'язки делькредере;
- підбір партії товару визначеного асортименту;
- збір інформації про стан ринку.

Брокер одержує винагороду, що називається брокередж (brokerage англ.), куртаж (courtage франц.), провізійон (provision нім.). Розмір цієї винагороди за товарними операціями може коливатися від 0,25% до 2-3%.

Брокер не має права представляти інтереси іншої сторони або приймати від іншої сторони комісію, за винятком випадків, коли на це є згода клієнта. Іноді посередниками можуть бути два брокери - один за дорученням продавця, другий – за домовленістю покупця. Брокери спеціалізуються на продажі, купівлі одного виду товару, біржового або аукціонного.

## **11.2. Посередники та їх послуги у міжнародній торгівлі**

**Посередниками** є юридичні чи фізичні особи, які знаходяться поміж іншими суб'єктами комерційної діяльності і виконують функцію їх зведення один з одним для обміну товарами, послугами, інформацією.

Самостійна торгівля на зовнішніх ринках часто буває не під силу самим виробникам, тому вони й використовують посередників. В ролі останніх можуть виступати спеціалізовані посередницькі фірми або такі форми продажу, як торги, аукціони, біржі.

Використання посередників вигідно, насамперед, для виробників. У цьому випадку їм приходится мати справи з обмеженим колом зацікавлених осіб по реалізації продукції. Крім того, забезпечується широка доступність товару при русі його безпосередньо до ринку збуту. За допомогою посередників можливо скоротити кількість прямих контактів виробників зі споживачами (Рис. 11.1).

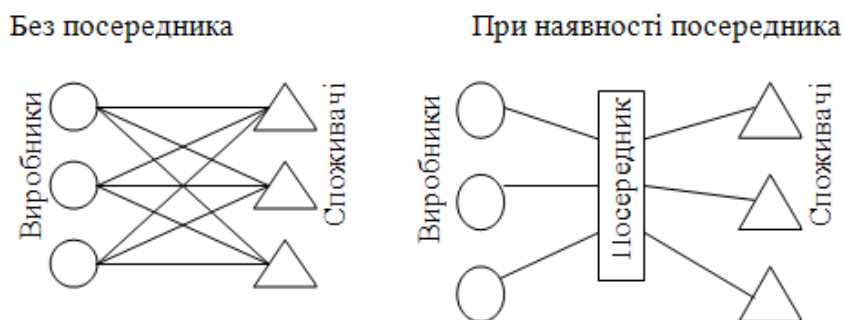


Рис. 11.1. Кількість зв'язків виробників зі споживачами

При трьох виробниках і трьох споживачах продукції кількість зв'язків між ними буде дорівнює дев'яти. Участь же посередників у реалізації продукції скорочує кількість зв'язків до шести.

До основних **принципів** діяльності міжнародних посередників в умовах ринкових відносин відносяться:

- *рівноправність сторін*, тобто партнерські взаємовідносини посередника з виробниками і споживачами продукції, що передбачає альтернативний вибір контрагентів господарських зв'язків, однакову відповідальність за порушення умов договорів;

- *підприємливість*, що означає господарську кмітливість, зацікавленість в реалізації резервів, винахідливість у вирішенні конкретних завдань;

- *оперативність*, що передбачає мобільність, динамічність, і своєчасність виконання завдань постачально-збутової діяльності;

- *обслуговування контрагентів*, тобто діяльність, яка впливає з їх потреб, надання їм комплексу послуг;

– *економічна зацікавленість суб'єктів господарювання в організації опосередкованих каналів розподілу;*

– *комерційні засади діяльності, тобто ділова активність, виходячи з потреби отримання посередником достатнього прибутку;*

– *договірні засади взаємовідносин із контрагентами.*

Посередницька діяльність інтегрує в собі численні **функції і задачі**, реалізація яких багато в чому забезпечує товарний обіг, а саме:

1) планування обсягів закупівлі та її організації, оскільки посереднику важливо визначити, що купити, в кого саме, в якій кількості, за якої ціни, в який час;

2) організацію перепродажу придбаних товарів з метою отримання запланованого обсягу прибутку;

3) пошук і вибір найкращого партнера серед виробників (постачальників) і покупців для здійснення угоди;

4) організацію і здійснення товаропросування і процесу торгівлі з врахуванням забезпечення ефективності угод;

5) прогнозування і постійний моніторинг ринкових змін і активне використання сукупних чинників, які впливають на максимальне задоволення запитів споживачів і одержання доходу з врахуванням інтересів партнерів;

б) виконання широкого кола послуг, підготовки комерційної інформації, організації сервісу при кінцевому споживанні товарів, а також щодо використання транспортних засобів, забезпечення фінансових, страхових та інших численних операцій в системі товаропросування.

Посередники виконують ряд дуже важливих **функцій**:

– *дослідницька робота* – збір інформації, необхідної для планування і полегшення обміну;

– *стимулювання збуту* – створення і поширення інформації про товар;

- *установлення контактів* – налагодження і підтримка зв'язків з потенційними покупцями;
- *пристосування товару* – припасування товару під вимоги покупців. Це стосується таких видів діяльності, як виробництво, сортування, монтаж, і упакування;
- *проведення переговорів* – спроби узгодження цін і інших умов для наступного акта передачі власності або володіння;
- *організація руху товарів* – транспортування і складування товару;
- *фінансування* – вишукування і використання засобів для покриття витрат діяльності по доставці товару до споживачів;
- *прийняття ризику* – прийняття на себе відповідальності за доведення товарів до кінцевих споживачів.

Права й обов'язки посередників визначаються змістом договору, відповідно з яким до числа обов'язків посередника можуть бути включені:

- організація збуту і пошук зарубіжних контрагентів;
- підготовка та укладання угод;
- проведення рекламних компаній і маркетингових досліджень;
- здійснення транспортно-експедиційних операцій і страхування транспорту при транспортуванні;
- здійснення митних процедур.

В практиці міжнародної торгівлі сформувалися відповідні **вимоги до вибору** посередника:

- посередницька фірма повинна бути фінансово стабільною, мати бездоганну ділову репутацію та готовність до довготривалого співробітництва;
- потенційний партнер повинен мати в своєму розпорядженні належну матеріально-технічну базу – торговельні, представницькі, демонстраційні, складські приміщення та канали і засоби зв'язку;
- посередник повинен бути спроможним забезпечити необхідний

рівень надання додаткових сервісних послуг, особливо, коли предметом торгівлі є машини, обладнання або інша машино-технічна продукція;

– посередник не повинен представляти інтереси іншої фірми або національної фірми, яка виробляє аналогічний або конкуруючий товар, на даній території.

Вибір торгово-посередницької фірми також залежить від виду виконуваних нею операцій, характеру ринку, на який планує виходити виробник, та рівня конкуренції на цільовому закордонному ринку.

#### **Посередницькі послуги поділяються на:**

– технологічні (зберігання, сортування, фасування, упакування, маркування, транспортування);

– комерційні(рекламування, інформування, торговельно-посередницькі послуги);

– організаційні (консультації з формування асортименту, якості, організації продажу, маркетингу).

За даними міжнародних джерел 75-80% світового обороту товарів та послуг здійснюється за участю посередників.

Сьогодні в розвинених країнах Заходу існує велика кількість посередників. Так, у США нараховується більше 240 тис. посередників, у Франції – 42 тис, у Німеччині - більше 100 тис.

Таким чином, посередників можна класифікувати:

– **торгові посередники**, до яких належать:  
– *підприємства гуртової торгівлі з повним і обмеженим циклами обслуговування* (з правом власності на товари);

– *посередницькі структури, які не мають права власності на товари* (агенти, гуртовики-консигнатори, комісіонери, брокери тощо);

– *організатори гуртового обороту* (товарні біржі, виставки та ярмарки, аукціони, оптові продовольчі ринки);

– *підприємства роздрібною торгівлі.*

– **організатори переміщення товарів** (експедитори, митні брокери, власники транзитно-перевалочних складів, в тому числі складів тимчасового зберігання і митних ліцензійних складів);

– **агентства з надання маркетингових послуг** (маркетингові та інформаційно-комерційні центри, рекламні агентства);

– **кредитно-фінансові організації** (банки, фондові і валютні біржі, брокери цих бірж, інвестиційні компанії, лізингові фірми і компанії, страхові агенти і брокери).

З точки зору прав, наданих посередникам, їх можна поділити на:

**А) посередники, які не мають права підписувати угоди з третіми особами (агенти, представники, брокери, маклери)**

Досить часто ці посередники діють на певному ринку та здійснюють одну чи кілька функцій залежно від домовленостей, які були укладеними ними з принципалами. Винагорода посередника встановлюється у %-х від контракту (залежно від домовленості, характеру роботи на ринку та обсягів угоди).

У можливий перелік повноважень посередників входять такі дії:

- дослідження цільового ринку, його складу, обсягів, конкурентних товарів, кон'юнктури та тенденцій;

- інформування принципала про якісні, стандартизаційні, метрологічні, технічні вимоги, які пред'являються на цільовому ринку;

- організація рекламних заходів на користь принципала;

- інформування представників ділових кіл цільового ринку про товари принципала та його фірму;

- сприяння формуванню вигідного іміджу принципала та його товарів;

- організація переговорного процесу та ділових зустрічей принципала з потенційними партнерами та представниками урядово-адміністративних структур у комерційних інтересах принципала;



- організація переговорів, сприяння укладенню контрактів та їх реалізації.

**Б) посередники, які підписують угоди з третіми особами від свого імені, але за рахунок принципала (комісіонери, консигнатори).**

Посередники такого типу називаються комісіонерами (принципал називається комітентом), і вони можуть бути учасниками складніших договірних відносин: оскільки комісіонери мають право власного підпису, вони самі можуть залучати додаткових посередників, відносно яких є продавцями чи покупцями (звичайно, додатково до статусу комісіонера у відносинах із комітентом).

Відносини комісіонера з комітентом регламентує договір комісії. Угоди комісії припускають значно більшу самостійність посередника, який може, в певних межах, сам проводити цінову політику, укласти додаткові контракти.

**В) посередники, які підписують угоди з третіми особами від імені і за рахунок принципала (агенти-повірники, торгові агенти).**

Від імені принципала та за його рахунок здійснюють весь комплекс дій, пов'язаних із продажем (що є найхарактернішим для такого типу діяльності) чи купівлею, включаючи підписання контрактів.

Перелік можливих повноважень таких посередників може включати, крім тих, що є типовими для комісіонерів (проведення маркетингових досліджень, інформування принципала про якісні та кількісні вимоги, умови цільового ринку, реклама та формування позитивного іміджу принципала, надання технічної допомоги щодо укладення контрактів та ін.) такі дії:

- надання принципалу комплексної допомоги щодо збуту та купівлі товарів, включаючи укладення угод від його імені;

- налагодження збутової діяльності включаючи, залежно від характеру угоди з принципалом, організацію власної збутової мережі,

технічне обслуговування складних товарів, після продажний сервіс.

**Г) посередники, які підписують угоди з третіми особами від свого імені і за свій рахунок (купці, дистриб'ютери, дилери).**

Такі посередники переважно називаються дистриб'юторами (функціональний аналог купців). Це – торговельні посередники з найбільшим обсягом повноважень, які потенційно можуть виконувати найбільшу кількість функцій, беруть на себе найбільші підприємницькі ризики та мають найбільшу свободу у прийнятті комерційних рішень.

### **11.3. Організаційні форми торговельно-посередницьких операцій**

Залежно від характеру здійснюваних операцій розрізняють такі види торговельно-посередницьких фірм: торговельні; комісійні; агентські; брокерські; фактори.

В свою чергу ці посередницькі підприємства можна умовно поділити на дві групи: а) ті, що мають право власності на товари; б) посередницькі структури, які не мають права власності на товари.

**Торговельні фірми** найчастіше здійснюють операції за свій рахунок і від свого імені (незалежні торгові посередники), юридично це оформляється договорами купівлі-продажу. Вони, як правило, підтримують тривалі відносини з постачальниками.

Незалежні торгові посередники укладають контракти на придбання партії товару, а потім реалізують товар за погодженими цінами на будь-якому ринку. Це великі фірми, що мають власні склади і транспортні засоби та займаються оптовими операціями.

Торгові фірми також можуть виступати як торговці за договором. Вони укладають договори з фірмою-продуцентом товарів на певних умовах: з визначенням ціни, ринку, строку та збуту. Такі фірми називаються офіційними дилерами або дистриб'юторами.

Види торговельних фірм:

- *торговельні дома* (trade houses) закупають товари у виробників або купують за кордоном і продають своїм оптовикам чи роздрібним торговцям.

- *експортні фірми* (export firms) закупають товар на внутрішньому ринку і перепродують за кордоном, іноді виконуючи і комісійні доручення. Вони бувають спеціалізовані, тобто з торгівлі одним товаром, і універсальні - широка номенклатура товарів;

- *імпортні фірми* (import merchants) закупають за свій рахунок за кордоном товари і продають на внутрішньому ринку. Вони звичайно мають великі склади з товарами і спеціалізуються на закупівлі одного сорту товарів, здебільшого сировинних або продовольчих; здійснюють сортування, упаковування; мають великий досвід, що дає їм можливість конкурувати з іншими фірмами. Ці фірми купують товари або в експортерів, або на біржах і аукціонах. Зараз досить поширені імпортні фірми, які торгують машинами й устаткуванням. Вони беруть на себе технічне обслуговування і, як правило, мають широку мережу дилерів – дрібних торговців;

- *оптові (гуртові фірми)* (wholesaler) є посередниками між промисловими підприємствами і роздрібними торговельними фірмами. Вони закупають за свій рахунок товари за кордоном великими партіями і реалізують окремим споживачам дрібнішими партіями, отримуючи прибуток за рахунок різниці в ціні.

Провести межу між оптовою й імпортною фірмою важко. Але оптова фірма закупає товари не тільки в експортера, а й товари вітчизняного виробництва і просуває їх у власну роздрібну мережу;

- *роздрібні фірми* (retailer) самі здійснюють операції з імпорту й експорту, не користуючись послугами великих оптових фірм. Вони мають широку мережу своїх магазинів, філій;

- *дистриб'ютори* (distributor) - це фірми в США, Великобританії та інших країнах, які здійснюють переважно імпортні операції і є торговцями за договором. Вони займаються продажем лише певного кола товарів.

До послуг дистриб'юторів вдаються промислові компанії, які виробляють продукцію, передаючи їм функції з реалізації.

Крім виконання функції торгового посередника, дистриб'ютор може також надавати маркетингові послуги, послуги з монтажу та налагодження обладнання, а також проводити навчання по експлуатації останнього;

- *стокісти* (stockist) - фірми, які перебувають у країні імпортера і виконують в основному консигнаційні операції.

**Комісійні фірми** виконують разові комерційні доручення від свого імені, але за рахунок виробника (продавця) або покупця.

Комісіонер – це посередник, який за встановлену винагороду (комісію) укладає угоди за дорученням і за рахунок комітента, але від свого імені.

Правовою основою регулювання відносин між комісіонером і комітентом є договір комісії. Комітент – сторона договору комісії, яка дає доручення комісіонеру на здійснення за винагороду однієї чи кількох угод від імені комісіонера, але за свій рахунок.

Комісіонер одержує від комітента (фізичної чи юридичної особи) товар у тимчасове фізичне володіння. Встановлюється продажна ціна за домовленістю і за згодою комітента. Після реалізації продукції віднімають з виторгу комісійні і витрати, пов'язані зі збутом. Залишок суми передається комітентові.

До послуг комісіонерів звертаються у разі продажу непродовольчих товарів, сільськогосподарської продукції. Комісіонери можуть бути представлені в організаційному аспекті як комісійні магазини, відділи (секції) комісійної торгівлі при універмагах, спеціалізованих магазинах. Продавці дрібнороздрібних пунктів продажу товарів (павільйонів, кіосків)

також можуть приймати вітчизняні й іноземні товари на комісію.

Комітент повинен сплатити комісіонеру винагороду за проведення комісійної операції. Розмір комісії встановлюється у вигляді певного відсотка від суми угоди.

*Комісійні експортні фірми* – д представники продавця або покупця – відповідають за:

- своєчасність поставки товарів;
- транспортування;
- документальне оформлення угоди;
- страхування;
- технічне обслуговування (іноді).

Можуть виконувати й обов'язки типу індента.

Індент (indent - замовлення на товари) – разове комісійне доручення імпортера однієї країни комісіонеру іншої країни на купівлю певної партії товару. Це замовлення комісіонер передає виробнику своєї країни. Якщо замовлення йде від імпортера комісіонеру (тобто навпаки) на покупку в країні експортера товарів, то воно називається індентом.

Якщо індент точно встановлює, у якого виробника повинна бути куплена дана партія товару, і якщо відомості про товар, що замовляється, вказані точно (сорт, колір або зразок), він називається закритим.

Індент, що надає комісіонеру право вибору виробника і не містить точних відомостей про товар, що замовляється, називається відкритим.

Один і той же індент може охоплювати кілька партій різних товарів, що замовляються у різних підприємств і зібраних в одне відправлення.

Різновидом комісійних експортних фірм також є конфірмаційні дома (confirming houses), що беруть на себе ризик щодо кредитів, які вони від імені виробника надають покупцю.

Конфірмаційний дім (від лат. confirmatio – затвердження) – це посередник між місцевими постачальниками та іноземними покупцями.

Закордонний покупець може попросити конфірмаційний будинок купити товари від його імені і надати кредит покупцю, оплативши ці товари.

*Комісійні імпортні фірми* – представники покупців своєї країни. Вони розміщують замовлення за кордоном від свого імені, але за рахунок вітчизняних комітентів. Крім того, можуть надавати й інші послуги - досліджувати кон'юнктуру ринку (огляди), стежити за відвантаженням товару тощо.

**Агентські фірми** виступають від імені і за рахунок принципала, юридично вони повністю незалежні.

Агент – це особа, яка діє від імені та в інтересах виробника чи покупця (споживача) (принципал). Агент не бере на себе право власності на товари. Головна його функція – це сприяння процесу купівлі-продажу.

Агентські фірми тривалий час підтримують тісний контакт із принципалом.

Розрізняють такі типи агентів:

– *агенти виробників* – представляють інтереси двох або кількох виробників товарів;

– *повноважні агенти зі збуту (збутові агенти)* – отримують право на збут і відповідають за маркетинг усієї продукції виробників; виконують функції відділу збуту, але не входять у структуру підприємства-виробника; вони взаємодіють з виробником на договірних умовах;

– *агенти із закупівлі* – найчастіше займаються підбором необхідного торгового асортименту (наприклад, для дрібних роздрібних торговців).

Правовою основою здійснення агентських функцій є агентський договір (угода), укладений між принципалом і агентом. Агент зобов'язується від імені принципала продати чи купити товар. При цьому ціна, розмір агентської винагороди й інших умов обумовлюються в

договорі. Перевагою використання агента є те, що він дає можливість підприємству збільшувати обсяг збуту продукції, допомагає виводити нові товари на існуючі і нові географічні ринки, формувати широкі контакти з покупцями.

**Брокерські фірми** – великі компанії, спеціалісти цих фірм мають високу кваліфікацію, підтримують постійні зв'язки з великими банками, що дає змогу їм іноді фінансувати угоди (у заставу під товар). Вони надають кваліфіковану інформацію, випускаючи низку бюлетенів.

Брокерські фірми - це особливий вид посередницьких фірм, які не є представником однієї із сторін договору купівлі-продажу. Їхнім основним обов'язком є знаходження партнерів, які й укладають договір між собою. За зведення партнерів один з одним брокер отримує брокерську винагороду. Брокери не мають права представляти інтереси другої сторони угоди і приймати від другої сторони комісію чи винагороду.

Брокер готує проект договору і направляє його сторонам для підписання, а потім передає кожній стороні належно підписаний екземпляр договору. Брокеру можуть бути доручені контроль за виконанням укладеного контракту і надання реклаमाцій. Він не стає власником товару і не уповноважений на одержання платежів.

Іноді посередниками можуть бути два брокери – один за дорученням продавця, другий – за домовленістю покупця.

Брокери спеціалізуються на продажі, купівлі одного виду товару, біржового або аукціонного.

Брокерська контора – це юридична особа, що займається посередництвом на біржі. Брокерські контори відкриваються членами біржі, розрізняються між собою товарною спеціалізацією. Вони можуть бути створені двома способами: на основі придбання акцій біржі чи шляхом покупки брокерського місця.

Брокерів у різних країнах називають по-різному: у Франції – куртьє,

в Німеччині і Швейцарії – маклерами, а у Великобританії – брокерами.

**Фактори** – торговельні посередники, які виконують широке коло посередницьких обов'язків від імені експортера: експортують продукцію; фінансують експортні операції, сплачують аванс виробнику, видають кредити покупцю, страхують. Звичайно вони беруть участь у торгівлі текстилем, шкурами, лісом. Таких фірм багато в США, Канаді, Великобританії.

На практиці один і той же посередник може виступати одночасно в різній ролі. За різними видами угод він може бути агентом і дистриб'ютором, брокером і агентом, виконувати імпортні й експортні операції і т. д., багато фірм займаються двома або більше, а часто і всіма видами дилерської діяльності. Це важливо враховувати менеджерам при організації ЗЕД торгово-посередницької ланки.

Отже, у міжнародній торговельній практиці вироблено досить чіткий механізм організації експортно-імпортних операцій, що здійснюються або безпосередньо фірмами-виробниками, або торговельними посередниками. Це дає можливість раціонально використовувати відповідні методи, професійно вести зовнішньоторговельну діяльність.

У числі фірм, підприємств і організацій учасників ринкового товарного обороту, особливе місце відводиться торговельно-посередницькій галузі, яка являється важливим провідником товарної, фінансової і інвестиційної політики.

Від правильного вибору торгового посередника залежить не лише можливість успіху в просуванні товарів на ринки, але і закріплення на цих ринках. Крім того, дана галузь створює необхідну комерційну інформацію для надання відповідних послуг всім учасникам ринкового обороту, які потребують управління власними ринковими сегментами по всьому ланцюгу відтворювального процесу.



## Питання для самоконтролю

1. В чому полягає економічна доцільність залучення посередників у ЗЕД підприємства?
2. Які недоліки притаманні торговельно-посередницьким операціям у ЗЕД?
3. Охарактеризуйте основні види торговельно-посередницьких операцій.
4. В чому різниця між комісійними і консигнаційними зовнішньоторговельними угодами?
5. Які основні принципи діяльності міжнародних посередників?
6. Які основні функції виконують посередники у зовнішньоекономічній діяльності?
7. Що означає для посередника працювати від свого імені і за рахунок принципала?
8. Як захистити консигнанту власні інтереси на зовнішньому ринку?
9. Чому дистриб'ютора (перепродавця) не можна вважати лише останнім покупцем?
10. В чому полягає основний принцип винагороди посередників?

## ТЕМА12

### ОРГАНІЗАЦІЯ І ТЕХНІКА ПІДГОТОВКИ УКЛАДАННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНИХ КОНТРАКТІВ

Укладання зовнішньоекономічних контрактів потребує серйозного підходу. Організацію і підготовку укладання таких контрактів повинні здійснювати спеціалісти. Неврахування певних питань при укладанні зовнішньоекономічних контрактів може призвести до втрати грошей, часу і партнерів. В першу чергу вивчаються питання юридичного характеру, які закріплені міжнародними нормами права з приводу предмета договору. Сьогодні така інформація є достатньо доступною. Самий простий засіб – скористатися мережею Інтернет. Інформація, яку можна отримати за допомогою мережі Інтернет це – найсучасніша нормативна база та коментарі до неї. Також можливо знайти інформацію про потенційного контрагента, на офіційному сайт компанії, проаналізувати відгуки партнерів про нього, тощо. Головне у вивченні цього питання правильно підібрати інформацію, перевірити її і вчасно скористатися.

Процес спілкування із партнером, теж полегшується завдяки новітнім комунікаційним технологіям. Процес комунікацій, це – електронна пошта, скайп, мобільний зв'язок, факс тощо.

В даному розділі розглянуті такі питання: поняття і види контрактів, форми договору купівлі-продажу, підготовка і укладання зовнішньоторгових договорів купівлі-продажу, способи встановлення взаємовідносин між потенційними покупцями та продавцями товару.

#### **12.1. Поняття, види і класифікація контрактів**

Законодавством України в положенні “Про форму зовнішньоекономічних договорів (контрактів)” надається визначення зовнішньоекономічного договору (контракту) в такий спосіб:

**Зовнішньоекономічний договір (контракт)** – матеріально оформлена угода двох або більше суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності та їх іноземних контрагентів, спрямована на визначення, зміну або припинення їх взаємних прав та обов'язків у зовнішньоекономічній діяльності.

Договір (контракт) укладається відповідно до Закону України “Про зовнішньоекономічну діяльність” та інших законів з урахуванням міжнародних договорів України. Суб'єкти підприємницької діяльності при складанні тексту договору мають право використовувати відомі міжнародні звичаї, рекомендації міжнародних органів та організацій, якщо це не заборонено прямо та у виключній формі Законом України “Про зовнішньоекономічну діяльність” та іншими законами України.

Зовнішньоекономічний договір (контракт) укладається суб'єктом зовнішньоекономічної діяльності або його представником у простій письмовій формі, якщо інше не передбачено міжнародним договором України чи законом.

Для підписання зовнішньоекономічного договору суб'єкту зовнішньоекономічної діяльності не потрібен дозвіл будь-якого органу державної влади, управління або вищої організації, за винятком випадків, передбачених законами України.

Зовнішньоекономічний договір має такі основні **ознаки**:

- контрагенти знаходяться в різних країнах;
- товар перетинає кордон;
- розрахунок в іноземній валюті, окрім товарообмінних операцій;
- комерційний характер.

Суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності мають право укладати будь-які види зовнішньоекономічних договорів, крім тих, які прямо та у виключній формі заборонені законами України.

Зовнішньоекономічна діяльність передбачає широке коло економічних взаємовідносин між суб'єктами господарювання, які

оформляються у вигляді договорів. Виділяють такі **види зовнішньоекономічних контрактів:**

1. Контракт купівлі-продажу товарів.
2. Контракт про імпорт обладнання (устаткування).
3. Контракт про зустрічну торгівлю.
4. Контракт про лізинг.
5. Контракт про виконання робіт із матеріалів замовника (давальницької сировини).
6. Контракт комерційного представництва.
7. Контракт про консигнаційний склад.
8. Контракт про технічне обслуговування.
9. Контракт про комісію.
10. Контракт про кооперацію.
11. Контракт про іноземні інвестиції.
12. Ліцензійний контракт.
13. Контракт про надання передового досвіду, нових знань (ноу-хау).
14. Контракт про спорудження інвестиційного об'єкта.
15. Контракт про перевезення (транспортування).
16. Контракт про міжнародну експедицію.
17. Контракт про страхування.
18. Контракт про контроль кількості і якості товарів у міжнародному обігу.
19. Контракт про факторинг.

Серед всіх видів договорів можна виділити такі **типи** (рис. 12.1):

**1. Договори, які спрямовані на передачу майна у власність або оперативне управління** включають такі види договорів: договір купівлі-продажу та договір постачання; договори на виконання робіт, договори на надання господарських послуг.



Рис. 12.1 Типи договорів

За **договором купівлі-продажу** одна сторона (продавець) зобов'язується передати товар у власність іншої сторони (покупця), який зобов'язується сплатити за нього визначену суму грошей.

Об'єктом договору – виступає товар. Виділяють такі форми договору купівлі-продажу:

1. Звичайна угода купівлі-продажу – негайна передача товару, що є у продавця в наявності, відносини між партнерами оформлюються договором постачання або купівлі-продажу. Сторонами такого договору виступають продавець і покупець або постачальник і споживач.

2. Форвардна або термінова угода – укладається на термін, як правило,

від 6 до 14 місяців.

3. Купівлі-продажу товарів на термін, тобто проводяться попередні закупки матеріалів, сировини і здійснюються постачання готової продукції у визначений час.

4. Угода з передавання інформації типу ноу-хау – відносини партнерів у переданні одного або декількох незапатентованих “секретів виробництва” за певну винагороду.

5. Угода із встановлення прямих виробничих зв’язків – відносини, що ґрунтуються на безпосередньому співробітництві між фірмами у виробничій, науково-технічній та інших галузях діяльності. Оформлення угоди здійснюється у вигляді контракту, господарського договору або протоколу про наміри (на початковій стадії).

6. З експорту товару – договір про постачання партнерові з іншої країни.

7. Зі взаємного постачання продукції (зустрічна торгівля).

**Договір постачання** – найпоширеніший вид договору, що опосередковує товарообмінні операції на ринку. До договору постачання застосовують правила ті, що і для договору купівлі-продажу, якщо інше не передбачене законодавчими актами або самими договором.

Різновидом договору постачання є договори про *взаємні постачання продукції і товарів*, які обслуговують зустрічну торгівлю, найчастіше такі договори застосовуються при бартерних операціях. І *договори контрактації* – виробник сільськогосподарської продукції зобов’язується передати заготовнику такої продукції (контрактанту) у власність вироблену ним продукцію у визначені терміни, а контрактант зобов’язується забезпечити виробнику сприяння у виробництві сільськогосподарської продукції, прийняти її і сплатити за неї визначену ціну.

**Договори на виконання робіт** включають усі договори підряду. За договором підряду підрядник зобов’язується на свій ризик виконати певну

роботу за завданнями замовника з використанням його або своїх матеріалів, а замовник зобов'язується прийняти роботу та сплатити її вартість. Замовник має право перевіряти якість робіт і немає права втручатися у господарську діяльність підрядника.

*Договір про виконання науково-дослідних та експериментально-конструкторських робіт* зобов'язує виконавця провести визначені завданням наукові дослідження, розробити зразок нового виробу і конструкторської документації до нього, нову технологію виробництва або інше виробниче нововведення, а замовник зобов'язується прийняти роботу і оплатити її.

*Договори на надання господарських послуг і на розрахункове обслуговування банків* включають *договір про перевезення вантажу*, за яким транспортна організація (перевізник) зобов'язується доставити довірений товар у визначений термін, визначеної кількості і якості одержувачу та отримати за це винагороду.

*Договір складського зберігання* передбачає зобов'язання однієї із сторін за винагороду зберігати товари, передані їй товаровласником і повернути в цілості.

*Договір на технічне обслуговування*, в основному, це стосується торговельного устаткування, наприклад, технічне обслуговування контрольно-касових машин.

*Договір про рекламу торговельного підприємства* забезпечення реклами тих товарів, які реалізує торгове підприємство.

*Договір банківського рахунку* – банк зобов'язується зберігати кошти на рахунку клієнта і забезпечувати їх обслуговування, тобто зараховувати суми, що надходять на цей рахунок, перераховувати гроші на інші рахунки за вимогою клієнта, тощо.

*Договір банківського вкладу* – банк зобов'язується зберігати вкладені клієнтом кошти.

*Договір позики(кредитний договір)* – кредитор передає позичальнику певні цінності у власність, а потім позичальник зобов’язується своєчасно повернути його та виплатити винагороду.

**2. Договори, які спрямовані на передачу майна в тимчасове володіння і користування** включають усі види договорів оренди, у тому числі лізингові.

*Договір оренди* – передбачає, що орендодавець надає орендарю майно за плату в тимчасове володіння і користування або в тимчасове користування. Особливою формою договірних майнових відносин є лізинг. *Лізингова діяльність* є особливою тому, що в ній приймає участь посередник – лізингова компанія.

## **12.2. Інститут міжнародної комерційної угоди**

**Інститут міжнародної комерційної угоди** – це сукупність цивільно-правових норм, регулюючих порядок і форми здійснення угод, які укладаються з іноземним партнером, їх зміст, умови дійсності угоди і юридичні наслідки її недійсності.

**Джерелами права у цьому випадку є :**

- міжнародні норми права;
- міжнародні конвенції (угоди, договори);
- система нормативних актів, що регулюють зовнішньоекономічну діяльність.

При укладанні договору купівлі-продажу товару підприємці керуються принципами міжнародних комерційних договорів. Принципи – це не міжнародний договір (конвенція) обов’язковий для держави, а звичай міжнародної торгівлі, який визнається на рівні держави, як джерело права.

Принципи УНІДРУА – Міжнародний інститут з уніфікації приватного права, прийняті в світовій практиці в якості основи для



регулювання взаємних прав і обов'язків контрагентів, здійснюючих свої взаємовідносини на принципах свободи договору і рівності сторін. УНІДРУА – це міжнародна неурядова організація, яка займається питаннями підготовки міжнародних конвенцій та інших документів у сфері міжнародної торгівлі. Для того, щоб застосувати Принципи у зовнішньоекономічному договорі необхідно зробити на них посилання. Перша редакція Принципів датована 1994 роком, а в 2004 році вийшла нова редакція.

Договір купівлі-продажу має ряд ознак, які зазначені *Віденською конвенцією ООН* про договори міжнародної купівлі-продажу товарів 1980 року. З 1 вересня 1991 року до Конвенції приєднався СРСР. Оскільки Україна набула прав і обов'язків СРСР за багатосторонніми договорами, то і членство колишнього СРСР в ООН перейшло до України. Отже, до договорів, укладених суб'єктами, що знаходяться на території України, застосовуються положення Віденської конвенції.

**Мета** Віденської конвенції – сприяти уніфікації національних законодавств, регулюючих міжнародну купівлю-продаж товарів.

**Значення Віденської Конвенції полягає в тому, що вона:**

– містить єдине регулювання укладання і використання договорів міжнародної купівлі-продажу товарів і дозволяє уникнути значних відмінностей в національних законодавствах;

– сприяє прискоренню, полегшенню та призводить до зменшення вартості комерційних переговорів, оскільки зникає потреба у доскональному вивченні іноземного зовнішньоторгового законодавства і практики його вживання;

– створює посилання для однозначного розуміння сторонами їх прав та обов'язків;

– сприяє виключенню можливості нав'язувати сильним партнерам більш слабким односторонньо вигідних умов договору, що має істотне

значення для ліквідації нерівноправних дискримінаційних відносин в міжнародній торгівлі;

– визначає основні обов'язки продавця і покупця по договору;

– регулює відносини суб'єктів – сторін договору у випадку виникнення спорів між ними, що належать до держав, які не є учасниками Віденської Конвенції;

– встановлює перелік об'єктів договору купівлі-продажу, до яких конвенція не застосовується.

В практиці міжнародної торгівлі застосовуються типові контракти.

**Типовий контракт** – це розроблений згідно встановлених правил документ, який містить приблизні зразки формулювання умов певного виду договору. Він немає юридичної сили і виконує лише допоміжну роль.

Типові контракти в основному роблять великі експортери певного виду продукції, які контролюють більшу частину ринку цього товару. Розробляють типові контракти і торговельні палати, асоціації, федерації експортерів та біржі. Більшість статей контракту є уніфікованими, тобто заздалегідь узгодженими, а ті статті, які потребують додаткового узгодження є найбільш важливими статтями контракту і заповнюються тільки після їх узгодження. Важливим при розробці типових контрактів є постійний контроль всіх статей контракту, так як змінюються умови і технології, що супроводжують організацію міжнародної торгівлі. Наприклад, сьогодні сучасні технології дозволяють перевозити зерно танкерами, що раніше робити було не можливо, тому що воно вбирало в себе запахи нафтопродуктів. Ця зміна в технології передбачає і зміну в типовому договорі. Важливим є відстеження законодавства при використанні типових контрактів, щоб уникати невдоволеності з боку покупців і спорів у суді.

Не для всіх товарів можна скласти типові контракти, тому що контракт купівлі-продажу на деякі машини і складне устаткування містить

понад 100 статей.

### 12.3. Підготовка і укладання зовнішньоторгових договорів купівлі-продажу

Ділові переговори умовно можна поділити на такі **етапи**:

**1. Підготовка до укладання договору** необхідно забезпечити: вибір ринку і його вивчення, вибір контрагента, проведення попередніх переговорів.

**1. Вибір ринку і його вивчення.** Вивчення ринку – це не просте завдання, оскільки сучасний міжнародний ринок – це складний механізм, в якому бере участь велика кількість суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності, і на який впливають економічні, політичні, соціальні, культурні та інші фактори. Учасники зовнішньоекономічної діяльності, досліджуючи ринок, опрацьовують значний обсяг інформації. Об'єкти дослідження залежать від роду діяльності фірми, поставлених цілей тощо. Хоча існує ряд найважливіших чинників, які досліджують суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності в обов'язковому порядку під час підготовки зовнішньоекономічної операції, це – політичні відносини з країною контрагентом, торговельно-політичні умови, правові питання, транспортні умови, умови оплати і кредиту, кон'юнктура та місткість ринку, специфічні вимоги ринку, канали та методи збуту.



Рис. 12.2 Етапи проведення ділових переговорів

Аналіз *політичних відносин з країною контрагентом* дає відповідь на питання: чи варто проводити аналіз і вивчати наступні фактори? Якщо політичні відносини між державами напружені необхідно зважити чи варто укладати договір з партнером з цієї країни, чи буде результат вартий всіх ризиків.

Вивчення *торгово-політичних умов* передбачає визначення особливостей і можливостей укладання зовнішньоторгових угод з тією або іншою країною. Необхідно звернути увагу на: умови міжурядових торгових узгоджень, що регулюють ввезення товару в дану країну; порядок отримання експортних і імпортних ліцензій, рівень митного обкладання; систему державного регулювання зовнішньої торгівлі (з тією чи іншою країною або групою країн).

Вивчення *правових питань* передбачає дослідження правових питань міжнародного рівня – міжнародних договорів (різного роду конвенції); міжнародних звичаїв – загальне правило, що склалося у зовнішній торгівлі на основі постійного повторення даних фактичних відносин; а також правових питань національного рівня певної країни, в якій планується організувати зовнішньоекономічну діяльність.

Вивчення *транспортних умов* це – аналіз наявності прямих рейсів, тарифи перевезень, фрахтові ставки, ступінь механізації вантажно-розвантажувальних робіт, умови збереження вантажу, правила здавання і прийняття вантажу.

*Умови оплати і кредиту*, які форми розрахунку за товар, необхідність кредиту його вартість, терміни. Необхідно знати про кредитоспроможність можливих контрагентів.

*Кон'юнктура та місткість ринку* – визначення місткості товарного ринку допомагає визначити загальні умови, у яких можлива торгівля. Правильна оцінка кон'юнктури дає змогу правильно визначити місце і час виходу на ринок з урахуванням тактики конкурентів і контрагентів.

*Специфічні вимоги ринку* склалися відповідно до географічних, кліматичних історичних умов, традицій, культури, смаків, віросповідання, тощо. Таку інформацію необхідно детально вивчати, тому що багато помилок фірми роблять недооцінюючи цей фактор.

*Канали та методи збуту* – вивчається збутова мережа, роль в ній посередників. Особливої уваги заслуговує вивчення організації збуту конкурентів. Також вивчається договірна практика, методи і техніка збуту, організація рекламної кампанії.

**2. Вибір контрагента.** Важливим є юридичний статус фірми, тому що він визначає межі її повноважень. Особливого значення набуває ведення справ із підприємствами корпоративного типу, які поділяються за ступенем відповідальності учасників (в українській класифікації) на: повне товариство, командитне товариство, товариство з обмеженою відповідальністю, товариство з додатковою відповідальністю, акціонерне товариство.

**3. Проведення попередніх переговорів.** Укладання договору купівлі-продажу товарів – це певний процес, який включає систему дій сторін (партнерів) в ході узгодження умов договору. Начальним етапом є попередні переговори, які називають – *трактацією угоди*.

Попередні переговори ведуться: поштою, телеграфною перепискою, по телефону, особистими зустрічами. Найбільш ефективний спосіб – це, звичайно, особиста зустріч, успіх від якої залежить від попередньої підготовки. Необхідно зібрати інформацію про майбутнього партнера. Зібрання цієї інформації навряд чи дасть повну картину, тому остаточне рішення приймається за висновками першої зустрічі – ця зустріч несе інформаційний характер. На цій зустрічі необхідно надати інформацію про себе, яка повинна містити:

1. інформацію про основні напрями діяльності, про особливості вашої організації, які можуть зацікавити потенціального партнера;

2. інформацію про успішний досвід роботи, включаючи відгуки партнерів про роботу вашої організації;

3. інформацію про продукцію фірми її переваги, гарантії надійності.

Окрім цього, готуючись до переговорів необхідно передбачити інтереси партнера, його позицію і аргументувати на їх користь. При цьому необхідно урахувати культурні, психологічні та інші особливості партнера. Під час ділового спілкування необхідно чітко сформулювати цілі, завдання і позиції партнерів. Також під час переговорів важливо записувати усі пропозиції і плани. До переговорів необхідно підготувати проекти документів. Тому, що письмова форма виключає втрату інформації і дозволяє точно вивчити документ. Також дозволяє визначити неточності, недопрацьовані місця, спірні питання.

Підготовка до ділових переговорів потребує витрат часу і певних витрат, але помилки можуть коштувати на багато більше.

**2. Проведення переговорів** – вимагає певних зусиль, уваги та сконцентрованості, тому що необхідно чітко визначити особливості умов, які остаточно пропонує прийняти контрагент. Якщо були проведені попередні переговори, то на цьому етапі робляться лише остаточні узгодження.

В кінці переговорів кінцевий текст договору, узгоджений сторонами, затверджується керівництвом обох фірм. Тільки після цього підписаний уповноваженими представниками фірм контракт вступає в силу.

**3. Підсумки укладеного договору** після укладання договору робляться підсумки, де визначаються плюси, мінуси, сильні і слабкі сторони проведення переговорів і укладення контракту. Для того, щоб у подальшому ефективно використовувати свої сильні сторони і виключати зроблені помилки.

Укладання договору купівлі-продажу за умовами Віденської конвенції проходить в два етапи:

1. Пропозиція укласти договір – оферта.
2. Прийняття пропозиції – акцепт.

**Оферта** – це адресована одному або декільком конкретним особам пропозиція, якою достатньо точно визначений і виражений намір особи, яка зробила пропозицію – **оферента**, вступити в юридично зобов'язуючий договір, як тільки **акцептант**, якому адресована оферта, прийме її.

Прийняття такої пропозиції визначається акцептом, якщо вона отримана оферентом у встановлений термін. Відповідь про згоду укласти договір за іншими умовами ніж, ті, які були запропоновані в оферті, розглядаються як нова, зустрічна оферта. Оферта покупця за договором купівлі-продажу направляється у формі замовлення і має такий зміст:

- точне і скорочене найменування продавця, його товарна марка, фірмовий знак;
- найменування товару;
- коротку і достатню характеристику товару;
- обсяг постачання;
- мінімальна кількість товару, що постачається в партії;
- дані про упаковку;
- умови поставки за Інкотермс;
- термін постачання;
- оптову знижку.

В міжнародній торгівельній практиці розрізняють два **види оферти**: тверду і вільну.

**1. Тверда оферта** – письмова пропозиція продажу певної партії товару направлена лише одному покупцю із зазначенням терміну, протягом якого продавець є зв'язаний своєю пропозицією. Тобто експортер зобов'язаний поставити запропонований товар на запропонованих ним умовах, невиконання цих умов приведе до відшкодування оферентом збитків покупця за недотримання пропозиції укласти договір.

### ***Особливості твердої оферти:***

- продавець визначає термін протягом якого він є зв'язаним запропонованими умовами і немає права їх змінити;
- отримана адресатом оферта не може бути відкликана протягом терміну встановленого для її акцепту ( якщо це не зазначено);
- протягом даного терміну продавець не може звернутися з цією пропозицією до іншого партнера;
- відповідь, не отримана за терміном вказаним в оферті, є відмовою покупця від укладання контракту;
- акцепт повинен бути повним, незгода покупця з якою-небудь умовою означає відмову.

Між продавцем і покупцем може продовжуватися визначення умов до тієї пори, поки не буде досягнута угода за всіма умовами контракту. Така пропозиція укласти договір, тобто тверда оферта, розсилається покупцям дорогих і унікальних товарів, а також на підрядні роботи.

**2. Вільна оферта (публічна)** – це пропозиція продажу певної партії товару, яка направлена невизначеній кількості покупцям і не призначає для оферента, які-небудь обов'язки. Тобто пропозиція робиться на одну і ту партію товару, і до того ж одночасно декільком покупцям.

Термін акцепту для публічної оферти, якщо не визначений у договорі, то встановлюється законом або іншими правовими актами. Згода покупця на умови вільної оферти, ще не означає укладання договору, якщо покупець згодний з такою пропозицією, то він повинен підтвердити свою згоду *твердою контрофертою*. Якщо фірма-продавець акцептує контроферту, то контракт вважається укладеним на запропонованих умовах. Вільна оферта розсилається покупцям масового попиту. Сучасні технології дозволяють публічну оферту опубліковувати на сайті. Зручним є те, що оплатити товар теж можливо використовуючи електронні гроші через мережу Інтернет, а товар отримати поштою.



Проблема вибору законодавства вирішується згодою сторін. Сторони мають право самі обирати право держави, яке буде регулювати їх відносини. Якщо така згода відсутня або не виражена у контракті, тоді застосовуються колізійні норми.

**Колізійна норма** – це норма, що визначає право держави, яке повинне бути застосоване до відповідних відносин з іноземним суб'єктом.

Якщо місце укладання оферти не вказане у договорі, то договір визначається укладеним у місці проживання оферента.

При укладанні договору необхідно враховувати, що умови поділяються: на істотні і неістотні.

**Істотні умови контракту** – це умови без яких він немає юридичної сили. До яких належать: предмет договору; умови, які названі у законі або інших правових актах, як істотні або необхідні для договору певного виду; умови відносно яких, за заявою однієї із сторін, повинна бути досягнута згода.

Не включення **неістотних умов** до контракту не тягне за собою його недійсність. Якщо одна сторона порушила ці умови, то інша сторона немає права розірвати угоду, вона може тільки вимагати виконання обов'язків і відшкодування збитків.

### **Питання для самоконтролю**

1. Назвіть основні ознаки зовнішньоекономічного договору.
2. Які є типи міжнародних договорів?
3. Яке значення Віденської Конвенції при укладанні договорів купівлі-продажу?
4. Розкрийте необхідність типових контрактів.
5. Назвіть етапи ділових переговорів.
6. Які фактори впливають на вибір ринку для здійснення

зовнішньоекономічної діяльності?

7. Назвіть етапи укладання договору купівлі-продажу за умовами Віденської конвенції.

8. Назвіть особливості твердої і вільної оферти.

9. Назвіть недоліки твердої і вільної оферт.

10. Що таке колізійна норма?

## ТЕМА 13

### СУЧАСНІ ФОРМИ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ

Здавна країни обмінюються між собою товарами, тому що у кожній країні ринок має свої економічні особливості, географічне положення, кліматичні умови, наявність ресурсів, стан економічного розвитку тощо. Ці особливості спричиняють наявність у кожній країні, тих товарів і послуг, які будуть користуватися попитом на міжнародному ринку. Обмін товарами відбувається, як в грошовій, так і в натуральній формах, шляхом прямих (при даному методу торгівлі не використовуються посередники) і непрямих (у процесі торгівлі беруть участь посередники) продаж.

Підприємство може продавати готову продукцію, тобто ту, яка повністю готова до вживання, або сировину, яка потребує подальшої обробки. Також попитом користується продукція в розібраному вигляді. Значного розвитку набула і зустрічна торгівля.

У цьому розділі аналізуються різні форми міжнародної торгівлі, які мають свої особливості, переваги і недоліки. Тому що підприємство постає перед проблемою вибору такої форми міжнародної торгівлі, яка найбільш вигідна для нього.

#### 13.1. Основні форми міжнародної торгівлі

Форми міжнародної торгівлі на світовому ринку характеризуються великим розмаїттям. Підприємство може обирати ту форму, яка притаманна його діяльності.

**Форма міжнародної торгівлі** – це засіб наявності певного (конкретного) виду міжнародного зв'язку, зовнішній прояв його сутності. **Вид міжнародної торгівлі** – це сукупність зв'язків, об'єднаних однією ознакою.

Вибір форми міжнародної торгівлі підприємством залежить від сфери його діяльності, цілей, особливостей держави. Серед форм міжнародної

торгівлі вирізняються такі основні: торгівля готовою продукцією, торгівля виробами в розібраному вигляді, торгівля комплектним обладнанням, оренда машин і обладнання, торгівля у складі консорціуму, торгівля сировиною, зустрічна торгівля.

**1. Торгівля готовою продукцією.** Готова продукція – це продукція, яка призначена для кінцевого споживання. Вона є повністю зібраною і готовою до вживання споживачами. Міжнародна торгівля готовою продукцією вимагає від фірм-виробників або фірм, що з ними співпрацюють (посередників), комплексу робіт, що підвищують конкурентоспроможність продукції (фірми), цей комплекс робіт називають *передпродажним сервісом*. Особливістю торгівлі готовою продукцією є не тільки організація передпродажного сервісу, а й надання *післяпродажного обслуговування*.

Важливим є створення в країні споживача *складів* для готової продукції. Це обумовлено жорсткою конкуренцією між фірмами виробниками за таким фактором, як *термін постачання*. Створення складів можуть собі дозволити не всі компанії. Наприклад, ринок Японії прагне працювати “точно-вчасно”. Тобто розподіл продукції здійснюється одразу після її постачання. Оскільки земля є вкрай дефіцитною в цій країні, то лише великі компанії можуть дозволити собі будівництво складів, що потребує додаткових капіталовкладень на їх спорудження та утримання.

Окремої уваги заслуговує і організація *реklamних заходів*, щодо реалізації готової продукції, як один із ефективних способів просування товару на ринок.

**2. Торгівля виробами в розібраному вигляді.** Постачальник постачає товар у вигляді набору комплектуючих, а його партнер збирає ці вироби та здійснює продаж. Ця форма міжнародної торгівлі отримала свій розвиток за низкою причин:

1. Можливість економити на транспортних витратах.

2. Економія на миті, як правило мито на вироби в розібраному вигляді значно нижче (20-25%), ніж на готовий товар. Це зумовлено тим, що уряди країн імпортерів зацікавлені у розвитку виробництва на своїй території, підвищенні зайнятості робочої сили.

3. Постачальники із промислово розвинутих країн з високим рівнем заробітної плати прагнуть отримати додатковий прибуток за рахунок збору своїх виробів в країнах з більш низьким рівнем зарплат.

4. Торгівля виробами в розібраному вигляді може використовуватися також у тому випадку, коли існує заборона (ембарго) на імпорт в будь-яку країну продукції з країни експортера. Тоді в обхід цій забороні постачається продукція в розібраному вигляді в третю країну, де вона збирається і фірми цієї третьої країни продають продукцію в ту країну, котра є бажаним об'єктом призначення.

*При торгівлі продукцією в розібраному вигляді необхідно дотримуватися наступних вимог:*

1. Продукція повинна бути розділена на такі вузли і деталі, складання яких не потребує високої кваліфікації робочого персоналу і забезпечує зберігання високої якості товару в цілому.

2. Точність вироблення окремих вузлів повинна бути такою, щоб повністю виключати підгінні роботи.

3. Місце виготовлення виробу на окремі вузли і агрегати повинне забезпечити максимальну економію на транспортних витратах.

4. Своєчасність постачання вузлів і деталей повинно бути такою, щоб забезпечити ритмічність виробництва по збірці виробів, в іншому випадку можуть різко зрости витрати, знизиться ефективність експорту.

5. Створення складських запасів вузлів і деталей за кордоном повинно бути оптимальним інакше збільшиться оборотний капітал компанії і знизиться ефективність експорту.

При розподіленні відповідальності за дефекти, які виявлені під час

експлуатації виробів у розібраному вигляді, виникають труднощі, тому поділ відповідальності повинен бути чітко визначений у контракті.

Ця форма отримала подальший розвиток, і з'явилася така форма, як **прогресивне складання**, яке передбачає організацію збірного виробництва готової продукції з імпортних вузлів та деталей і одночасно іноземний партнер приймає обов'язки сприяння організації в країні-імпортері власного виробництва, постачання певних комплектуючих з тим, щоб протягом установленого контрактом строку повністю перейти до самостійного випуску готової продукції в цій країні. Звичайно, продається, і ліцензія на саму продукцію, і ноу-хау на випуск вузлів та окремих деталей.

### **3. Торгівля комплектним обладнанням.**

**Комплектне обладнання** – певний комплект машин і механізмів, що є повним технологічним циклом промислового виробництва. Покупцями такого виду продукції є підприємства, що займаються технічним переобладнанням виробництва, що потребує крупних одночасних капіталовкладень.

Торгівля комплектним обладнанням отримала свій розвиток в кінці 60-х років ХХ століття. Сьогодні на зростання обсягів торгівлі комплектним обладнанням впливає НТП, що викликає прискорення морального старіння обладнання та необхідність його постійного оновлення (від 15-20% торгівлі машинами і обладнанням займає торгівля комплектним обладнанням).

Різновидом торгівлі комплектним обладнанням є **інжиніринг** – це зовнішньоекономічна діяльність у формі консультацій, розробки документації, підготовки і передачі результатів проведення економічних розрахунків, передачі нових процесів, удосконалення організації виробництва.

#### **Види інжинірингової діяльності:**

1. Контракт “Під ключ”.
2. Контракт “Товар в руки”.

### 3. Контракт “Ринок праці”.

*Контракти “Під ключ”* включають виконання наступних моментів:

1. економічне обґрунтування спорудження;
2. розробка технічного завдання, технічного проекту і робочого проекту;
3. постачання будівельних матеріалів для спорудження промислових і адміністративних будівель і об’єктів інфраструктури;
4. постачання повного комплексу технічного обладнання;
5. монтаж технічного обладнання, налагодження і пуск в експлуатацію;
6. укомплектування об’єкта необхідним інструментом, інвентарем і приладами;
7. навчання персоналу, експлуатації і ремонту об’єкту;
8. забезпечення експлуатації об’єкта протягом гарантійного строку і передача його замовнику в повній готовності до роботи.

*Контракт “Товар в руки”* – зобов’язання по контракту вважаються виконаними, якщо підприємство випустило першу серійну партію продукції.

*Контракт “Ринок у руках”* – зобов’язання вважаються виконаними при першому випуску товару на внутрішній або зовнішній ринок в залежності від умов контракту.

**4. Оренда машин і обладнання** виникла через наявність наступних причин: для виробників – це додаткова можливість збуту за умов загостреної конкуренції; для споживачів – це можливість поповнювати свої основні фонди без одночасної мобілізації значних фінансових застав.

Предметами оренди зазвичай виступають: машини, обладнання, спорудження та інше нерухоме майно.

Тривалість оренди залежить від характеру предмета оренди. Якщо на початку розвитку цієї форми торгівлі орендодавцями часто виступали самі виробники, то на сьогодні значний розвиток отримали спеціальні лізингові

компанії.

Суб'єктами при здійсненні лізингових операцій виступають – лізингова компанія, банк, страхова компанія, виробник предмета лізингу, лізингоодержувач.

Механізм лізингових операцій наступний: лізингова компанія купує обладнання у виробника для того, щоб надати його в оренду лізингоотримувачу, при цьому гроші на його купівлю бере у кредит у банку і страхує в певній страховій компанії. Лізингова компанія, банк і страхова компанія частіше за все є партнерами на ринку. Постає питання: а чому фірмі просто не взяти кредит і купити певне обладнання? Проблематично взяти кредит на купівлю товару, оскільки фірмі необхідно буде доводити свою платоспроможність, порядність. В разі невиконання кредитного договору банк тільки через рішення суду зможе застосовувати відповідні дії, щодо боржника, так як він є власником предмету, який був куплений за гроші взяті у кредит. Простіше вирішуються питання в разі несплати лізингових платежів, тому що власником предмету лізингу є лізингова компанія.

Таким чином, лізингові компанії купують обладнання у виробника, потім здають в оренду лізингоотримувачу, після закінчення строку оренди обладнання ремонтують і продають. Хоча предмет лізингу може бути придбаним і самим лізингоодержувачем за ринковою ціною за винятком суми сплаченої за оренду.

Сума орендної плати повинна покривати орендодавцю вартість придбаного обладнання, вартість кредиту, адміністративні витрати, витрати на страхування, технічне обслуговування і забезпечувати прибуток.

### **5. Торгівля у складі консорціуму.**

**Консорціум** – це тимчасові статутні об'єднання промислового і банківського капіталу для досягнення спільної мети. Вони створюються для підвищення технічної і комерційної конкурентоспроможності продукції. Фірми, які беруть участь у конкурентній боротьбі за отримання замовлень



на постачання крупних партій товару або виконання крупних підрядних робіт об'єднуються у консорціум і стають партнерами. Партнери по консорціуму збільшують свої шанси на отримання замовлення. Віддаючи частку замовлення поставки своїм партнерам, до цього колишнім конкурентам.

Для вітчизняних організацій участь у консорціумах може бути вигідною через можливість досягнення наступних *цілей*:

1. Підвищити технічну конкурентоспроможність за рахунок найкращих конструкторських і технічних рішень партнерів.

2. Підвищити технічну і комерційну конкурентоспроможність за рахунок поділу продукції, що виробляється між партнерами з урахуванням їх досвіду, технічної оснащеності і рівня організації виробництва та збуту. Такий поділ робіт між компаніями, що співпрацюють дозволяє не тільки підвищити якість продукції, а також знизити витрати виробництва, отже дозволяє консорціумам реалізовувати продукцію за нижчими цінами.

3. Підвищити комерційну конкурентоспроможність сумісної пропозиції за рахунок мобілізації партнерами своїх кредитних ресурсів. Поділ між партнерами кредитних ресурсів. Крім цього, дозволяє знизити валютний ризик, спростити страхування.

4. Підвищити конкурентоспроможність за термінами за рахунок поділу крупного замовлення кількома постачальниками.

5. Підвищити конкурентоспроможність вітчизняного обладнання, коли воно входить в комплект поставки.

Ініціативою створення консорціуму виступає – провідна компанія, що випускає продукцію. Хоча останнім часом часто організаторами консорціумів стали виступати і інжинірингові компанії.

За згодою партнерів вибирається лідер в обов'язки якого входить організаторська робота. Партнери виплачують фірмі, яка виконує роль лідера винагороду пропорційно частці кожного учасника в загальній сумі обов'язків

перед замовником.

Ціни консорціуму є економічно обумовленими, так як вони самостійно визначають ціну, умови кредиту, на свою частину поставок встановлюють розрахунки, надають необхідні банківські гарантії.

Однак, залишаючись економічно незалежними вони несуть солідарну відповідальність за виконання контрактних обов'язків будь-яким з партнерів. Під час солідарної відповідальності замовник має право пред'явити претензію лідеру або будь-якому члену консорціуму, або скористатися банківською гарантією будь-якого учасника консорціуму в подальшому. Крім того, партнери визначають винного у порушенні умов контракту і частину фінансової відповідальності кожного, також встановлюються межі одноосібної відповідальності.

**6. Торгівля сировиною** – це, в основному, угоди торговельних компаній які спеціалізуються на торгівлі одним або кількома видами ресурсів і діють переважно на ринках, де споживачі і продавці, через їх розрізненість, не мають можливості організувати власну мережу постачань необхідної сировини.

Особливість торгівлі сировинними товарами полягає у значній частці витрат на транспортування і збереження такого товару. Посилюється вимога імпортерів до екологічної безпеки цих товарів. Також ринки торгівлі сировиною характеризуються високим ступенем монополізації. Специфіка організації торгівлі сировинними ресурсами підвищує роль державного втручання у визначення обсягів, напрямів, форм і методів торгівлі.

**7. Зустрічна торгівля.** Це найстародавніший вид міжнародної торгівлі, який полягає в обміні предметами торгівлі. Зустрічна торгівля як форма міжнародних торговельних зв'язків виникла в 60-ті роки. Головна причина – загострення проблеми збуту. Продавці заради можливості продажу своїх товарів йдуть на те, щоб не одержувати від покупців грошовий еквівалент, а товарний, який потім використовують, споживають

або продають на ринку. Чималу роль відіграють і інші чинники: нестача іноземної валюти в цілому ряді країн; завищення курсу місцевої валюти; приховування реальних експортних цін за картельними угодами (фірми, які є членами певних організацій зобов'язані при комерційному продажу дотримуватися спільного в рамках даної організації рівня цін); розрахунок з неплатоспроможними країнами; просування нерациональних товарів на світовий ринок.

**До зустрічної торгівлі належать:** зовнішні торгові операції, при здійсненні яких, в контрактах фіксуються обов'язки експортерів та імпортерів здійснити повний або частковий збалансований обмін товарів. За частковою збалансованістю різниця у вартості покривається грошовими платежами.

Ініціаторами зустрічної торгівлі є імпортери, які отримують можливість реалізації своїх товарів. Уряд країн імпортерів підтримує їх прагнення до зустрічної торгівлі – це особливість розвитку національного експортера і забезпечує баланс з торгових розрахунків.

Недоліком зустрічної торгівлі є збільшення терміну обігу грошових коштів.

### **13.2. Класифікація угод зустрічної торгівлі**

Форми зустрічної торгівлі розрізняють умовно за такими трьома видами: операції натурального обміну; операції за участі продавця; операції в межах промислового співробітництва (рис.13.1).

**1. Операції натурального обміну.** Видом зустрічної торгівлі є бартерні операції. **Бартер** – це оцінений обмін визначеної кількості одного товару на інший без використання механізму валютно-фінансових розрахунків.

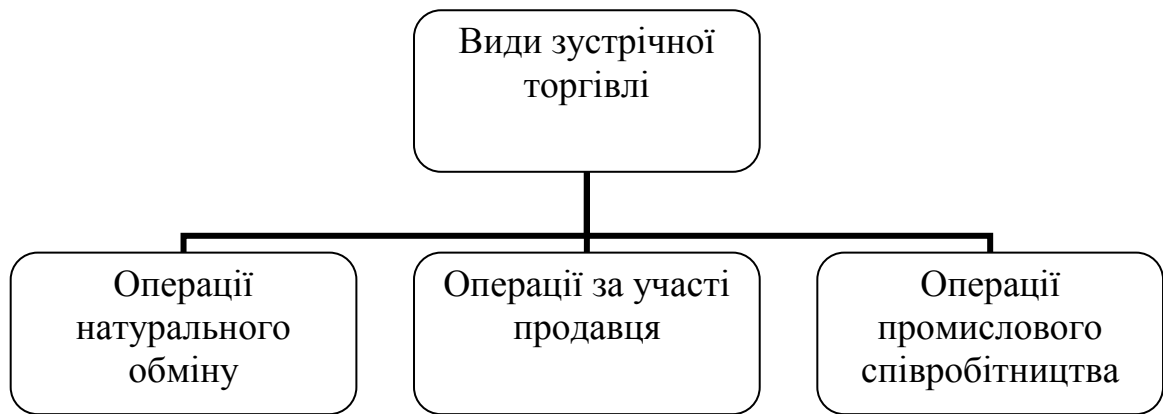


Рис. 13.1. Види зустрічної торгівлі

**Особливостями бартерної угоди є:**

- 1) разовий характер;
- 2) участь у ній найчастіше двох сторін;
- 3) оформлення угоди одним контрактом;
- 4) визначення кінцевої специфікації і обсягу угоди до підписання контракту;
- 5) зазначення загальної вартості товарів, що експортуються та імпортуються, вираженої в іноземній валюті з обов'язковим виразом її в доларах США;
- 6) рух зустрічних потоків товарів відбувається, як правило, одночасно;
- 7) термін виконання угоди відносно короткий, у порівнянні з іншими формами зустрічної торгівлі.

**Мета бартерної угоди між сторонами передбачає:**

- 1) зменшення проблеми валютного фінансування імпорту;
- 2) спрощення розрахунків за зовнішньоторговельними операціями;
- 3) збільшення засобів просування товару на ринок зарубіжних країн.

**Недоліками бартеру є:**

1. Необхідність обов'язкової відповідності потреб партнерів. Продавець змушений шукати покупця, який зацікавлений у його товарі і у бартерній угоді, та ще й має товар, який зацікавить продавця.
2. Складність укладання бартерних угод у порівнянні зі звичайними

комерційними контрактами. При бартерних угодах виникають ускладнення із визначенням ціни і суми контракту; із встановленням, оцінкою і контролем якості; із визначенням кількості товарів.

3. Односторонність вигоди в бартерній угоді. Коли товар є оціненим, але нерівноцінним. Наприклад, обмінюють метал на печиво. Така ситуація виникає, коли країна переживає економічну кризу. Вийти на міжнародний ринок вона може лише обмінюючи свої ресурси на певні товари.

4. Значні витрати часу, пов'язані з виконанням угоди. Бартерні угоди потребують тривалішого періоду переговорів, оскільки багато з фірм не знають специфіки товарів, якими обмінюються.

## **2. Операції за участі продавця.**

До операцій, що передбачають участь продавця в реалізації товарів, запропонованих покупцем, належать:

- комерційна компенсація;
- зустрічні закупівлі;
- авансові закупівлі;
- угоди типу "світч";
- угоди типу "офсет";
- рамкові угоди;
- угоди позитивної зустрічної торгівлі;
- угоди щодо зворотного експорту;
- програми пов'язування імпорту та експорту;
- обов'язки, які передбачають участь інвестора в експорті товарів країни-імпортера;
- прикордонна торгівля;
- торгівля машинами та обладнанням, яке було у використанні (секонд-хенд).

У здійсненні цього виду операцій використовуються гроші, як міра вартості і як засіб платежу. Розрахунок між партнерами здійснюється в

грошовій формі за цінами, які можуть змінюватися зі зміною ринкової ситуації. Продавець самостійно реалізує товари для отримання виручки за свої поставки.

**Комерційна компенсація** – операції, які передбачають обмін товарною продукцією, враховуючи її конкретну вартість, а взаєморозрахунки здійснюють шляхом заліку взаємних вимог. Експортер погоджується отримати плату за поставлений товар частково або повністю у вигляді зустрічних поставок товару імпортера. На кінець визначеного періоду підводиться баланс взаєморозрахунків та виводиться неконвертоване сальдо.

Відмінність операцій комерційної компенсації від бартерних угод в тому, що кожний партнер виставляє рахунок за свої поставки у грошовій формі. Особливістю комерційної компенсації є те, що такі угоди надають право передати свої зобов'язання третій стороні і називають такі операції «світч».

Отже, змістом **операції типу “світч”** – є передача експортером своїх зобов'язань щодо зустрічної торгівлі третій стороні. Такі операції застосовуються в поєднанні з іншими операціями зустрічної торгівлі (крім бартерної).

**Зустрічні закупівлі** є найпоширенішою формою зустрічної торгівлі, за якої фірма, що приймає товар, розраховується поставками товарів безвідносно до імпортованої продукції, технології чи обладнання. При цьому обов'язково підписуються два контракти, в яких фіксуються сума і термін поставки, і можуть не вказуватись конкретні товари, які закупаються за зустрічними зобов'язаннями. Платежі за початкову і зустрічні поставки виконуються незалежно один від одного – це основна відмінність від комерційної компенсації.

Угоду за зустрічними закупівлями супроводжують два обов'язкових і взаємозв'язаних контракти: перший це – *контракт купівлі-продажу*,

підписаний експортером та імпортером, який охоплює усі умови експортної угоди, включаючи умови платежу; другий це – *базовий контракт*, або його ще називають парасольковий, який є додатком до контракту купівлі-продажу, згідно з яким експортер зобов'язується не пізніше зазначеного строку закупити товари або послуги в імпортера (або у призначеної ним сторони) на суму, яка повністю або частково еквівалентна вартості товарів, що експортуються.

Окрім цього, при укладанні угод за зустрічними закупівлями можливе укладання третього контракту – *контракту індивідуальної закупівлі*, який підписують не пізніше зазначеного у базовому контракті строку виконання зобов'язань зустрічної закупівлі, які включені у базовий контракт.

Таким чином, зустрічні закупівлі оформляються у вигляді двох або трьох зв'язаних контрактів, у відповідності із якими експортер зобов'язується закупити або забезпечити закупівлю третьою стороною (на підставі укладання з нею угоди типу “світч”) товари імпортера, які за вартістю становлять певний процент від його власної поставки.

**При авансових закупівлях** сторона, зацікавлена в продажу своїх товарів партнеру, спочатку закупає у нього певні товари, після чого поставляє на цю суму свої товари. Тобто експортер спочатку може одержати матеріали, комплектуючі вироби, а потім виготовити товар та здійснити експортні поставки. Набір товарів може бути довільним. Ці операції передбачають укладання основного контракту, за яким приблизно 50% вартості поставленого товару імпортер сплачує грошима, а ще 50% – зустрічною поставкою, яку він здійснює авансом. Порядок виконання умов за контрактами здійснюється в такий порядок: закінчення виконання зобов'язань по зустрічній авансовій поставці товарів є початком виконання зобов'язань по основній поставці.

**Угоди “офсет”** застосовуються переважно у сфері міждержавних

поставок, у тому числі, військової техніки і спецмайна. В таких угодах країна, яка закупає майно за кордоном, виставляє зустрічні вимоги компенсаційного характеру до експортера, включаючи вимоги налагодити спільне виробництво закупівельної техніки в країні-імпортері, здійснити зустрічні закупівлі товарів, передати технологію виробництва виробів, вимоги про обов'язкове залучення фірм країни-імпортера як субпідрядників у будівництві об'єктів, вимоги про залучення зарубіжних інвестицій, пов'язаних з передачею технологічного і управлінського “ноу-хау”.

Угоди “офсет” поділяються на прямі та непрямі. **Прямий “офсет”** пов'язаний безпосередньо з відшкодуванням затрат на придбання експортних товарів країни-постачальника зустрічними поставками країни-імпортера. **Непрямий “офсет”** передбачає відшкодування частини вартості поставлених виробів зустрічними поставками товарів, не пов'язаних з обороною.

У разі **рамкових угод** іноземна фірма встановлює на договірній основі офіційний, довготерміновий механізм кредитування своїх поставок до країни-імпортера. Експорт іноземної фірми, який здійснюється в рамках угоди, передбачає виникнення зустрічних обов'язків з боку фірм країни-імпортера. Специфіка рамкових угод у тому, що вказаний механізм діє на постійно діючій довготерміновій основі.

**Угоди позитивної зустрічної торгівлі** належать до категорії нечисленних угод, коли іноземна фірма, яка поставляє продукцію більше зацікавлена у зустрічних поставках товарів, тобто віддає перевагу отриманню платежу за поставлений товар не готівковою валютою, а зустрічними поставками конкретної продукції. Такий інтерес в основному виникає при бажанні залучити ресурси тієї країни в яку постачається товар. До позитивної зустрічної торгівлі належать **угоди по розробці зарубіжних ресурсів** з метою їх подальшого імпорту.



**Угоди зворотного експорту** по суті репатріація прибутку із країн, які мають певні обмеження. При виникненні ситуації, коли фірма експортувала свою продукцію за кордон, а гроші у валюті отримати не може, тому що існують певні обмеження, то вона в цій країні купує товар, за місцеву валюту, а потім реалізує цей товар за кордоном.

**Програми пов'язування імпорту та експорту.** Застосовуються для країн, що розвиваються і мають великий зовнішній борг. Програми передбачають застосування преференційного режиму при видачі ввізної ліцензії зарубіжним фірмам, які уклали або сприяли укладенню експортних угод для національних фірм держави-імпортера. Відповідальність за зустрічний експорт покладається на місцеву імпортерну фірму.

**Обов'язки, інвестора в експорті товарів країни-імпортера** – уряд приймаючої країни дозволяє вкладати інвестиції за умови сприяння активізації експорту фірмою-інвестором. Тобто інвестор зобов'язаний певний відсоток продукції, яка виробляється на об'єкті інвестування, експортувати за кордон.

**Торгівля машинами та обладнанням, яке було у використанні.**  
*Предметом торгівлі можуть бути:* складне обладнання, судна, авіалайнери, автомобілі, які: з *одного боку* – морально застаріли для провідних фірм, з *іншого боку* – ще можуть ефективно використовуватись фірмами країн, що розвиваються, при цьому фірми, які займаються цією формою торгівлі закупають у своїх клієнтів застарілу продукцію за умов придбання ними нової.

**Прикордонна торгівля** – це товарообмінні операції підприємств, які знаходяться в прикордонній зоні. Хоча ці операції мають невелику питому вагу в обсязі зустрічної торгівлі, але їх необхідно враховувати, включаючи їх специфіку. Регулюються окремими постановами уряду, тому що мають свої особливості.

### **3. Операції в рамках промислового співробітництва.**

На відміну від попередніх угод, такі операції передбачають поставку комплектного обладнання іноземним партнерам на умовах кредиту та інжинірингових послуг з подальшим його погашенням коштом виручки від зустрічної поставки виробленої на цьому обладнанні продукції. Найбільш тривалі стійкі зв'язки між торговими партнерами, за яких торгівля виступає частиною промислового співробітництва, забезпечує виробниче кооперування. Найпоширенішими видами якого є:

- підрядне кооперування;
- договірна спеціалізація;
- спільне виробництво.

**При підрядному кооперуванні** одна зі сторін (замовник) доручає іншій (виконавцю) виконання певної роботи відповідно до висунутих вимог (обсяг, термін, ціна, тощо). За необхідності замовник може передати підряднику технологію, креслення і специфікації, обладнання і матеріали.

**Договірна спеціалізація** передбачає розмежування виконання окремих частин і етапів виробничих програм.

**Спільне виробництво** організовується для здійснення конкретного економічного проекту щодо вироблення складних видів продукції. Партнери тісно взаємодіють на всіх етапах, починаючи з НДДКР і до збуту та сервісного обслуговування. Таке співробітництво оформляється як тимчасово договірне об'єднання юридично самостійних фірм. Коопераційні зв'язки оформляються контрактом або протоколом про здійснення спільного виробництва.

#### **Питання для самоконтролю**

1. Назвіть особливості торгівлі готовою продукцією.
2. В чому сутність торгівлі виробами в розібраному вигляді?

3. Назвіть вимоги торгівлі продукцією в розібраному вигляді, яких повинні дотримуватися контрагенти.

4. В чому полягає відмінність торгівлі продукції у розібраному вигляді від прогресивного складання?

5. Назвіть складності торгівлі комплектним обладнанням.

6. Назвіть особливості і відмінності видів інжинірингової діяльності.

7. Які причини виникнення зустрічної торгівлі?

8. Дайте характеристику класифікації угод зустрічної торгівлі.

9. Назвіть недоліки бартеру.

10. В чому полягає специфіка операцій за участі продавця?

## ТЕМА 14

### СТРУКТУРА І ЗМІСТ МІЖНАРОДНИХ КОНТРАКТІВ

#### КУПІВЛІ-ПРОДАЖУ

У системі відносин суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності найбільшого поширення набули контракти міжнародної купівлі-продажу. Їх основною відмінністю є перехід права власності на товар від продавця до покупця. Контрактом купівлі-продажу регулюються ділові відносини при здійсненні зовнішньоторговельного обігу, при якому діє принцип свободи договору, який є похідним від принципу міжнародного права – автономії волі. Даний принцип забезпечує самостійність прийняття суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності рішення про укладання договору, його зміст, форму і вибір контрагента. Головне, щоб у договорі містилися істотні і додаткові умови договору, які зможуть повною мірою забезпечити порядок виконання зобов'язань партнерів (контрагентів) по договору.

У цьому розділі розглядаються питання основних розділів контракту купівлі-продажу, зміна і порядок розірвання договору купівлі-продажу.

#### **14.1. Зміст статей контракту купівлі-продажу**

Текст зовнішньоекономічного договору складається відповідно до Положення про форму зовнішньоекономічних договорів, затвердженого наказом Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України. Згідно з цим положенням у договорі має бути відбитий увесь спектр правових відносин між суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності.

Найбільшого поширення в зовнішньоекономічній діяльності набув **контракт міжнародної купівлі-продажу** – суть якого полягає у здійсненні переходу права власності на товар від продавця до покупця.

Контракт купівлі-продажу є основним засобом регулювання ділових відносин у сфері зовнішньоторговельного обігу і ґрунтується на принципах розвитку ЗЕД, які зазначені в законі “Про зовнішньоекономічну діяльність”.

Контракт, як будь-який документ має: найменування, повинне відповідати істотності відносин; номер контракту, який призначається за згодою сторін – за порядком реєстрації документів однією із сторін, частіше за місцем укладання договору. В деяких випадках номер може містити реєстраційні дані обох сторін тобто бути подвійним.

Структура і послідовність статей (розділів) зовнішньоекономічного договору (контракту) купівлі-продажу може бути різною. Згідно з Віденською Конвенцією для того, щоб контракт був визнаний укладеним він повинен містити істотні умови. Всі ці умови заносяться в окремі статті контракту. Законодавство України в положенні “Про форму зовнішньоекономічних договорів (контрактів)” надає певний перелік розділів, які доцільно включити в договір:

### **РОЗДІЛ 1. Преамбула і визначення сторін.**

**У преамбулі** визначається повне найменування сторін-учасників зовнішньоекономічної операції, під яким вони офіційно зареєстровані, їх правове положення, номер і вид ліцензії на певну діяльність, країна походження, а також подається скорочене визначення сторін як контрагентів (“Продавець”, “Покупець”, “Замовник”, “Постачальник”) та найменування документів, якими керуються контрагенти при укладені контракту (статут, Установчий договір, тощо).

**Місце підписання** (країна, місто) – є фактом, який за певними обставинами може мати юридичну силу, так як відповідно до міжнародних норм, місце підписання контракту визначає законодавство якої країни буде застосовуватися під час виникнення суперечок між контрагентами угоди.

Місце укладання договору, вказане у тексті контракту, не

обов'язково повинно відповідати фактичному місцю підписання. Бажано, щоб під час укладання контракту використовувалися норми права Вашої країни, так як це дає певні привілеї і дозволяє запобігти зайвих валютних витрат для вирішення спору у суді.

Дата підписання – юридично означає момент вступу в договірні відносини з якого виникають права і обов'язки сторін з контракту.

Дата укладання контракту повинна враховувати практику оформлення цього реквізиту в різних країнах. В контрактах з країнами дальнього зарубіжжя буде помилкою написати дату за нашими стандартами, наприклад, 02.11.2003. *Необхідно вказати:* 2 November 2015 або Листопад. 02. 2015.

**РОЗДІЛ 2. Предмет договору.** У цьому розділі необхідно чітко вказати дію або сукупність дій, що визначають тип і характер умов угоди. Тобто про що цей договір, що саме є його предметом – у даному разі – це купівля-продаж.

Необхідно вказати: сам об'єкт операцій, повне комерційне найменування товару, найменування марки, асортимент, розміри, моделі, комплектність, країна походження товару або кінцевого результату роботи, що виконується та інші дані, які необхідні для опису товару, включаючи посилання на міжнародні і/або національні стандарти на продукцію. Якщо товар (робота, послуга) потребує більш детальної характеристики або номенклатура товарів досить велика, то дану інформацію необхідно зазначити у додатку.

**РОЗДІЛ 3. Кількість товару.** Кількість товару визначається договором купівлі-продажу у відповідних одиницях виміру або у грошовому виразі. При визначенні кількості товару у контракті сторони обов'язково повинні узгодити: систему і одиниці вимірювання, також порядок встановлення кількості.

Якщо в договорі йдеться про штучний товар, то вказується цифра,

яка визначає, скільки штук того чи іншого товару необхідно поставити. Якщо кількість товару вимірюється вагою, то виникають проблеми, насамперед, необхідно зазначити, яка вага мається на увазі: брутто чи нетто. Відповідно до Віденської Конвенції, якщо ціна встановлена в залежності від ваги товару, у випадку сумніву вона визначається за вагою – нетто.

Якщо важко визначити точну кількість товару за вагою, то у контракті вказується – “опціон” (близько), тобто вага, яка допускає відсоткове відхилення, фактично постачаємої продавцем кількості товару від кількості, зазначеної у контракті. Розмір опціону встановлюється у відсотках від основної кількості товару і визначається контрагентами, але не повинна перевищувати  $\pm 10\%$ . Постачання товару за контрактом в межах опціону сплачується покупцем за фактом і не є порушенням платіжних умов контракту. Якщо продавець передав у порушення договору купівлі-продажу покупцю меншу кількість товару, а ніж визначено опціоном у договорі, то покупець має право:

- вимагати передати кількість товару, якої не вистачає;
- відмовитися від переданого товару і від його оплати;
- якщо за весь товар оплачено, то вимагати повернення переплаченої суми.

Коли продавець передав покупцю товар в кількості, яка перевищує вказане у договорі купівлі-продажу, то покупець повинен оповістити про це продавця. У випадку, коли в розумний термін після отримання повідомлення покупця продавець не здійснив відповідних заходів, щодо відповідної частини товару, покупець має право прийняти товар.

**РОЗДІЛ 4. Якість товару.** Цей розділ наявний у кожному контракті. При відсутності в договорі умов про якість продукції він вважається не укладеним.

В міжнародній практиці частіше за все використовують наступні

*способи визначення якості товару:*

1. За стандартами (галузеві, державні, національні, міжнародні).
2. За технічними умовами або встановленими критеріями (використовуються тоді, коли відсутні стандарти у випадках постачання одиничної продукції, або коли висунуті спеціальні вимоги до якості продукції).
3. За зразками (еталонами). У контракті зазначається кількість відібраних еталонів і організації, які їх зберігають: Покупець, Продавець, Торгово-промислова палата (наприклад, зразки тканини).
4. Спеціальні способи визначення якості:
  - за вмістом певних речовин у товарі. Передбачає встановлення у контракті у відсотках мінімально допустимого вмісту корисних речовин і максимально допустимого сторонніх. Це можуть бути природні ресурси, якісь яких визначається корисною і пустою породою;
  - за натуральною вагою одиниці товару. Відображає фізичні властивості товару. Якщо товар легше або важче норми то він може бути неякісним. Наприклад, ліки;
  - за виходом готового продукту з сировини. Встановлюється показник, що визначає кількість кінцевого продукту, який має бути отриманий із сировини. Наприклад, із однієї тонни свіжих соковитих яблук одержуємо 800 кілограм соку, а із несвіжих – 500 кілограм;
  - за попереднім оглядом. Продавець гарантує якість товару таким, яким його оглянув і схвалив покупець. Покупець має право у визначений термін оглянути всю партію товару ( у контракті зазначається “оглянуто-ухвалено”);
  - за принципом “тель-кель” (такий, який є) у цьому випадку продавець несе відповідальність за кількість і якість товару, а покупець повинен прийняти товар не залежно від якості, якщо він відповідає найменуванню, наприклад, цитрус;



– перевірка якості методом продавця – повинен бути узгоджений і підтверджений документально, у ньому звичайно приймають участь і представники покупця.

В практиці ЗЕД, звичайно, використовують два і більше вище перелічених способів.

Відповідно Віденської Конвенції товар вважається не відповідним договору якщо він:

– не придатний для тих цілей, для яких товар того ж опису використовується;

– не придатний для конкретної цілі, про яку продавець прямо чи опосередковано був проінформований покупцем під час узгодження контракту;

– не відповідає якості товару, який був показаний продавцем покупцю в якості зразка.

**РОЗДІЛ 5. Ціна і умови оплати.** Ціна товару у контракті встановлюється в грошових одиницях певної валюти за певну одиницю виміру товару. Вибір одиниці вимірювання в яку встановлюється ціна залежить від характеру товару і від практики, що склалася в торгівлі цим товаром на світовому ринку.

Ціна в контракті може бути встановлена:

– за певну кількісну одиницю товару, що застосовується в торгівлі даним товаром (вага, довжина, площа, штуки, комплекти, тощо);

– за вагову одиницю виходячи із базисного складу основної речовини у товарі (для таких товарів, як руда концентрати, хімікати, тощо);

– за вагову одиницю в залежності від коливань натуральної ваги, складу зайвих домішок і вологи.

Під час постачання товару різної якості і асортименту ціна встановлюється за одиницю кожного виду, сорту, марки окремо. Коли

постачають велику кількість різних по якості товарів, ціни на них, як правило, вказують у специфікації, що складає невід'ємну частину контракту.

При постачанні комплектного обладнання, ціни вказуються у додатку до контракту, за позиціями на кожне часткове постачання або на окремі комплектуючі частини.

Під час фіксації ціни у контракті велике значення має визначення її базису по відношенню до місця поставки. **Базис ціни** встановлює чи включаються в неї витрати, пов'язані з відвантаженням вантажу, страхуванням, навантаженням-розвантаженням, складуванням, у тому числі, витрати на тару, упаковку, маркування. Базис ціни визначається із застосуванням правил ІНКОТЕРМС. Валюта за якою встановлюється ціна товару, що продається називається **валютою ціни**.

Поряд із встановленням ціни сторони визначають у контракті *спосіб фіксації ціни*.

**1. Тверда ціна** це – ціна, яка встановлюється в момент укладання контракту і не змінюється протягом дії контракту. Застосовується в угодах з негайною доставкою і доставкою за короткий термін, а коли доставка в довгостроковий термін, то роблять підтвердження – “ціна тверда, зміні не підлягає”.

**2. Рухома ціна** це – ціна, яка зафіксована при укладанні угоди і може бути переглянута в подальшому, якщо ринкова ціна даного товару до моменту постачання зміниться.

Звичайно при змінах ринкової ціни від контрактної на 2-5% перегляд зафіксованої ціни не проводиться. Частіше за все встановлюється на промислові, сировинні, і продовольчі товари, які постачаються за довгостроковим договором.

**3. Змінна ціна** це – ціна, яка характерна для контрактів, які передбачають постачання протягом тривалого періоду часу або проведення

яких-небудь підрядних робіт. Зазвичай, ця ціна нарахована в момент виконання контракту шляхом перегляду договірної (базисної) ціни з урахуванням зміни у витратах виробництва, що виникли в період виконання контракту.

Нестійка ціна застосовується в контрактах на товари, які потребують тривалого терміну виготовлення. Частіше за все – це крупне промислове обладнання, судна, тощо. При укладанні контракту у цьому випадку фіксується базисна ціна і визначається її структура, тобто частка в процентах: постійних витрат і змінних витрат, а також зазначається метод розрахунку ковзкої ціни яким будуть користуватися сторони.

**4. Ціна з подальшою фіксацією** це – ціна, яка встановлюється в процесі виконання угоди в контракті, застосовується при поставці товарів, що вимагають довготривалих термінів виготовлення, сторони обумовлюють лише принципи визначення рівня і умов фіксації ціни, а також чинники які будуть враховуватися при її фіксації.

Право вибору моменту і принципу фіксації ціни надається покупцю. Використовують такі принципи фіксації ціни: за котируванням бірж і за даними різних джерел (журнали, які спеціалізуються на вивченні цін; публікації на основі конкуруючих цін). Під час визначення рівня ціни контрагенти приймають до уваги два види цін: що публікуються і розрахункові.

*Ціни, що публікуються* – це ціни, які сповіщаються в спеціальних і фірмових джерелах інформації. Вони відображають рівень світових цін. Частіше за все вони носять довідниковий характер і відрізняються від фактичних цін, що оплачує покупець внаслідок широкого застосування системи спеціальних знижок. Розмір знижки залежить від характеру угоди, умов постачання і оплати взаємовідносин з покупцем, кон'юктури ринку на момент укладання угоди.

В наш час в практиці міжнародної торгівлі використовується близько

20 різного роду **знижок**. *Найбільш розповсюдженими є:*

– загальна (проста) знижка ціни – вона надається у тих випадках, коли довідникова ціна передбачає короткострокову позику, а покупець згоден оплатити готівкою (2 – 3% довідникової ціни або відповідає розміру позичкового проценту, що існує на грошовому ринку);

– знижка за оборот (бонусна) – надається постійним покупцям на основі спеціальної домовленості;

– дилерські знижки – надаються виробниками своїм постійним посередникам по збуту від 15 до 20 % роздрібною ціни;

– спеціальні знижки – надаються привілейованим покупцям в замовленнях яких зацікавлені продавці;

– сезонні знижки – на купівлю товару не в сезон.

**5. Розрахункові ціни** постачальника, застосовуються в контрактах на нестандартне, спеціальне обладнання, яке виробляється за індивідуальними замовленнями. Відмінності такого обладнання настільки великі, що неможливо його порівнювати з іншим аналогічним обладнанням того ж призначення.

В міжнародній практиці використовують п'ять основних **форм розрахунків** за поставлений товар: готівкова, чекова, вексельна, інкасова і акредитивна.

**РОЗДІЛ 6. Базисні умови постачання.** Міжнародний договір купівлі-продажу, як правило, передбачає переміщення товару на доволі значну відстань.

**РОЗДІЛ 7. Термін постачання.** *Термін постачання* – це узгоджений сторонами і передбачений контрактом час, протягом якого продавець повинен передати об'єкт угоди покупцю. Товар може бути поставлений одночасно або частинами. Існують різні способи встановлення термінів постачання:

1. визначення календарного дня постачання (дата, місяць, квартал);

2. визначення періоду, протягом якого повинна здійснитися поставка;

3. використання спеціальних термінів для визначення постачання: «негайне постачання», «без затримки», «зі складу», «за мірою готовності» тощо.

**РОЗДІЛ 8. Упаковка і маркування товару.** Цей пункт включають у контракт коли необхідна упаковка. Вимоги до упаковки можуть бути мінімальними, якщо упаковка повинна забезпечити збереження товару тільки під час перевезення.

У контракті визначають:

- зовнішню упаковку;
- внутрішню (яка не відділяється від товару);
- тару.

Максимальні вимоги до упаковки, якщо ушкодження упаковки порівнюють до порушень якості товару, але це необхідно зазначити у контракті.

Маркування може бути різних видів. Головне, щоб маркування містило товаросупровідну інформацію транспортним органам як необхідно поводитися з товаром.

**РОЗДІЛ 9. Здача і прийняття товару.** У цьому розділі визначаються строки та місце фактичної передачі товару, перелік товаросупровідних документів. Приймання-здавання проводиться за кількістю згідно з товаросупровідними документами, за якістю – згідно з документами, що засвідчують якість товару. Продавець зобов'язаний доставити товар покупцю і застосувати усі засоби того, щоб товар відповідав усім істотним вимогам. Сторони повинні передбачити наслідки невідповідності якості товару умовам договору. Але може бути узгоджено, що покупець зобов'язаний прийняти товар, якщо відхилення від встановленої якості не перевищують відповідну межу, але за зниженою

ціною. Цю знижку у міжнародній торгівлі прийнято називати **рефакцією**.

Якщо товар поставлено більш високої якості, ніж передбачено умовами договору, надбавку оплачує покупець за підвищену якість, яка називається **боніфікацією**. Розміри рефакції і боніфікації встановлюються у контракті або у судовому порядку.

У результаті приймання-здавання товару покупець отримує можливість здійснювати повний контроль над товаром. Передача товару покупцю здійснюється за рахунок продавця.

**РОЗДІЛ 10. Страхування.** В залежності від умов контракту обов'язкове страхування товару покладено на продавця або на покупця. У цьому розділі передбачаються такі моменти:

- який товар підлягає страхуванню;
- від яких ризиків страхується вантаж;
- хто здійснює страхування;
- на чию користь здійснюється страхування.

**РОЗДІЛ 11. Санкції та рекламації.** Цей розділ визначає порядок застосування штрафних санкцій, відшкодування збитків та пред'явлення рекламацій у зв'язку з невиконанням або неналежним виконанням одним із контрагентів своїх зобов'язань. При цьому мають бути чітко визначені розміри штрафних санкцій (у відсотках від вартості недоставленого товару (робіт, послуг) або суми неоплачених коштів, строки виплати штрафів – від якого терміну вони встановлюються та протягом якого часу діють, або їх граничний розмір), строки, протягом яких рекламації можуть бути заявлені, права та обов'язки сторін договору (контракту) при цьому, способи врегулювання рекламацій.

Для встановлення штрафних санкцій розрізняють два види збитків: очевидні і упущена вигода. Важливо в умовах контракту визначити розмір штрафних санкцій і спосіб визначення збитків. Штрафи можуть нараховуватися як твердою грошовою сумою, так і в процентах від

загальної вартості, наприклад, непоставленого товару.

**РОЗДІЛ 12. Форс-мажор.** У цьому розділі передбачається звільнення від відповідальності у випадку виникнення обставин непереможної сили (стихійне лихо, політичні ситуації). У контракті зазначається і обмежений термін дії форс-мажору, якщо він тягнеться більше терміну узгодженого сторонами у контракті, після закінчення якого кожна із сторін має право відмовитися від контракту.

**РОЗДІЛ 13. Інші умови.** Містить домовленості про доповнення і порядок зміни контракту. Можуть встановлюватися: вимоги про заборону реекспорту товару в треті країни, патенти, а також умови про передачу прав і обов'язків за контрактом третім особам.

**РОЗДІЛ 14. Підсумкове формулювання. Мова контракту.** Визначається якими мовами і скільки екземплярів матиме контракт, і чи будуть вони мати однакову юридичну силу. Так як між різними мовами за перекладом можуть бути відповідні неточності.

У випадку, коли сторони не визначили мову листування за контрактом, то зазвичай, мовою листування стає мова тієї сторони, яка зробила пропозицію укласти угоду. Як правило, договір купівлі-продажу складається двома мовами – мовою продавця і мовою покупця.

**РОЗДІЛ 16. Юридична адреса і підпис сторін.** Повноваження документально підтверджуються і завіряються печатками. У раз зміни юридичної адреси необхідно відразу повідомити партнера.

#### **РОЗДІЛ 17. Зміна і припинення договору**

Договір купівлі-продажу може бути змінений або припинений у такі способи:

**1. Шляхом простого узгодження сторін.** Якщо у письмовому договорі міститься положення, яке потребує письмової згоди сторін, тоді договір не може бути змінений або припинений будь-яким іншим чином.

Під час порушення умов договору однією із сторін, потерпіла

сторона може його припинити, але автоматичне припинення не можливе. Необхідно подати заяву про припинення договору іншій стороні. Заява має силу, лише у тому випадку, якщо вона зроблена іншій стороні засобами повідомлення.

Вимоги про зміну або припинення договору однією стороною можуть бути подані до суду тільки після отримання відмови іншої сторони на пропозицію змінити або припинити договір. Якщо відповідь не отримали у термін зазначений пропозицією, або встановлений законом, або договором, тоді при його відсутності – у 30 денний термін можливо подати позов на свого партнера з метою припинення або зміни договору.

**2. За вимогами однієї із сторін** договір може бути змінений або припинений за рішенням суду тільки тоді, коли він істотно порушений іншою стороною та в інших випадках, передбачених цивільним кодексом України та іншими законами або договором.

## **14.2. Базисні умови договору купівлі-продажу**

Інколи контрагентам, які уклали договір, невідомі відмінності в торговій практиці у відповідних країнах. Це призводить до конфліктної ситуації, яку, як правило, вирішують у судовому порядку. Для того, щоб уникнути такої ситуації, необхідно користуватися загальноприйнятими звичаями, які склалися в практиці міжнародної торгівлі для регулювання відносин між контрагентами. Ці звичаї представляють собою ***базисні умови зовнішньоторговельного договору купівлі-продажу***. Вони виражені термінами, тлумачення яких дані Міжнародною торговою палатою і відомі як ІНКОТЕРМС, і належать тільки одному договору купівлі-продажу.

**Базисними** ці умови називаються тому, що вони встановлюють базис (основу) ціни товару від того, які витрати включаються в ціну товару.



Базисні умови постачання визначають обов'язки продавця і покупця з доставки товару, момент переходу ризику випадкової загибелі товару з продавця на покупця і чітко розподіляють між ними витрати, пов'язані з транспортуванням товару. Якщо при укладанні договору купівлі-продажу, сторони будуть використовувати правила ІНКОТЕРМС, необхідно зробити посилання, на той варіант ІНКОТЕРМС, який будуть використовувати. Відсутність посилань на варіант може привести до розбіжностей. Остання редакція Інкотермс 2010 року – **Правила ІСС для використання торгівельних термінів в національній та міжнародній торгівлі**. Дата вступу в силу: 1 січня 2011 року.

Сторони можуть посилатися не тільки на норми Інкотермс 2010 року, а і на Інкотермс 2000 року або Інкотермс 1990 року. Однак, посилаючись на більш ранні версії, необхідно чітко вказувати про яку саме редакцію йдеться, оскільки за замовчуванням, вказуючи в договорі базис поставки Інкотермс, вважається, що мається на увазі остання з діючих на день укладення договору редакцій.

Обраний термін Інкотермс повинен відповідати товару, способу його транспортування і, крім того, відображати, наскільки сторони мають намір внести додаткові зобов'язання, наприклад, зобов'язання продавця або покупця щодо організації перевезення або страхування. Пояснення до кожного терміна містять інформацію, корисну для здійснення такого вибору. Обраний термін Інкотермс може працювати, тільки якщо сторони визначили пункт або порт. Прикладом такого уточнення є наступний: "FCA 38 Cours Albert 1er, Paris, France Incoterms ® 2010".

**Інкотермс 2010 містить одинадцять термінів**, які можна розділити на дві окремі групи:

**Перша група** містить сім термінів, які можуть бути використані незалежно від обраного способу перевезення і незалежно від того, використовується один або декілька видів транспорту. До цієї групи

відносяться терміни EXW (Франко завод), FCA (Франко перевізник), CPT (Перевезення оплачене до), CIP (Перевезення і страхування оплачені до), DAT (Постачання на терміналі), DAP (Постачання в місці призначення) і DDP (Постачання з оплатою мита). Вони можуть бути використані, навіть якщо морське перевезення взагалі відсутнє. Разом з тим важливо пам'ятати, що ці терміни можуть бути застосовані, коли частково при перевезенні використовується судно.

1. Термін **EXW – “Франко завод”** означає, що продавець виконує своє зобов'язання по постачанню, коли він передає товар у розпорядження покупця на своєму підприємстві (заводі, фабриці, складі, тощо). Зокрема, він не відповідає за навантаження товару на транспортний засіб, наданий покупцем, а також за митне очищення товару для ввезення, якщо не обумовлено інше, покупець несе всі витрати і ризики у зв'язку з перевезенням товару від підприємства продавця до місця призначення. Таким чином, цей термін покладає на продавця мінімальні обов'язки.

2. Термін **FCA “Франко перевізник”** означає, що продавець вважається тим, хто виконав своє зобов'язання по поставці товару, який пройшов митне очищення для ввезення, з моменту передачі його в розпорядження перевізника в обумовленому пункті. Цей термін може бути використаний при здійсненні перевезення будь-яким видом транспорту, включаючи змішані перевезення.

Якщо покупець уповноважує продавця поставити товар особі, яка не є перевізником, наприклад, експедитору, продавець вважається тим, хто виконав свій обов'язок щодо поставки товару з моменту передачі його на зберігання даній особі. Транспортний термінал означає залізничну станцію, причал, контейнерний термінал або подвір'я, пункт щодо прийняття різних видів вантажів, тобто будь-яких контейнерів та/або піддонів, незалежно від застосування ISO, трейлерів, причепів, обладнання типу ро-ро, igloos, що застосовуються будь-якими засобами транспорту.

3. Термін **CPT “Перевезення оплачено до”** означає, що продавець оплачує фрахт за перевезення товару до вказаного місця призначення. Ризик загибелі або пошкодження товару, а також будь-якого збільшення витрат, що виникає після передачі товару перевізнику, переходить з продавця на покупця, коли товар передано в розпорядження перевізника. Перевізник відповідно до договору перевезення зобов’язується здійснити перевезення або організувати перевезення морським, повітряним, залізничним, автомобільним транспортом, по внутрішніх водних лініях або змішане перевезення. При здійсненні перевезення декількома перевізниками в погодженому напрямку, ризик загибелі або пошкодження переходить від продавця, коли товар передано в розпорядження першого перевізника.

В обов’язки продавця входить здійснення необхідного для вивозу митного очищення товару. Даний термін може застосовуватися для всіх видів перевезення, включаючи змішані перевезення.

4. Термін **CIP “Провезення та страхування оплачені до”** означає, що продавець несе ті ж обов’язки, що і відповідно до терміна CPT, але з тим доповненням, що продавець повинен забезпечити транспортне страхування від ризиків загибелі або пошкодження товару під час перевезення. Продавець укладає договір страхування й оплачує страхову премію. Він забезпечує страхування на мінімальних умовах.

Згідно з даними умовами, продавець зобов’язаний забезпечити митне очищення товару для експорту. Цей термін може використовуватися при перевезенні товару будь-яким видом транспорту, включаючи змішані перевезення.

5. Термін **DAT “поставка до терміналу”** є аналогічним терміну DEQ: товар надається в розпорядження покупця не розвантаженим з прибулого транспортного засобу. Відміна DAT від DEQ застосовують для мультимодальних перевезень. За оцінками експертів з логістики

постачання до терміналу DAT відповідає найбільше практиці логістики в порту.

6. Термін **DAP “Постачання в місці призначення”** визначає загальне становище при якому важливо точно вказати місце призначення. Термін DAP замінює собою три терміни: DAF, DES, DDU, і передбачає, що товар надається покупцеві вже готовим для розвантаження (в наших умовах для перевантаження під митним контролем, або ж для розмитнення).

7. Термін **DDP “Постачання з оплатою мита”**, означає, що продавець вважається тим, хто виконав свої обов’язки з моменту надання товару в узгодженому пункті в країні ввезення. Продавець несе всі ризики і витрати, пов’язані з ввезенням товару, включаючи оплату податків, мита та інших зборів, які справляються при ввезенні товарів. У той час як термін “Франко завод” покладає на продавця мінімальні обов’язки, термін “Постачання з оплатою мита” припускає максимальні обов’язки продавця.

Даний термін не може використовуватися, якщо продавець прямо чи опосередковано не може забезпечити одержання імпоротної ліцензії.

Якщо між сторонами погоджено, що на покупця покладаються обов’язки по митному очищенню товару, що ввозиться та оплати відповідних мит, слід застосувати термін DDU.

Якщо між сторонами погоджено, що оплата деяких стягнутих у зв’язку з ввезенням витрат (наприклад, податку на додану вартість, VAT), покладається на продавця, то це повинно бути прописано: “Поставка з оплатою мита, без оплати VAT, (Узгоджений пункт призначення)”. Даний термін може застосовуватися незалежно від способу перевезення товару.

**У другій групі термінів Інкотермс 2010** – пункт поставки і місце, до якого товар перевозиться покупцем, є портами, і тому ці терміни іменуються “морські та внутрішні водні правила”. У цю групу входять терміни FAS (Вільно вздовж борту судна), FOB (Вільно на борту), CFR

(вартість і фрахт) і CIF (вартість, страхування і фрахт). У трьох останніх термінах виключено будь-яку згадку поручнів судна (the ship's rail) як пункту поставки, так як товар вважається поставленим, коли він перебуває “на борту” судна.

1. Термін **FAS “Вільно вздовж борту судна”** означає, що продавець вважається тим, хто виконав своє зобов'язання з поставки, коли товар розміщений уздовж борта судна на причалі або на ліхтерах в узгодженому пункті відвантаження. Це означає, що з цього моменту покупець має нести усі витрати і ризики загибелі або пошкодження товару. За умовами ФАС (FAS) на покупця покладається обов'язок по очищенню товару від мита для його вивезення. Цей термін не слід застосовувати, коли покупець прямо чи опосередковано не в змозі забезпечити виконання митних формальностей.

2. Термін **FOB “Вільно на борту”** означає, що продавець вважається тим, хто виконав своє зобов'язання по поставці з моменту переходу товару через поручні судна в порту відвантаження. Це означає, що з цього моменту покупець має нести усі витрати і ризики загибелі або пошкодження товару. За умовами FOB на покупця покладаються обов'язки з очищення товару від мит для його експорту.

Даний термін може застосовуватися лише при перевезенні товару морським або внутрішнім водним транспортом. У випадках, коли момент переходу товару через поручні судна не має практичного значення, наприклад, при перевезеннях на умовах ролл-он або ролл-офф або при перевезеннях в контейнерах, більш доцільне застосування терміна FAS.

3. Термін **CFR “Вартість і фрахт”** означає, що продавець зобов'язаний сплатити витрати і фрахт, необхідні для доставки товару в зазначений порт призначення, однак ризик втрати або ушкодження товару, а також ризик будь-якого збільшення витрат, що виникають після переходу товаром борту судна, переходить з продавця на покупця в момент

переходу товару через поручні судна в порту відвантаження. За умовами CFR на продавця покладаються обов'язки з очищення товару від мит для його вивезення.

Даний термін може застосовуватися лише при перевезенні товару морським або внутрішнім водним транспортом. У випадках, коли момент переходу товару через поручні судна не має практичного значення, наприклад, при перевезеннях на умовах ролл-он або ролл-офф, або при перевезеннях в контейнерах, більш доцільне застосування терміна СРТ

4. Термін **СІФ “Вартість, страхування, фрахт”** означає, що продавець несе ті ж обов'язки, що за умовами CFR, проте він повинен забезпечити морське страхування від ризику загибелі або пошкодження товару під час перевезення, продавець укладає договір страхування і виплачує страховику страхову премію.

Покупець повинен прийняти до відома, що згідно з умовами СІФ від продавця потрібно лише забезпечення страхування на мінімальних умовах.

Даний термін може застосовуватися лише при перевезенні товару морським або внутрішнім водним транспортом. У випадках, коли момент переходу товару через поручні судна не має практичного значення, наприклад, при перевезеннях на умовах ролл-он або ролл-офф, або при перевезеннях в контейнерах, більш доцільне застосування терміна СІР.

ІНКОТЕРМС традиційно використовувались в договорах міжнародної купівлі-продажу, коли товар перетинав кордон. У різних частинах світу створення торгових спілок, як, наприклад, Європейський Союз, зробили менш важливим видимий контроль над товарами при проходженні їх через кордон відповідних сторін. Тому у підзаголовках правил Інкотермс 2010 року вказується, що ці правила можуть бути використані, як в міжнародних, так і у національних договорах купівлі-продажу. Два явища переконали ІСС у своєчасності руху в цьому напрямку. По-перше, комерсанти широко використовують правила

ІНКОТЕРМС у національних договорах купівлі-продажу. По-друге, є зростаюче бажання в США використовувати у внутрішній торгівлі ІНКОТЕРМС замість раніше закріплених в Єдиному торговому кодексі США термінів відвантаження та поставки.

### **Питання для самоконтролю**

1. Які способи визначення якості товару використовують в міжнародній практиці?
2. Що включає в себе базис ціни?
3. Назвіть способи фіксації ціни.
4. Назвіть найбільш розповсюдженні види знижок, які надаються покупцю товару.
5. Чи можливе використання торгівельних термінів в національній торгівлі за умовами редакції Інкотермс 2010 року?
6. Які функції виконує Інкотермс 2010 року?
7. Назвіть основний склад термінів Інкотермс 2010 року.
8. Яку знижку у міжнародній торгівлі називають рефакцією, яку боніфікацією?

## ТЕМА 15

### ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Однією із головних передумов ефективного прийняття рішень у сфері зовнішньоекономічної діяльності підприємства є проведення економічного аналізу. Такий аналіз проводиться з метою виявлення резервів та розробки відповідних заходів для підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Саме аналізу основних елементів процедури проведення економічного аналізу ЗЕД підприємства й присвячений даний розділ.

#### 15.1. Види економічного аналізу зовнішньоекономічної діяльності підприємства

Здійснення економічного аналізу ЗЕД передбачає вирішення наступних завдань:

- оцінка динаміки кількісних та вартісних показників, що характеризують зовнішньоекономічні операції підприємства;
- оцінка раціональності використання залучених до зовнішньоекономічної діяльності підприємства коштів;
- оцінка рівня виконання зобов'язань підприємства за експортно-імпортними операціями.

На рис. 15.1 наведені **види економічного аналізу ЗЕД** за основними класифікаційними ознаками.

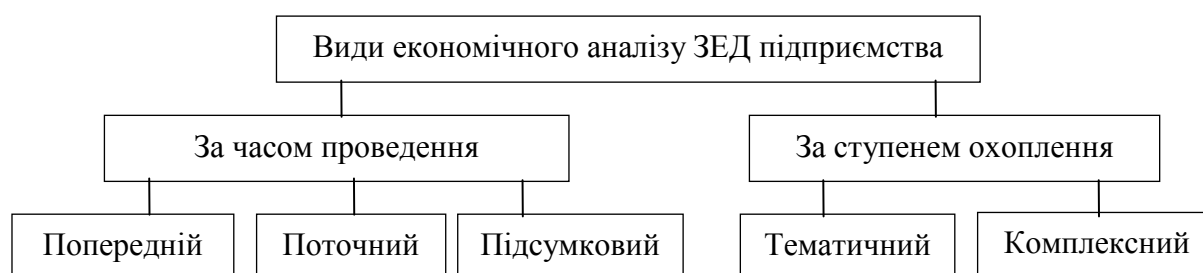


Рис. 15.1. Класифікація видів економічного аналізу ЗЕД підприємства



*Попередній аналіз* проводиться до початку здійснення зовнішньоекономічної діяльності, його метою є збір даних для планування та розробки прогнозів щодо зовнішньоекономічних операцій підприємства. *Поточний аналіз* проводиться безпосередньо під час здійснення таких операцій і формує інформаційну базу для здійснення оперативного управління ЗЕД. *Підсумковий аналіз* здійснюється за результатами певних звітних періодів, при цьому оцінюється ефективність проведених операцій, робляться висновки щодо шляхів її покращення. У ході *комплексного аналізу* досліджуються всі показники зовнішньоекономічної діяльності підприємства, а у ході *тематичного* – лише окремі їх складові або напрямки.

Інформаційною базою для здійснення економічного аналізу ЗЕД підприємства є дані бухгалтерського обліку, його фінансова, статистична та податкова звітність, управлінська аналітика.

Аналіз виконання зобов'язань з експортно-імпортних операцій проводиться за кількісними (вартість та обсяги товарів та послуг) та якісними показниками (виконання термінів та умов поставок, відповідність якості продукції тощо). При цьому визначаються фактори, що впливають на зазначені показники, та причини невиконання певних зобов'язань.

Аналіз здійснюється у розрізі окремих товарів, товарних груп, зовнішньоекономічних контрагентів, країн експорту та імпорту та по підприємству в цілому. **Послідовність етапів аналізу** виконання зобов'язань з експортно-імпортних операцій відображена на рис. 15.2.

*На першому етапі* аналізується частка окремих країн у загальній сукупності експортних поставок, а також частка реалізованої по окремим експортним договорам продукції у загальній сукупності реалізованої на експорт продукції. Крім структурного аналізу, на цьому етапі проводиться факторний аналіз. Для цього використовують моделі, в яких загальний обсяг експорту залежить від певних факторів, і методом ланцюгових

підстановок визначають вплив кожного фактора на результативну ознаку.



Рис.15.2. Етапи аналізу виконання зобов'язань з експортно-імпортних операцій

На другому етапі аналізується виконання експортних/імпортних контрактів за номенклатурою та асортиментом продукції порівнюють фактичні дані про ціну та обсяги продукції із плановими. Також оцінюється вплив зміни цін та структури продукції на загальний обсяг реалізації на експорт. У разі невиконання зобов'язань за певними позиціями встановлюються та детально вивчаються причини такого явища.

На третьому етапі вивчаються строки поставок за умовами експортних договорів та фактичні дати виконання цих договорів. Розраховується частка прострочених договорів за звітний та попередній роки, аналізуються причини прострочування та їх наслідки для підприємства.

Заключним четвертим етапом у аналізі виконання зобов'язань за експортно-імпортними операціями є аналіз якості експортної або імпортної продукції. У разі невідповідності якості продукції технічним умовам, заявленим у договорах чи специфікаціях до них, покупець може виставляти рекламачії. Отримані рекламачії від іноземних покупців не тільки зменшують доходи від експорту продукції, але й негативно відображаються на репутації підприємства і можуть негативно вплинути на подальші відносини з іноземними контрагентами. На цьому етапі аналізу за звітний та попередній періоди порівнюється показник, що

відображає співвідношення вартості продукції, що підлягає відшкодуванню за отриманими рекламациями, до загальної вартості експортованої продукції. Аналогічно проводиться і аналіз якості імпоротної продукції по окремим постачальникам та договорам.

Таким чином, аналіз виконання зобов'язань підприємства за експортно-імпортними операціями дозволяє зробити висновки про різні аспекти співпраці підприємства з іноземними контрагентами і надає інформацію для прийняття ефективних управлінських рішень у цій сфері.

Для отримання більш детальної характеристики зовнішньоекономічної діяльності підприємства застосовують **аналіз динаміки** її основних показників протягом обраного проміжку часу. Аналіз динаміки ЗЕД проводять шляхом порівняння даних за звітний період із аналогічними даними за попередній період з метою виявлення змін у цінах, товарній структурі та географічній спрямованості експорту та імпорту.

Аналіз динаміки зовнішньоекономічної діяльності підприємства зручно проводити за допомогою аналітичних таблиць у розрізі окремих країн та товарних груп із зазначенням ціни, кількості та загальної вартості експортованої або імпортованої продукції. Окрім абсолютних та відносних відхилень, розраховуються темпи приросту експортно-імпортних операцій по рокам та за весь аналізований період. По кожному рядку таблиці розраховують індекси цін, фізичного обсягу та вартості, які відображають ступінь зміни цих факторів.

Індекс ціни:

$$I_{\text{ціни}} = \frac{\sum_{i=1}^n Q_{i1} \times P_{i1}}{\sum_{i=1}^n Q_{i1} \times P_{i0}} \quad (15.1)$$

Індекс фізичного обсягу:

$$I_{\text{фіз.обсягу}} = \frac{\sum_{i=1}^n Q_{i1} \times P_{i0}}{\sum_{i=1}^n Q_{i0} \times P_{i0}} \quad (15.2)$$

Індекс вартості:

$$I_{\text{вартості}} = \frac{\sum_{i=1}^n Q_{i1} \times P_{i1}}{\sum_{i=1}^n Q_{i0} \times P_{i0}} \quad (15.3)$$

де  $P_{i1}$  – ціна товару у звітному періоді;  $Q_{i1}$  – кількість товару у звітному періоді;  $P_{i0}$  – ціна товару у базовому періоді;  $Q_{i0}$  – кількість товару у базовому періоді;  $n$  – кількість видів товару.

Під час здійснення зовнішньоекономічних операцій у підприємства виникає потреба сплати рахунків, пов'язаних із оплатою вартості товару та ряду накладних витрат. Дуже часто джерелом залучення коштів на зовнішньоекономічну діяльність є банківські кредити, а тому виникає необхідність аналізу раціональності та ефективності їх використання. Складовими **аналізу використання коштів** у зовнішньоекономічній торгівлі є:

- вивчення оборотності оборотних коштів у зовнішньоторговельних операціях;
- дослідження обороту коштів у товарах та у розрахунках;
- аналіз накладних витрат при експорті та імпорті товарів.

Метою дослідження оборотності оборотних коштів є виявлення можливостей її прискорення, тобто вивільнення із зовнішньоторговельного обороту частини коштів. Коефіцієнт оборотності вказує на середню тривалість одного обороту коштів, тобто середню тривалість однієї експортної операції, і розраховується за формулою (15.4):

$$K_{об} = CZ \times D \div C_{в} \quad (15.4)$$

де  $CZ$  – середній залишок коштів з експорту, гр. од;

$D$  – кількість днів у звітному періоді;

$C_{в}$  – собівартість реалізованих товарів на зовнішньому ринку за звітний період, гр. од.

Середній залишок коштів за певний період розраховується за наступною формулою (15.5):

$$CZ = (0,5 \times Z_{ок1} + Z_{ок2} + \dots + Z_{ок(n-1)} + 0,5 \times Z_{окn}) \div (n - 1) \quad (15.5)$$

де  $Z_{ок}$  – залишки коштів на окремі дати, гр. од.;

n – кількість доданків у чисельнику.

Показник середнього залишку відображає суму коштів, яку в середньому вкладає підприємство в експортні операції протягом одного обороту у звітному періоді. За аналогічними формулами розраховуються показники середнього залишку та оборотності коштів і для імпорتنих операцій підприємства.

Складовими обороту коштів у зовнішньоекономічній торгівлі є обороти коштів у товарах та розрахунках. Оборот коштів у товарах починається з моменту переходу товаросупровідних документів від постачальника до підприємства і закінчується виставленням рахунку за товар зарубіжному покупцеві. Тривалість обороту коштів у товарах залежить від умов поставки продукції, якими визначається момент переходу права власності, а також від організації логістики.

Оборот коштів у розрахунках передбачає оплату покупцем рахунку підприємства та поступлення грошей за товар у банк. Такий оборот коштів здебільшого залежить від обраної форми та порядку розрахунку, тому під час аналізу досліджується можливість застосування найбільш зручних форм та порядку розрахунку в залежності від надійності контрагента та його країни. Під час аналізу обороту коштів у розрахунках вивчається обсяг та причини прострочення платежів з боку іноземних контрагентів.

При експорті або імпорті товарів у залежності від умов договору підприємство може нести накладні витрати, пов'язані із транспортуванням, страхуванням, навантажувально-розвантажувальними роботами, розмитненням та іншими операціями, необхідними для доставки товарів до місця призначення. Накладні витрати можуть бути прямими, які включаються до собівартості продукції, та непрямими, які враховуються до витрат діяльності підприємства. Аналіз динаміки співвідношення накладних витрат до загального обсягу експорту чи імпорту товарів у

порівнянні з попередніми періодами надає можливість перевірити, чи не були завищені такі витрати, та виявити шляхи їх оптимізації у майбутньому.

Відносний рівень накладних витрат визначається шляхом ділення абсолютної суми затрат по реалізованим товарам на вартість таких реалізованих товарів:

$$ІНВ_{\text{нац.вал.}} = \frac{НВ_{\text{нац.вал.}}}{С} \quad (15.6),$$

де  $НВ_{\text{нац.вал.}}$  – накладні витрати у національній валюті,  $С$  – собівартість виробництва товарів.

$$ІНВ_{\text{ін.вал.}} = \frac{НВ_{\text{ін.вал.}}}{Q} \quad (15.7),$$

де  $НВ_{\text{ін.вал.}}$  – накладні витрати в іноземній валюті,  $Q$  – сума реалізованих товарів в іноземній валюті.

## 15.2. Показники ефективності зовнішньоекономічної діяльності

В основі “ідеальної” оцінки економічної ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємств лежить положення про те, що за умови правильного оформлення структури експорту та імпорту міжнародний обмін товарами може бути вигідний всім учасникам міжнародних економічних зв’язків.

Вибір методики визначення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємств, її складність та об’ємність залежать від того, які цілі стоять перед управлінням підприємства, від наявності інформації і часу проведення аналізу. У будь-якому разі, для проведення якісного аналізу необхідно проводити бухгалтерський та управлінський облік витрат та результатів у розрізі всіх складових елементів, оскільки саме володіння первинною інформацією про діяльність підприємства визначає можливість прийняття правильних управлінських рішень.

Визначення економічної ефективності ЗЕД передбачає дотримання наступних **методологічних положень і принципів**:

1) для порівняння застосовуються дані базового періоду, коли ще не були прийняті певні управлінські рішення чи не застосовані альтернативні підходи, які планують проаналізувати;

2) ведення повного обліку усіх складових витрат та чітке визначення результатів;

3) витрати та результати діяльності мають бути приведені до єдиної одиниці виміру задля можливості їх порівняння – проводиться за рахунок використання принципу дефляції, тобто врахування інфляції в країнах контрагентів;

4) дисконтування різних за терміном доходів, витрат та результатів діяльності – є необхідним для реалізації проектів зовнішньоторговельних угод, пов'язаних з довгостроковими іноземними інвестиціями;

5) арбітраж – передбачає, що при проведенні зовнішньоторговельних операцій необхідно враховувати різницю між відсотковими ставками і курсами валют країн контрагентів;

6) хеджування – укладання ф'ючерсних і форвардних контрактів, що дозволяє перекласти валютні ризики на посередників.

Ефективність зовнішньоекономічної діяльності підприємства оцінюється за допомогою **набору показників**, що характеризують ступінь вигідності міжнародної кооперації для підприємства та поділяються на дві основні групи:

– показники ефекту, що вимірюються в абсолютних величинах як різниця між результатами та понесеними витратами;

– показники ефективності, що вимірюються відносними величинами як відношення результатів до понесених витрат.

В залежності від джерела інформаційної бази показники ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства поділяються

на три групи (рис. 15.3):



Рис. 15.3. Показники ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства в залежності від джерела інформації

За допомогою *першої групи* показників, що розраховуються на основі бухгалтерської інформації, проводять поточну оцінку ефективності експортно-імпортних операцій.

Фінансовий результат від ЗЕД відображають ефекти експорту та імпорту, які розраховуються як різниця між доходами, отриманими від експортних чи імпортних операцій та витратами, пов'язаними з цими операціями

Рентабельності продаж по експорту ( $P_{\text{екс}}$ ) відображає частку



прибутку у загальному обсязі експорту. При цьому існує два варіанти розрахунку цього показника (15.8, 15.9):

$$P_{\text{екс. до оп.}} = \Pi \div D_{\text{екс}} \quad (15.8)$$

$$P_{\text{екс. після оп.}} = \text{ЧП} \div D_{\text{екс}} \quad (15.9)$$

де  $\Pi$  – прибуток від експортних операцій до оподаткування, гр. од.;

ЧП – прибуток від експортних операцій після оподаткування, гр.

од.;

$D_{\text{екс}}$  – дохід від реалізації експортної продукції, гр. од.

Рентабельність після оподаткування (розрахована на основі чистого прибутку), у порівнянні з рентабельністю до оподаткування, відображає вплив податків на результати ЗЕД підприємства.

Для другої групи показників ефективності ЗЕД необхідні не тільки дані бухгалтерського, а й управлінського обліку. Наприклад, інформацію про обсяги постійних та змінних витрат застосовують при розрахунку таких показників, як:

– граничний прибуток від ЗЕД по кожному виду товару на одиницю продукції, що розраховується як різниця між обсягом експорту та змінними витратами, пов'язаними з експортними операціями;

– точка беззбитковості експортної продукції, що представляє відношення постійних витрат до граничного прибутку;

– гранична рентабельність експорту, що розраховується як відношення граничного прибутку до змінних витрат.

Третя група показників ефективності ґрунтується на даних маркетингових звітів, що містять інформацію про особливості та кон'юнктуру певних ринків. На основі такої інформації можна оцінити позиції підприємства на зовнішньому ринку за допомогою наступних показників:

– співвідношення реального обсягу експорту товарів до кількості іноземних покупців підприємства – зростання даного показника за умов

незмінної кількості покупців свідчить про покращення експортної діяльності підприємства;

– співвідношення отриманих замовлень та візитів бізнес-партнерів, що свідчить про успішність ведення переговорів;

– співвідношення кількості отриманих рекламаций з кількістю постійних покупців – чим менший цей показник, тим кращі позиції підприємства на зовнішньому ринку та вища ефективність ЗЕД.

### **15.3. Оцінка ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства**

З точки зору окремо взятої фірми було би доцільно відносити успіх ЗЕД до досягнення її власних загальних цілей. Проте, критерії успіху повинні бути досить широкими, щоб охопити фірми з багатогранними цілями, а також степінь складності конкуренції на різних типах ринків.

Можна вважати, що критерії ідентифікації **найбільш успішних експортерів** складаються з таких основних компонентів:

1. Абсолютна вартість експортних продаж.
2. Ріст експортних продаж.
3. Співвідношення частки експорту фірми для загальної по галузі.
4. Короткостроковий ріст питомої ваги експорту у загальній діяльності фірми.
5. Довгостроковий ріст питомої ваги експорту у загальній діяльності фірми.
6. Успіх у проникненні на складні ринки.

Якщо не брати до уваги останнього, критерії можна охарактеризувати кількісно, хоча перший може бути, скоріше за все, функцією розміру фірми. В певних аспектах, критерії занадто жорсткі, а в деяких – навпаки – занадто м'які для чіткого проведення роздільної лінії

між успішними і невдалими експортерами. Фірма може задовольняти всім критеріям у цілому – і разом з тим вважати свою ЗЕД невдалою через недосягнення цілей прибутку. З іншого боку, фірма може вважатися успішним експортером, якщо хоча б один з критеріїв постійно виконується.

Щодо **експортних операцій** підприємства, то для аналізу їх ефективності враховують наступні критерії:

– динаміка обсягів експорту (в абсолютному та відносному вираженні в цілому по підприємству, по його структурним підрозділам та товарним групам);

– рівень конкурентоспроможності експортного товару (динаміка його частки на світовому ринку; ставлення покупців до даної торгової марки);

– інноваційність експортного товару (частка зниження витрат за рахунок застосування нових технологій; частка нових товарів у експорті, що з'явилися за останні п'ять років тощо);

– прибутковість експорту (частка прибутку у загальному обсязі експорту та окремих товарних груп; прибутковість зовнішніх інвестицій).

Для оцінки економічної ефективності реалізації продукції на експорт застосовують показник, що розраховується за наступною формулою (15.10):

$$E_{\text{екс}} = D_{\text{екс}} \div (C_{\text{в}} + НВ_{\text{екс}}) \quad (15.10)$$

де  $E_{\text{екс}}$  – економічна ефективність реалізованої на експорт продукції, од.;

$D_{\text{екс}}$  – дохід від реалізації експортної продукції, гр. од.;

$C_{\text{в}}$  – собівартість реалізованої продукції, гр. од.;

$НВ_{\text{екс}}$  – накладні витрати, пов'язані з експортом продукції, які несе продавець.

При цьому, якщо суму доходу (виручки) враховують в іноземній

валюти, а собівартість та накладні витрати у національній, то показник ефективності означатиме обсяг виручки в іноземній валюті, що припадає на кожну гривню, витрачену на виробництво цієї продукції. Чим вище зазначений показник, тим кращою є ефективність експорту.

Аналіз динаміки показників економічної ефективності за звітній та попередній періоди дає можливість зробити висновки про покращення або зниження ефективності ЗЕД підприємства.

Ефект експорту визначається як різниця між доходом від реалізації та собівартістю реалізованої продукції і накладними витратами.

Оцінку **ефективності імпорту** проводять окремо для товарів, імпортованих з метою перепродажу, та товарів, імпортованих з метою застосування у власному виробництві.

Ефективність імпорту товарів для перепродажу проводять за формулою (15.11):

$$E_{\text{ім.прод.}} = D_{\text{ім}} \div (V_{\text{дог}} + \text{НВ}_{\text{ім}}) \quad (15.11)$$

де  $E_{\text{ім.прод.}}$  – ефективність імпорту товарів для перепродажу, од.;

$D_{\text{ім}}$  – дохід від реалізації імпортованого товару на внутрішньому ринку, гр. од.;

$V_{\text{дог.}}$  – вартість імпортованого товару, вказана у договорі, гр. од.;

$\text{НВ}_{\text{ім.}}$  – накладні витрати, пов'язані з імпортом товарів, гр. од.

Ефективність імпорту товарів, ввезених для власного виробництва, розраховується за формулою (15.12):

$$E_{\text{ім.вл.вир.}} = D \div (V_{\text{дог.}} + \text{НВ}_{\text{ім.}} + V_{\text{обсл.}}) \quad (15.12),$$

де  $E_{\text{ім.вл.вир.}}$  – ефективність імпорту товарів для власного виробництва, од.;

$D$  – дохід від продажу продукції, виготовленої із використанням імпортованих товарів, гр. од.;

$V_{\text{обсл.}}$  – витрати, пов'язані з обслуговуванням імпортованих товарів, гр. од.

**Валютна ефективність** експортних та імпорتنних операцій оцінюється за допомогою розрахунку та аналізу наступних показників (див. табл. 15.1):

Таблиця 15.1

Показники валютної ефективності експортних та імпорتنних операцій

Експорт		Імпорт	
Гранично допустимі витрати на експорт товарів за відомої зовнішньоторговельної ціни	$V_{\text{екс.гран.}} = D_{\text{екс}} \times K_{\varepsilon} \times K_{\text{кв}}$ , де $D_{\text{екс}}$ – дохід від експорту у вигляді валютних надходжень; $K_{\varepsilon}$ - коефіцієнт цінності валюти (купівельна спроможність валютних надходжень); $K_{\text{кв}}$ - коефіцієнт кредитного впливу (якщо операція проводилась на умовах надання кредиту)	Гранично допустима вартість імпорتنної продукції	$V_{\text{ім.гран.}} = V_{\text{ів}} \times K_{\varepsilon} \times K_{\text{кв}}$ , де $V_{\text{ів}}$ - імовірні витрати, тобто ті, які були б здійснені у випадку виробництва товарів всередині країни; $K_{\varepsilon}$ - коефіцієнт цінності валюти; $K_{\text{кв}}$ - коефіцієнт кредитного впливу
Національна ефективність експорту	$E_{\text{екс.вал.}} = V_{\text{екс.гран.}} \div V_{\text{екс}}$ , де $V_{\text{екс}}$ - реальні експортні витрати, гр. од.	Національна ефективність імпорту	$I_{\text{ім.вал.}} = \frac{V_i}{V_{\text{ім.р}} \times K_{\varepsilon} \times K_{\text{кр}}}$
Валютний ефект від експортних операцій	$E_{\text{вал.ефект}} = V_{\text{іе}} \times K_{\varepsilon} \times K_{\text{кв}} - V_{\varepsilon}$	Валютний ефект від імпорту в абсолютному значенні	$I_{\text{вал.ефект}} = V_i - V_{\text{ім.}} \times K_{\varepsilon} \times K_{\text{кв}}$
Ефективність виробництва експортної продукції	$E_{\text{sup.с.}} = \frac{Ц_{\varepsilon}}{B_{\varepsilon}}$ , де $Ц_{\varepsilon}$ - експортна ціна, $B_{\varepsilon}$ - витрати	Економічна ефективність імпорту, обчислена на підставі цінового зіставлення	$E_{\text{в1}} = \frac{Ц_{\text{покупна}}}{Ц_{\text{повна}}}$ , де $Ц_{\text{покупна}}$ - покупна ціна імпорتنного товару; $Ц_{\text{повна}}$ - повна ціна споживання імпорتنного товару з урахуванням експлуатаційних витрат; $E_{\text{в2}} = \frac{O}{B}$ , де $O$ – обсяг продукції, що може бути отриманий при експлуатації обладнання; $B$ – витрати на імпорт обладнання; $E_{\text{с}} = \frac{Ц_{\varepsilon}}{B_{\varepsilon}}$ , де $Ц_{\varepsilon}$ - ціна реалізації товарів на внутрішньому ринку, $B_{\varepsilon}$ - витрати, пов'язані з імпортом

Гранично допустимі витрати на експорт товарів відображають обсяг валютних надходжень від експорту, скорегований на коефіцієнт цінності валюти і коефіцієнт кредитного впливу (за умови, якщо угода проводилась на умовах надання кредиту).

Національна ефективність експорту визначається як відношення гранично допустимих витрат на експорт товарів до реальних експортних витрат. Валютний ефект від експортних операцій визначається як різниця між гранично допустимими витратами на експорт товарів і реальними експортними витратами.

Ефективність виробництва є відношенням експортної ціни до витрат. При аналізі цього показника слід враховувати, що виробництво продукції на експорт є вигідним, якщо він перевищує одиницю.

Гранично допустима вартість імпортової продукції відображається як імовірні витрати (ті, які потенційно були б здійснені у випадку виробництва товарів всередині країни), скореговані на коефіцієнт цінності валюти і коефіцієнт кредитного впливу.

Валютна ефективність імпорту визначається як відношення реальних витрат до гранично допустимої вартості імпортової продукції. Валютний ефект від імпорту визначається як різниця між реальними витратами і гранично допустимою вартістю імпортової продукції.

Економічна ефективність імпорту розраховується окремо для товарів виробничого призначення і для споживчих товарів. При цьому для товарів виробничого призначення імпорт вважається ефективним, коли обидва показники ( $E_{B1}$  і  $E_{B2}$ ) більше одиниці.

### **Питання до самоконтролю**

1. Які ви знаєте види економічного аналізу зовнішньоекономічної діяльності підприємства?
2. Що є інформаційною базою для проведення економічного

аналізу зовнішньоекономічної діяльності підприємства?

3. Яким чином здійснюється аналіз виконання зобов'язань з експортно-імпортних операцій?

4. Як проводиться аналіз динаміки зовнішньоекономічної діяльності підприємства?

5. Яких методологічних підходів слід дотримуватися під час визначення економічної ефективності зовнішньоекономічної діяльності?

6. За допомогою яких показників оцінюється ефективність зовнішньоекономічної діяльності підприємства?

7. Що визначає показник рентабельності продаж по експорту?

8. Які ви знаєте критерії ідентифікації найбільш успішних експортерів?

9. Як оцінюється валютна ефективність експортних та імпортних операцій?

## ТЕМА 16

# РИЗИКИ У ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ЇХ СТРАХУВАННЯ

Будь-яка діяльність так чи інакше пов'язана з певним результатом. При цьому, здійснюючи будь-яку діяльність, суб'єкт повинен розуміти, що існує ймовірність виникнення як позитивного, так і негативного кінцевого результату. Іншими словами, існує ризик неотримання бажаного результату. Причому, як правило, чим на більшу «доходність» орієнтується підприємство, тим більше ризиків може зустрітися у процесі її здійснення. Особливо це стосується зовнішньоекономічної діяльності, що пов'язана з різноманітними як внутрішніми, так і зовнішніми аспектами.

У даній темі розглядається: сутність та характеристика ризиків зовнішньоекономічної діяльності; основні класифікації ризиків ЗЕД; можливі напрями мінімізації ризиків ЗЕД; основні методи страхування ризиків у зовнішньоекономічній діяльності.

### 16.1. Сутність та характеристика ризиків ЗЕД

По суті, **ризик** – це можливі несприятливі події, що можуть відбутися, і в результаті яких можуть виникнути збитки, майнові втрати учасників зовнішньоекономічної діяльності.

При цьому слід брати до уваги об'єктивно-суб'єктивну **природу ризику**. Об'єктивність ризику в економічній сфері ґрунтується на тому, що він існує внаслідок об'єктивних, притаманних економіці категорій конфліктності, невизначеності, розпливчастості, відсутності вичерпної інформації на момент оцінювання і прийняття управлінських рішень. Об'єкт ризику – це економічна система, оцінка ефективності й умови



функціонування якої з необхідної точністю неможливо з заданою ймовірністю. У той же час, суб'єктивність ризику зумовлюється тим, що в економіці діють реальні люди (інвестори, менеджери, управлінські команди, бізнесмени) зі своїми досвідом, психологією, інтересами, смаками, схильністю чи несхильністю до ризику, зі своєю поведінкою тощо. Суб'єкт ризику – особа або колектив, які зацікавлені в результатах управління об'єктом ризику і мають відповідну компетенцію щодо управління і прийняття відповідних рішень стосовно об'єкта ризику.

Ризики, що виникають під час здійснення зовнішньоекономічної діяльності, залежать від багатьох об'єктивних **причин**, зокрема, від:

- об'єктивної невизначеності майбутнього;
- постійної нестабільності економічних процесів в усіх країнах світу;
- об'єктивної неповноти вихідної інформації, недостатності інформації, наявності комерційної таємниці про діяльність суб'єкта ЗЕД;
- умов зовнішньоекономічної діяльності;
- ступеню лібералізації зовнішньоекономічної діяльності;
- митно-торговельних бар'єрів;
- імпортних квот;
- системи ліцензування та стандартизації якості і безпеки продукції;
- системи валютного курсоутворення тощо.

Важливо пам'ятати, що ризику притаманні особливі **характеристики**:

1. З погляду теорії систем ризик розглядається як одна з системних характеристик, властивість, що притаманна будь-яким видам цілеспрямованої діяльності. Ця системна характеристика проявляється як конфлікт між окремими цілями суб'єкта господарювання (суб'єкта ризику), як невизначеність стосовно реалізації цілей, зміст, напрям і умови

досягнення котрих не чітко зрозумілі суб'єктові керування.

2. Ризиком обтяжені передбачення, прогнози, тому що майбутнє стосовно економічних процесів неможливо передбачити в усіх деталях.

3. Ризик виникає в процесах встановлення цілей, оцінювання тощо. Найчастіше ризик може бути пов'язаний з діями економічних суб'єктів, які функціонують в економічній системі. Ризик може бути відсутнім лише для тих економічних суб'єктів, котрі не зацікавлені особисто у функціонуванні й розвитку певної економічної системи, або у випадку, якщо можливо перекласти відповідальність на суспільство або інших економічних суб'єктів та у разі відмінностей інтересів сфер діяльності. Ризик відсутній за відсутності будь-якого вибору.

4. Доцільно відрізнити кількісну міру ризику та сам ризик, як економічну категорію. Ризик потрібно кількісно оцінювати й вимірювати – без цього не обійтись, особливо у зовнішньоекономічній сфері. Міра ризику є вектором, одна група компонент якого кількісно характеризує ступінь окремих аспектів ризику як об'єктивної категорії. Решта враховує ставлення його суб'єктів до невизначеності, конфлікту і, відповідно, до ризику.

5. Структура та міра ризику змінюються в часі під впливом змін (трансформації) зовнішнього і внутрішнього середовища, дії низки об'єктивних і суб'єктивних чинників. Теорія соціально-економічної динаміки є підґрунтям до оцінювання та прогнозування ризику в умовах асиметричної інформації фінансових ринків. Необхідно досліджувати ризик як такий, структура і кількісна міра якого постійно змінюється з часом. В економічних дослідженнях підкреслюється неможливість довгострокової рівноваги локальних ринків. Головними причинами порушення можна вважати зміни у системах вищого рівня ієрархії управління. Це пояснюється розбіжностями між цілями управління й економічними інтересами системи управління.

Підкреслюючи подвійну сутність ризику, вирізняють, зокрема, такі його **функції**: інноваційну, регулювальну, захисну й аналітичну.

*Інноваційна функція* ризику полягає в пошуку нетрадиційних шляхів вирішення економічних проблем, у більшості випадків економічний успіх і конкурентоспроможність досягаються завдяки інноваційній діяльності.

*Регулювальна функція* ризику виявляється у конструктивній і деструктивній формах. Конструктивна полягає у тому, що здатність ризикувати є одним із шляхів успішної діяльності підприємця, що допомагає переборювати консерватизм, догматизм, відсталість, психологічні бар'єри, що перешкоджають перспективним нововведенням. Деструктивна полягає у тому, що приймаються необґрунтовані, не виважені рішення, іноді за відсутності повної інформації, належного урахування закономірностей розвитку явищ, що породжує авантюризм, суб'єктивізм.

*Захисна функція* полягає у тому, що ризик слід не лише розглядати як природний стан підприємця, а й терпимо ставитися до можливих невдач.

*Аналітична функція* передбачає аналіз усіх можливих альтернатив, варіантів рішень і вибір із них найбільш рентабельних і найменш ризикованих. У простих випадках спираються на інтуїцію, минулий досвід. Однак вибираючи оптимальне рішення, слід використовувати спеціальні методи аналізу.

## **16.2. Класифікація ризиків зовнішньоекономічної діяльності**

Зважаючи на значну чисельність та різноманітність ризиків у зовнішньоекономічній діяльності, як правило, їх класифікують за певними **ознаками**, наприклад:

– за масштабами та обсягами (глобальний, локальний);

– за аспектами (психологічний, соціальний, економічний, екологічний, юридичний, політичний, медикобіологічний);

– за мірою об'єктивності та суб'єктивності (з об'єктивною ймовірністю, з суб'єктивною ймовірністю, з об'єктивно-суб'єктивною ймовірністю);

– за ступенем (мірою) ризиконасиченості рішень (мінімальний, середній, оптимальний);

– за мірою обґрунтованості ризику (раціональний, нераціональний, авантюрний);

– за терміном оцінювання та урахування ризику (випереджаючий, своєчасний, запізнений);

– за чисельністю осіб, які беруть участь у прийнятті рішень (індивідуальний, груповий, колективний);

– за ситуаційним класом джерел (в умовах невизначеності, в умовах конфлікту (конкуренції), в умовах розпливчастості (нечіткості)) тощо.

При цьому, найбільш поширеною є класифікація ризиків, відповідно до якої виокремлюють: операційний, кредитний та ринковий ризики.

Під *операційним ризиком* розуміють ризик, пов'язаний з недоліками в системах і процедурах управління і контролю в організації. До нього відносять ризики, зумовлені помилками менеджменту та працівниками компанії, проблемами системи внутрішнього контролю та організації роботи компанії.

*Кредитний ризик* – ризик того, що позичальник не виконає свої зобов'язання повною мірою або у визначену дату.

*Ринковий ризик* – ризик збитків, зафіксованих на балансових і позабалансових рахунках компанії, через зміну ринкових цін; це ризик зміни значень параметрів ринку, таких як відсоткові ставки, курси валют, ціни акцій, кореляція між різними параметрами ринку і мінливість цих параметрів.

Зважаючи на різноманітність класифікацій ризиків у зовнішньоекономічній діяльності, для зручності їх доцільно об'єднати у відповідні **групи ризиків**.

1. *Ризик країни* перебуває за межами банківської системи або конкретного ділового партнера. З позицій міжнародної торгівлі до цього ризику належать політичні та економічні події в конкретній країні, які можуть призвести до втрат під час зовнішньоторговельних операцій внаслідок державної політики регулювання зовнішньоекономічних відносин. Такі події перебувають, до певної межі, під контролем уряду цієї країни.

Як правило, політичні ризики розподіляють на чотири групи:

- ризик націоналізації та експропріації;
- ризик трансферту, пов'язаний з можливими обмеженнями конвертування національної валюти;
- ризик розриву контракту через діяльність влади цієї країни, де знаходиться підприємство-контрагент;
- ризик військових дій та громадських заворушень.

2. *Ризик банку* пов'язаний з втратами, які можуть виникати через його недостатню фінансову надійність, неналежну організацію управління банком. На діяльність банку як фінансової структури впливає ціла низка чинників: навколишнє політичне та економічне середовище, конкуренція, акціонери, якість персоналу, технічне обладнання тощо. Окрім стійкого фінансового стану, професійність персоналу є однією з головних умов ефективної роботи банку.

З метою контролю за банківськими ризиками банки встановлюють нормативи та ліміти, які час від часу переглядаються, відстежують інформацію про фінансовий стан банків, постійно підвищують кваліфікацію співробітників.

3. *Валютний ризик* для багатьох країн є одним з найважливіших

чинників міжнародної торгівлі. На валютні ризики наражаються не тільки торговельні контрагенти, а й банки, державні установи, приватні особи, які мають валютні рахунки. Непередбачені коливання валютних курсів ведуть до прямих втрат одних фірм та банків і прибутків – інших.

Валютні ризики – загроза втрат у результаті зміни курсів валют під час виконання контракту. Такі втрати виникають, при змінах курсу валюти ціни відносно валюти платежу в період між підписанням зовнішньоторговельного або кредитного контракту і здійсненням платежу за ним. У разі збігу валюти ціни і валюти платежу валютний ризик спричинюється зміною курсу валюти контракту порівняно з національною валютою контрагентів або з падінням купівельної спроможності валют.

Якщо валюта ціни і валюта платежу не збігається, експортер зазнає збитків при зниженні курсу валюти ціни відносно валюти платежу, оскільки він отримує менший грошовий еквівалент зафіксованої в контракті вартісної величини. Аналогічним буде валютний ризик для кредитора. Навпаки, для імпортера і боржника валютні ризики виникають при підвищенні курсу валюти ціни відносно валюти платежу, оскільки для її купівлі необхідно заплатити більше національної валюти. У разі збігу валюти ціни і валюти платежу валютний ризик експортера виникає при девальвації валюти контракту відносно його національної валюти. І навпаки, імпортер зазнає збитків, якщо відбувалася ревальвація валюти договору відносно своєї національної валюти.

4. При оцінюванні доцільності та ризикованості кожної торговельної операції контрагенти оцінюють *ризик свого партнера*. У міжнародній торгівлі існують два види ризику контрагентів: ризик неплатежу та ризик невиконання контракту.

Для зменшення ризиків за укладеними зовнішньоекономічними контрактами слід попередньо перевірити потенційного партнера. З цією метою пропонується оцінити ефективність його функціонування.

Керуючись інформацією про потенційного партнера, можна зробити конкретні висновки щодо його надійності та платоспроможності. Якщо підприємство задовольняє потенційний партнер, то перед ним стоїть питання укладення зовнішньоекономічної угоди з мінімізацією можливих ризиків, використовуючи всі можливі застереження.

*Ризик неплатежу* виникає для експортера, якщо імпортер неспроможний або не бажає здійснити платіж за контрактом. З іншого боку, якщо імпортер зробив авансовий платіж, то він ризикує, бо у разі невиконання контракту експортер може не повернути аванс.

*Ризик невиконання контракту* полягає у недотриманні сторонами умов контракту. Зокрема, імпортер може відмінити або в односторонньому порядку змінити замовлення. Експортер з певних причин може не виконати замовлення або виконати його з порушенням терміну і умов поставки, кількості товару, його якості, асортименту, упакування, умов транспортування тощо.

5. *Транспортні ризики* виникають у зовнішньоекономічній діяльності при укладенні зовнішньоекономічних угод, а саме при переміщенні товару від продавця (постачальника) до покупця, що є суб'єктами різних країн.

6. Дуже важливою групою ризиків у зовнішньоекономічній діяльності слід вважати *маркетингові ризики*, пов'язані з реалізацією товару на ринках збуту. До таких ризиків відносять 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 враховувати невизначеність інформації про ринок.

Інформаційний ризик являє собою ризик відсутності, невизначеності чи недостовірності інформації, що стосується юридичної бази для підготовки контракту, стану справ партнера і його банку, загального стану

ринку товарів (послуг), на якому функціонує підприємство.

Інноваційний ризик передбачає можливість втрат, що виникають внаслідок вкладення підприємством коштів у виробництво нових товарів (послуг), які, можливо, не знайдуть попиту на ринку.

Кон'юнктурний ризик пов'язаний з можливістю втрат через зміну ринкової кон'юнктури, зміну як економічного стану галузі, в якій функціонує підприємство, так і суміжних з нею галузей.

### 16.3. Можливі напрями мінімізації ризиків ЗЕД

Необхідно підкреслити, що будь-який ризик є імовірнісною категорією. Тому найбільш обґрунтовано з наукових позицій характеризувати і вимірювати його як ймовірність настання певного рівня втрат. Звичайно, саме високий ступінь ризику призводить до необхідності пошуку шляхів його мінімізації. Ці дії ведуться в двох **напрямках**:

- уникнення появи можливих ризиків;
- зниження впливу ризику на результати діяльності.

Більшість рішень про уникнення ризику застосовується на стадії прийняття рішень. Приймаючи таке рішення можна повністю уникнути можливих втрат, але це не дозволить отримати обсяг прибутку, пов'язаний з ризикованою діяльністю. При цьому треба мати на увазі, що:

- уникнення можливих ризиків може бути просто неможливо (наприклад, це стосується ризиків цивільної відповідальності);
- уникнення одного ризику може призвести до виникнення інших;
- можливий обсяг прибутку від заняття певною діяльністю може значно перевищувати можливі втрати в разі настання пошукової ситуації, пов'язаної з даним видом діяльності.

Звичайно, в реальному житті важко уникнути ризику. Значну його частину фірмі доводиться приймати на себе. Проте, деякий ризик



приймається тому, що він неминучий, а інші – що несуть в собі потенціал можливого прибутку. Прийняття ризику на себе може бути двох видів:

- заплановане прийняття ризиків;
- незаплановане прийняття ризиків.

У першому випадку підприємству відома частота можливих втрат, і ці втрати покриваються з поточного доходу, якщо в цілому вони невеликі. У даному випадку йдеться про *самострахування*, тобто створення фірмою спеціального резервного фонду (фонду ризику) за рахунок відрахувань з прибутку на випадок виникнення непередбачуваної ситуації. Самострахування доцільно в тому випадку, коли вартість застрахованого майна відносно невелика в порівнянні з майновими та фінансовими критеріями всього бізнесу, а також коли ймовірність збитків надзвичайно мала.

У другому випадку, при незапланованому прийнятті ризику фірмі доводиться покривати втрати з будь-яких ресурсів, що залишилися після понесених втрат. У цьому випадку, якщо втрати великі, як наслідок приходить скорочення розміру прибутку.

Так чи інакше, робота з мінімізації зовнішньоекономічних ризиків має включати такі основні **складові**:

- аналіз ситуації і визначення можливих ризиків;
- оцінка ймовірного збитку й прийняття рішення щодо управління потенційними ризиками;
- реалізація прийнятих рішень і контроль за їх виконанням.

Головна проблема управління ризиками в зовнішньоекономічній діяльності підприємства полягає в управлінні тими ризиками, настання яких не залежить від зусиль підприємств. Тому політика суб'єкта ЗЕД щодо потенційних ризиків має декілька **різновидів**:

- виключення ризиків, тобто відмова від здійснення будь-яких дій, пов'язаних з можливістю появи ризиків у ЗЕД;

– прийняття ризиків, тобто підприємство бере на себе відповідальність за проведення зовнішньоекономічної операції та ризику, пов'язані з нею;

– зменшення ризиків, тобто прийняття рішень, які дають змогу знизити рівень витрат від прийнятих ризиків;

– передача ризиків, тобто підприємство передає відповідальність за ризику своєму партнеру або третій особі.

Зважаючи на це, можна виділити такі **групи методів**, спрямованих на зменшення можливих збитків, що викликані вищезазначеними ризиками:

– страхування (використання різних видів полісів, договорів страхування);

– хеджування (використання біржових ф'ючерсних контрактів, опціонів);

– застосування різних форм і методів розрахунково-кредитних відносин, що зводять до мінімуму ризик неплатежу за поставлені товари, або неотримання товарів проти їх сплати.

– аналіз і прогнозування кон'юнктури (попиту, пропозиції, ціни) на зовнішньому ринку, планування і своєчасна розробка заходів з метою уникнути можливих збитків, викликаних несприятливими кон'юнктурними змінами, тощо.

Ефективним способом мінімізації ризику є скорочення втрат шляхом поділу (сегрегації) та об'єднання (комбінації) ризиків. Поділ ризику, як правило, здійснюється за рахунок поділу активів фірми. Суть його полягає в скороченні максимально можливих втрат за одну подію, але при цьому одночасно зростає число випадків ризику, які можна контролювати.

Говорячи про заходи щодо мінімізації ризиків, необхідно мати на увазі, що, перш ніж звертатися за допомогою в інші організації, підприємство повинне використовувати всі можливі внутрішні **джерела**

### **зниження ризику:**

- перевірити передбачуваних партнерів;
- грамотно скласти зовнішньоекономічний контракт та інші угоди;
- планувати і прогнозувати діяльність фірми;
- ретельно підбирати кадри фірми.

У практиці зовнішньоекономічної діяльності усі вище перелічені напрями і шляхи мінімізації ризиків можна представити у вигляді певних **рекомендацій**.

Наприклад, щодо *мінімізації ризиків країни* при проведенні зовнішньоекономічних операцій слід врахувати фактори ризиків, пов'язані з платіжним потенціалом країни-дебітора, тому потрібно здійснювати аналіз її макроекономічних показників та ринкового потенціалу.

Інформацію про ризики по конкретній країні можна отримати, використавши періодичні публікації консалтингових фірм, що спеціалізуються на оцінках ризиків. Підприємство, зазвичай, цікавить політична стабільність у країні, ризики поточної економічної ситуації, можливості для переказу капіталу та прибутків, можливості отримання прибутків. Ймовірність виникнення ризиків залежить від країни, з якою передбачається укладення зовнішньоекономічного контракту. Заздалегідь слід передбачити, що сума збитків може досягти розміру, який перевищить загальну суму контракту.

До засобів *банківського контролю економічних ризиків* можна віднести:

- постійне спостереження за рейтингом країн, який публікується в спеціалізованих виданнях;
- установлення для окремих країн лімітів та їх регулярний перегляд;
- відкриття філій (представництв) у країнах партнерів і розміщення там своїх представників для вивчення поточної ситуації на місцях.

При торгівлі з економічно несприятливими країнами у світовій практиці використовується більш короткий термін виконання зобов'язань за контрактом, ніж при угодах з економічно розвинутими державами.

Щодо *валютних ризиків* у міжнародній практиці застосовуються три основні підходи до мінімізації:

– підприємства (фірми) можуть знизити свій валютний ризик за умови правильного вибору валюти ціни контракту, а також валюти платежу у разі їх неспівпадіння. Для експортера вигідно встановлювати ціну контракту в «міцній» валюті, курс якої стабільний або має тенденцію до зростання. Для імпортера вигідна «слабка» валюта, курс якої постійно девальвує;

– зміна термінів платежу. Сутність цієї тактики полягає в маніпулюванні термінами розрахунків: дострокова оплата товарів і послуг при очікуваному підвищенні курсу валюти платежу або, навпаки, затримка платежу при прогнозованому падінні її курсу. Можливість дострокової оплати, а також розмір пені за несвоєчасну оплату фіксується у контрактах;

– збалансованість грошових вимог і зобов'язань, або приведення у відповідність валютних доходів та витрат. Цей метод часто використовується підприємствами, які укладають велику кількість міжнародних угод. Укладаючи угоди, банки повинні вибирати ту валюту, яка допоможе повністю або частково закрити відкриті валютні позиції, які вже має клієнт. Це можливо при одночасному підписанні контрактів на експорт та імпорт у тій самій валюті з приблизно рівними строками виконання. Якщо ж підприємство займається одним видом діяльності, то більш доцільно укладати контракти з використанням різних валют, курси яких змінюються в протилежних напрямках.

Як ефективні заходи з *мінімізації ризику неплатежу* контрагентам доцільно вживати наступні заходи:

- перевіряти інформацію про ділового партнера: про його репутацію, кредитоспроможність, рівень менеджменту, загальний стан галузі промисловості, конкурентоспроможність товару;

- наполягати на виставленні на користь себе платіжної гарантії, авансової гарантії, перевіряючи при цьому надійність і міжнародний авторитет гаранта;

- включати до контракту умови, які передбачають застосування до платника штрафів у разі затримання оплати.

Для подолання загрози неплатоспроможності партнера використовують такі інструменти:

- передбачення умови про чинність контракту після надходження коштів на розрахунковий рахунок виконавця;

- передача права власності замовнику після повної сплати вартості товару (послуги);

- використання послуг банку щодо акредитивної форми розрахунків;

- укладення угоди з банком на факторингове обслуговування можливої дебіторської заборгованості.

Для *мінімізації ризику невиконання контракту* підприємствам необхідно включати до контракту умови, що передбачають фінансову відповідальність сторін за його невиконання, а також активно застосовувати банківські гарантії виконання зобов'язань.

Ризику невиконання партнером зобов'язань за контрактом можна уникнути за рахунок:

- укладення договору про наміри, де оговорюється строк, протягом якого сторони можуть внести зміни;

- відображення в договорі намірів щодо матеріальної відповідальності за відмову від підписання контракту;

- відображення умови про розгляд можливих суперечок через

арбітражний суд;

– відображення в контракті умови про штрафні санкції за невиконання будь-якого зобов'язання за контрактом;

– відображення в контракті умови про виникнення можливих форс-мажорних обставин, тощо.

Отже, існує досить багато методів і шляхів мінімізації ризику. Вибір їх і використання вимагає серйозного врахування сформованої економічної ситуації, а також наявності конкретних умов та цілей діяльності підприємства.

#### **16.4. Методи страхування ризиків у зовнішньоекономічній діяльності**

Серед методів управління та мінімізації ризиками у ЗЕД, як було сказано вище, найбільша увага приділяється саме страхуванню. **Страхування зовнішньоекономічної діяльності підприємств** – це міжнародні економічні відносини з захисту майнових інтересів суб'єктів господарювання протягом періоду, в якому відбуваються певні події (страхові випадки), за рахунок майнових коштів, що формуються зі сплачених ними внесків (страхових премій). У процесі страхування зовнішньоекономічних відносин беруть участь два суб'єкти: страхувальник та страховик.

*Страховик* – юридична особа будь-якої організаційно-правової форми, яка має державний дозвіл (ліцензію) на проведення операцій страхування. *Страхувальник* – юридична чи фізична особа, яка має страховий інтерес і вступає у взаємини зі страховиком на підставі чинного законодавства або двосторонньої угоди про страхування. Страховик має право створювати і витрачати кошти страхового фонду. Страховиками можуть виступати державні страхові організації, акціонерні страхові

товариства, товариства взаємного страхування і перестраховування.

Для засвідчення укладеної угоди страховик надає страхувальнику страхове свідоцтво (поліс), в якому вказуються правила страхування, перелік страхових ризиків, розмір страхової суми і страхової премії (внеску), порядок зміни і припинення дії договору, інші умови, що регулюють відносини сторін. Страхування зовнішньоекономічної діяльності означає страхування ризиків, які виникли в ході її здійснення, і є комплексом різновидів страхування, що забезпечують захист інтересів вітчизняних і зарубіжних суб'єктів господарювання в міжнародному співробітництві.

Страхування зовнішньоекономічної діяльності, як і будь-якої діяльності, включає майнове, особисте та страхування відповідальності. Об'єктом майнового страхування є товарно-матеріальні цінності та майнові інтереси страхувальників. Серед майнових видів страхування найчастіше застосовуються такі, як: страхування вантажів; страхування морських суден (морське каско); страхування повітряних суден; страхування автомобілів; страхування експортно-імпортних кредитів; страхування збитків від зупинки виробництва або комерційної діяльності; страхування майна, що знаходиться за кордоном, від вогню й інших небезпек; страхування майна нерезидентів від вогню й інших небезпек; тощо.

*Об'єктом страхування відповідальності* є відповідальність перед третіми особами (фізичними або юридичними) внаслідок будь-якої діяльності або бездіяльності страхувальника. Така відповідальність може виникати (і досить часто) у силу дії законів щодо відшкодування збитку винуватцем, яким може виявитися (у тому числі випадково) підприємство-учасник ЗЕД. До цієї галузі в зовнішньоекономічній діяльності відносять:

– міжнародний поліс страхування цивільної відповідальності власників автотранспорту;

- страхування цивільної відповідальності власників повітряних суден, що є обов'язковим при польотах за кордон;
- страхування цивільної відповідальності перевізників;
- страхування відповідальності виробників товарів;
- страхування професійної відповідальності, зокрема митних брокерів, юридичних консультантів і юридичних фірм, приватних нотаріусів, аудиторів та інших видів підприємницької діяльності;
- інші види страхування відповідальності.

Об'єктом особистого страхування є життя і здоров'я громадян. В зовнішньоекономічній сфері до такого виду відносять страхування життя туристів, медичне страхування, страхування пасажирів і працівників транспорту при міжнародних перевезеннях тощо.

Комплексні види страхування, що передбачають поєднання в одному полісі декількох видів страхування, також застосовуються в зовнішньоекономічній сфері. Наприклад, популярні в усьому світі поліси страхування будівельного підприємця від усіх ризиків і страхування всіх монтажних ризиків. Ці поліси покривають ризики ушкодження і знищення майна в процесі будівництва об'єктів і монтажу різного устаткування, а також відповідальність перед третіми особами при роботах, що ведуться, і післяпускові гарантійні зобов'язання підрядника. Страхове покриття забезпечується від усіх ризиків будівництва і монтажу на повну вартість контрактів, що виконуються.

У зовнішньоекономічній діяльності доцільно також застосувати *перестраховання*, що являє собою систему економічних відносин між страховиками, яка дає можливість страховій компанії, що уклала договір страхування, передати отримані ризики іншим страховим компаніям (перестраховикам). Зміст відносин між страховиком та перестраховиком полягає в зобов'язанні перестраховика покрити частину страхових виплат страхової компанії за страховими випадками, які настали у її клієнтів,



сподіваючись на частину страхової премії, отриманої від клієнтів. Отже, економічна сутність перестраховання – це перерозподіл між страховими організаціями первинного страхового фонду. Прийняті в перестрахованні ризики можуть передаватися повторно, продовжуючи ланцюг перестраховання. Таким чином, у перестрахованні відбувається постійний обмін ризиками і преміями, головною метою якого є прагнення створити збалансований, стійкий власний страховий портфель.

Отже, страхування ризику являє собою, по суті, передачу певних ризиків страховій компанії. При цьому зручно, що ресурси для покриття втрат отримують від страхових організацій швидше, ніж з будь-якого іншого джерела, за винятком ресурсів усередині самого бізнесу. Разом з тим, не слід забувати, що даний метод мінімізації ризику має ряд обмежень.

По-перше, це ціна. Нерідко премія, запитувана страховиком за прийняття на себе ризику, перевищує ту ціну, яку принциповий страхувальник вважає розумною за трансферт даного ризику.

По-друге, обмеженням використання страхування є неможливість застрахувати деякі види ризиків, тому що вони не приймаються. Так, якщо ймовірність настання ризикового події дуже велика, то страхові фірми не беруться страхувати дані види ризику або вводять непомірно високі платежі.

Так чи інакше, сучасне страхування пропонує широкий набір послуг, пов'язаних із ЗЕД. Однак практика показує, що учасники ЗЕД використовують частіше за все ті види страхування, які є обов'язковими для здійснення ЗЕД, без яких неможливе здійснення іншої діяльності. Відносно рідко застосовуються види страхування, що були б ефективні в тій чи іншій конкретній ситуації і які не застосовують через недостатню культуру страхування, у тому числі і через незнання можливостей, які надає сучасне страхування.

У той же час, досить часто застосовуються види страхування, що є частиною міжнародних торговельних порядків, наприклад, **транспортні ризики і страхування вантажів**.

Нагадаємо, що транспортні ризики виникають у зовнішньоекономічній діяльності виникають під час транспортування продукції ЗЕД від продавця до покупця. До транспортних ризиків належать: ризик неправильного визначення моменту передачі відповідальності за вантаж у процесі транспортування, ризик втрати або пошкодження вантажу, ризик вибору транспортного засобу.

Транспортні ризики, відповідно до умов «Інкотермс-2010» (детально були розглянуті у попередніх темах), поділяють на чотири групи. Група Е – покупець несе всі ризики і витрати, пов'язані з доставкою товару від складу продавця (виробника) до кінцевого пункту споживання. Група F містить три конкретні варіанти передачі відповідальності і ризиків: ризики і відповідальність продавця переходять на покупця (посередника) у момент передачі товару у визначеному місці, у визначеному договором порту або після переміщення товару через борт судна. Група С включає ситуації, коли експортер (продавець) укладає із покупцем договір на транспортування, але не бере на себе ніякого ризику. Група D означає, що всі транспортні ризики несе продавець.

При настанні ризиків, про які йдеться в «Інкотермс-2010», 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 суть «ціни ризику». Якщо ж ушкодження не обумовлене транспортним ризиком, то покупець має право не тільки ухилитися від оплати товару, але й вважати продавця відповідальним за порушення умов договору.

Таким чином, у процесі здійснення зовнішньоекономічної діяльності може виникати чимало різноманітних ризиків, пов'язаних з певними

об'єктивними та суб'єктивними причинами. Відповідно, дані ризики можуть відрізнятися за ступенем та ймовірністю настання, що зумовлює відповідні дії з боку підприємств-учасників ЗЕД з метою мінімізації та подолання можливих негативних наслідків, пов'язаних з ризиками у процесі власної діяльності.

При цьому, для зниження ризиків у практиці зовнішньоекономічної діяльності підприємству доцільно комбінувати різноманітні методи, способи й інструменти мінімізації ймовірних ризиків, обираючи найбільш доцільні та доступні для нього у конкретних умовах та ситуаціях.

### **Питання для самоконтролю**

1. Які існують основні причини ризиків у зовнішньоекономічній діяльності?
2. Назвіть основні функції, притаманні ризикам.
3. Перелічіть основні класифікаційні ознаки щодо ризиків ЗЕД.
4. Дайте пояснення операційному, кредитному, ринковому та діловому ризикам.
5. Назвіть та охарактеризуйте основні групи ризиків у зовнішньоекономічній діяльності.
6. Які складові елементи та джерела мінімізації ризиків?
7. Назвіть та поясніть основні групи методів щодо мінімізації ризиків у ЗЕД.
8. Поясніть сутність та особливості страхування ризиків у процесі зовнішньоекономічної діяльності.
9. Поясніть способи та умови страхування вантажів у ЗЕД.

## ТЕМА 17

### ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ НА ТЕРИТОРІЇ ВІЛЬНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ЗОН

Економіка України потребує ініціювання інвестиційної активності, поживлення бізнесу та підприємництва, вдосконалення державного регулювання. В цьому сенсі одним з найбільш перспективних напрямів створення сприятливого інвестиційного клімату постають спеціальні (вільні) економічні зони (СЕЗ) та території пріоритетного розвитку (ТПР), що утворюють в своїй сукупності ефективну систему важелів державного регулювання регіонального розвитку. Популярність СЕЗ у світовій практиці зумовлюється їх ефективністю щодо вирішення цілої низки регіональних проблем з нарощування обсягів інвестицій, вирішення екологічних негараздів, підвищення рівня зайнятості на даних територіях, підвищення експортного потенціалу, розвитку інфраструктури та запровадження нових технологій в регіоні, а також щодо сприяння соціально-економічного розвитку країни в цілому. Водночас привабливість СЕЗ зумовлюється їх гнучкістю як інструменту соціально-економічного розвитку, що визначається багатоманітністю їх форм, географічно-ресурсною особливістю, можливістю застосовувати індивідуальний підхід стосовно створення та управління кожною такою зоною. Саме ці проблеми є предметом аналізу в даному розділі.

#### **17.1. Сутність, характерні риси та типи спеціальних економічних зон в Україні**

*Спеціальна або вільна економічна зона є частиною території України, відрізняється особливим правовим режимом діяльності. Для кожної конкретної спеціальної економічної зони визначаються пільгові митні,*

валютно-фінансові, податкові та інші умови економічної діяльності національних та іноземних юридичних і фізичних осіб. *Територія пріоритетного розвитку* – територія, на якій склалися несприятливі соціально-економічні умови, для подолання яких запроваджується спеціальний режим інвестиційної діяльності. Метою створення спеціальних економічних зон (СЕЗ) є їх прискорений економічний розвиток за рахунок поживлення інвестиційної та підприємницької активності, розширення та поглиблення зовнішньоекономічних зв'язків, нарощування експорту товарів і послуг, залучення і впровадження нових технологій, розвитку інфраструктури ринку, поліпшення використання природних і трудових ресурсів.

**Під особливим правовим режимом** варто розуміти створення сприятливого інвестиційного клімату, що включає митні, фінансові, податкові пільги в порівнянні з загальними умовами функціонування для підприємців:

1. *Зовнішньоторговельні пільги.* Полягають у запровадженні спеціального митно-тарифного режиму (зниження або скасування експортно-імпортних мит) і спрощення порядку здійснення зовнішньоторговельних операцій.

2. *Податкові пільги* містять норми, пов'язані з податковим стимулюванням конкретних видів діяльності або поведінки підприємців. Ці пільги можуть зачіпати податкову базу (прибуток), окремі її складові (амортизаційні відрахування, витрати на зарплату, НДДКР), рівень податкових ставок, питання постійного або тимчасового звільнення від оподаткування.

3. *Фінансові пільги* включають різні форми субсидій. Вони надаються у вигляді більш низьких цін на комунальні послуги, зниження орендної плати за користування земельними ділянками та приміщеннями, пільгових кредитів.

4. *Адміністративні пільги* надаються адміністрацією зони з метою спрощення процедур реєстрації підприємств та режиму в'їзду-виїзду іноземних громадян, а також надання різних послуг.

Пільги в межах СЕЗ є головним чинником залучення капіталу на даних територіях. Проте, за певних умов їх привабливість може бути нівельована іншими настільки ж потужними, але негативними факторами: політична нестабільність, мінливість правової бази в цілому по країні, стан інфраструктури означеної зони, наявність кваліфікованих трудових ресурсів, адміністративні перепони, інвестиційні гарантії уряду, а головне наявність воєнних подій (зводить нанівець будь які інвестиційні переваги, що стосується не окремих СЕЗ, а країни в цілому).

*Характерними ознаками СЕЗ є:*

- територіальна обмеженість;
- певний термін існування;
- спеціально створена юридична база;
- орієнтація на прискорення вирішення проблем території;
- надання спеціального статусу суб'єктам СЕЗ;
- здійснення управління СЕЗ спеціально створеними органами.

З моменту створення СЕЗ проходять *такі фази життєвого циклу:*

*1 стадія* – впровадження, становлення. З'ясування конкретної території майбутньої зони, формулювання концепції та цілей її створення, підготовка окремого Закону України про таку зону та супутніх нормативних актів.

*2 стадія* – зростання. Відбувається збільшення обсягів залучення іноземного капіталу і технологій, поглиблюється спеціалізація даного регіону на випуску окремої продукції, зростає експорт виробленої продукції та підвищується ефективність виробництв.

*3 стадія* – зрілість. Стабілізація обсягів іноземних інвестицій, подальше збільшення експорту продукції, диверсифікація виробництва та

опанування нових ринків збуту.

*4 стадія* – спад, занепад. Скорочення обсягів іноземних інвестицій, витискання іноземних інвесторів з боку місцевих компаній. На цій фазі також можливе перепрофілювання зони на випуск наукомісткої продукції і трансформація її в технопарк.

Згідно із Законом України “Про загальні засади створення і функціонування спеціальних (вільних) економічних зон” в Україні залежно від господарської спрямованості та економіко-правових умов діяльності можуть створюватися такі СЕЗ:

1) **вільні митні зони** – це відповідним чином облаштована територія, що призначена для зберігання товарів під митним контролем, їх переробки та/або виробництва нових товарів. Вільні митні зони можуть бути комерційного, сервісного та промислового типів. Вільні митні зони можуть створюватися у пунктах пропуску через державний кордон України, на територіях морських і річкових портів, аеропортів, на залізничних станціях та на територіях підприємств.

2) **експортно-транзитні (зони прикордонної торгівлі)** – частина території держави на кордонах із сусідніми країнами, де діє спрощений порядок перетину кордону і торгівлі.

3) **митні склади** – це відповідним чином облаштовані складські приміщення, резервуар, холодильна чи морозильна камера, критий чи відкритий майданчик, призначені для зберігання товарів під митним контролем. Митний склад може бути закритого або відкритого типу.

4) **технологічні парки, технополіси** – це СЕЗ, пільги в межах яких орієнтують господарських суб’єктів на розвиток власнотехнологічного і виробничого потенціалу. Формами таких СЕЗ постають: регіональні інноваційні центри-технополіси, райони інтенсивного наукового розвитку, високотехнологічні промислові комплекси, локальні інноваційні центри та опорні інноваційні пункти.

5) **комплексні виробничі зони** – це території, що передбачають одночасно спеціальний пільговий податковий, валютно-фінансовий, митний та інші режими економічної діяльності з метою стимулювання підприємства, залучення інвестицій у пріоритетні галузі господарства, розширення зовнішньоекономічних зв'язків, запозичення нових технологій, забезпечення зайнятості населення. Вони можуть мати форму експортних виробничих зон і навпаки імпортоорієнтованих зон.

6) **туристично-рекреаційні зони** – це території багаті своїм природно-рекреаційним, історико-культурним потенціалом, пам'ятками культури, архітектурною спадщиною, що в сукупності дозволяє посилити підприємницьку активність як резидентів, так і нерезидентів саме у галузі рекреаційно-туристичного бізнесу з метою залучення додаткових інвестиційних надходжень та збереження автентичності таких зон.

7) **банківсько-страхові (офшорні) зони** – це зони, в яких запроваджується особливо сприятливий режим здійснення банківських та страхових операцій в іноземній валюті для обслуговування нерезидентів. Офшорний статус надається банківським та страховим установам, які були створені за участю лише нерезидентів і обслуговують лише ту їхню підприємницьку діяльність, що здійснюється за межами України.

В Україні також можуть створюватись СЕЗ інших типів та комплексні спеціальні (вільні) економічні зони, які поєднують у собі риси та елементи зон різних типів. СЕЗ можуть бути класифіковані й за іншими критеріями. Так, за ознакою відкритості розрізняють СЕЗ інтеграційні (діяльність яких спрямована на тісну взаємодію з позазональною економікою країни) та анклавні (орієнтовані на зв'язки із зовнішнім ринком). Залежно від місцезнаходження СЕЗ поділяються на зовнішні (розміщені на кордоні з іншими державами) та внутрішні (розміщені у внутрішніх районах країни).

Згідно законодавства **документи про створення СЕЗ** передбачають



наступний перелік:

а) рішення місцевої ради та місцевої державної адміністрації з клопотанням (або згодою) про створення СЕЗ;

б) проект положення про її статус та систему управління, офіційну назву спеціальної (вільної) економічної зони;

в) точний опис кордонів спеціальної (вільної) економічної зони та карту її території;

г) техніко-економічне обґрунтування доцільності створення і функціонування спеціальної (вільної) економічної зони;

д) проект закону про створення конкретної спеціальної (вільної) економічної зони.

Держава визначає, що створення СЕЗ у певних областях України відбувається цілеспрямовано з метою розвитку пріоритетних видів економічної діяльності згідно певних критеріїв. Наприклад, для Сумської та Харківської областей: структурна перебудова машинобудування; для Волинської, Житомирської, Чернігівської областей: технічне переоснащення та модернізація промислових підприємств, зокрема сільськогосподарського машинобудування, приладобудування, видобутку і переробки мінералів; для Закарпатської та Львівської областей: формування у Карпатах високо розвинутого рекреаційно-туристичного та оздоровчо-лікувального комплексів державного і міжнародного значення.

## **17.2. Стан розвитку спеціальних економічних зон в Україні**

Загальна територія, на яку поширюється режим вільних економічних зон та ТПР – 6360 тис.га., або 10,5 % території України. Кількість областей України, на які поширюються режим вільних економічних зон та ТПР – 13. Кількість районів України, на які поширюються режими ВЕЗ та ТПР – 41. Кількість міст України, на які поширюються режими ВЕЗ та ТПР – 58.

Згідно з чинним законодавством станом на 1 січня 2014 р. в Україні утворено 11 спеціальних (вільних) економічних зон (СЕЗ) та 72 території пріоритетного розвитку із спеціальним режимом інвестиційної діяльності (ТПР).

За даними статистичного спостереження, станом на 1 січня 2014 р. у 6 СЕЗ та на 14 ТПР реалізуються 109 проектів. Цими проектами передбачено надходження інвестицій в обсязі 1121,3 млн.дол. США, з них у СЕЗ – 526,9 млн.дол. (47,0% загального обсягу), на ТПР – 594,4 млн.дол. (53,0%) (див. табл. 17.1).

Таблиця 17.1

Кількість інвестиційних проектів та підприємств,  
що їх реалізують у СЕЗ та на ТПР в окремих регіонах України, 2013р.

	Реалізація проектів					
	у СЕЗ			на ТПР		
	кількість діючих СЕЗ	кількість проектів	кількість підприємств	кількість діючих ТПР	кількість проектів	кількість підприємств
<b>УКРАЇНА</b>	<b>6</b>	<b>88</b>	<b>85</b>	<b>14</b>	<b>21</b>	<b>20</b>
в тому числі:						
ВОЛИНСЬКА ОБЛАСТЬ	-	-	-	1	1	1
ДОНЕЦЬКА ОБЛАСТЬ	1	1	1	6	8	7
ЖИТОМИРСЬКА ОБЛАСТЬ	-	-	-	2	2	2
ЗАКАРПАТСЬКА ОБЛАСТЬ	1	12	12	1	3	3
КИЇВСЬКА ОБЛАСТЬ	1	5	4	-	-	-
ЛУГАНСЬКА ОБЛАСТЬ	-	-	-	1	1	1
ЛЬВІВСЬКА ОБЛАСТЬ	1	59	58	-	-	-
ОДЕСЬКА ОБЛАСТЬ	2	11	10	-	-	-
ХАРКІВСЬКА ОБЛАСТЬ	-	-	-	1	3	3

За інвестиційними проектами, що реалізуються, фактично надійшло 1016,8 млн.дол. інвестицій, що становить 90,7% передбачених обсягів, з них 628,6 млн.дол. (61,8% обсягу надходжень) – у СЕЗ, 388,2 млн.дол. (38,2%) – на ТПР (див. табл. 17.2). Українськими інвесторами вкладено 648,2 млн.дол. інвестицій (63,7% загального обсягу), іноземними – 368,6 млн.дол. (36,3%). У 2013 р. – відповідно 12,8 млн.дол. (43,0%) та 17,0 млн.дол. (57,0%).

У реалізації інвестиційних проектів беруть участь інвестори з 24 країн світу та окремі міжнародні фінансові організації.

Найбільші обсяги інвестицій з початку реалізації проектів надійшли

з:

- Німеччини – 218,0 млн.дол. (59,1% загального обсягу іноземних інвестицій);
- Японії – 61,8 млн.дол. (16,8%);
- Кіпру – 28,0 млн.дол. (7,6%);
- Польщі – 16,3 млн.дол. (4,4%);
- Угорщини – 7,6 млн.дол. США (2,0%).

Таблиця 17.2

Надходження та освоєння інвестицій у СЕЗ та на ТПР  
в окремі регіони України, 2013р.

	Передбачено, тис.дол.США		Фактично надійшло інвестицій з початку, тис.дол.США		Освоєно інвестицій з початку, тис.дол.США		Відсоток освоєння інвестицій до обсягів передбачених проектами, з початку	
	проектами	на рік	Реалізації проектів	Звітного року	реалізації проектів	Звітного року	Реалізації проектів	Звітного року
<b>УКРАЇНА</b>	<b>1121351.3</b>	<b>25279.2</b>	<b>1016865.1</b>	<b>29828.8</b>	<b>888031.0</b>	<b>12797.2</b>	<b>79.2</b>	<b>50.6</b>
в тому числі:								
ВОЛИНСЬКА ОБЛАСТЬ	4077.6	-	4320.2	-	4320.2	-	105.9	-
ДОНЕЦЬКА ОБЛАСТЬ	496473.5	-	338714.1	1076.9	255157.0	971.3	51.4	-
ЖИТОМИРСЬКА	2520.0	-	2452.5	-	2452.5	-	97.3	-
ЗАКАРПАТСЬКА	291519.9	14857.0	396374.2	21396.3	359143.0	4557.2	123.2	30.7
КИЇВСЬКА ОБЛАСТЬ	2618.6	200.0	2019.6	-	2019.6	-	77.1	-
ЛУГАНСЬКА ОБЛАСТЬ	1805.8	-	664.7	-	664.7	-	36.8	-
ЛЬВІВСЬКА ОБЛАСТЬ	198850.5	7301.9	190806.9	6087.1	187490.9	6061.5	94.3	83.0
ОДЕСЬКА ОБЛАСТЬ	49381.0	2870.3	75653.1	1159.8	71132.0	1098.4	144.0	38.3
ХАРКІВСЬКА ОБЛАСТЬ	5047.7	-	3720.3	-	3511.6	-	69.6	-

### 17.3. Особливості функціонування та взаємодії підприємств з органами управління спеціальною економічною зоною.

Господарські суб'єкти для реалізації інвестиційного проекту на території зі спеціальним правовим режимом мають укласти договір (контракт) з відповідним органом управління СЕЗ. Даний договір укладається за типовою формою, затвердженою постановою Кабінету Міністрів України від 05.07.1999 р.

На інвестора, згідно типового договору, покладається ціла низка зобов'язань: 1) обов'язки, щодо безпосереднього здійснення інвестиційного проекту; 2) обов'язки, пов'язані з додержанням природоохоронного, земельного та іншого чинного законодавства України.

На орган управління СЕЗ, згідно даного договору покладаються наступні обов'язки: надання в користування земельної ділянки під інвестиційний проект; сприяння одержанню документів на підключення до інженерних мереж, систем енергопостачання, мереж телекомунікацій тощо.

Водночас орган управління зобов'язаний постійно спостерігати за дотриманням вимог з боку інвестора. З цією метою підприємства, які знаходяться у спеціальних (вільних) економічних зонах або на територіях пріоритетного розвитку, повинні надавати звіт про реалізацію інвестиційного проекту згідно **щоквартальної форми № 1-III**, затвердженої Наказом Держкомстату України № 308 від 20.07.2012. Звіт складається накопичувальним підсумком з початку реалізації проекту та з початку звітного року окремо. Звіт надається до органу держстатистики не пізніше 40 дня після звітного періоду. Усі показники звіту повинні відображати підсумки реалізації інвестиційного проекту, а не загальної діяльності всього підприємства. У разі виявлення випадків невиконання або неналежного виконання інвестором своїх зобов'язань орган управління має можливість в односторонньому порядку розірвати типовий договір. В такий спосіб уряд запровадив для СЕЗ не лише пільги, але і інструменти контролю за виконанням вимог з боку інвесторів у СЕЗ і на ТПР.

Згідно законодавства України управління в СЕЗ покладають **на такі органи**: 1) раду з питань спеціальних економічних зон; 2) органи місцевого самоврядування; 3) орган господарського розвитку зон. Для ТПР мають місце лише перші 2 пункти.

Структура, функції й повноваження органів управління спеціальною

(вільною) економічною зоною визначаються залежно від її типу, розмірів, кількості працівників на території СЕЗ. Отже, компетенція органів управління щодо СЕЗ залежить від кожного конкретного випадку.

Рада з питань спеціальних економічних зон і спеціального режиму інвестиційної діяльності (далі Рада) створюється обласною радою.

**Повноваженнями Ради є:** 1) вироблення й проведення фінансово-економічної політики в рамках СЕЗ; 2) розробка й забезпечення реалізації стратегії розвитку СЕЗ; 3) розгляд і схвалення (відхилення) інвестиційних проектів відповідно до Порядку, установленого КМУ; 4) розробка й здійснення комплексу організаційних заходів щодо залучення фінансових ресурсів; 5) видача свідоцтв на здійснення діяльності на ТПР; 6) видача дозволів на проведення підприємницької діяльності на території СЕЗ без створення юридичної особи й здійснення відповідного контролю; 7) участь в розробці пропозицій щодо розмірів ставок орендної плати, плати за комунальні послуги, тарифів й інших платежів на ТПР; 8) розгляд спорів, що виникають між органом господарського розвитку СЕЗ, суб'єктами підприємницької діяльності й органами місцевого самоврядування; 9) забезпечення законності й правопорядку, економічної й екологічної безпеки на ТПР й СЕЗ; 10) прийняття в межах своєї компетенції документів, що регламентують діяльність суб'єктів господарювання на ТПР; 11) узгодження бюджетів міст і районів, віднесених до ТПР; 12) здійснення контролю за цільовим використанням фінансових ресурсів, що спрямовують на розвиток СЕЗ і ТПР; 13) скасування виданих дозволів на здійснення підприємницької діяльності на території СЕЗ і ТПР у випадку порушення інвесторами законодавства України.

До сфери повноважень **органів місцевого самоврядування і місцевих державних адміністрацій** належать: 1) внесення пропозицій щодо змін у статусі СЕЗ у порядку; 2) вирішення разом з органами державної виконавчої влади, суб'єктами економічної діяльності й профспілкових

організацій СЕЗ питань, пов'язаних зі специфікою правового й фінансового забезпечення, соціального захисту громадян України, які проживають на території зазначеної зони.

До виняткової компетенції *органу господарського розвитку* в рамках функціонування СЕЗ належать: 1) визначення перспективних напрямів розвитку СЕЗ; 2) експлуатація й будівництво мереж транспорту, зв'язку, енергопостачання й інших об'єктів виробничої інфраструктури; 3) розвиток мережі комунікаційних зв'язків із партнерами за межами СЕЗ; 4) організація міжнародних торгів з метою розміщення на території СЕЗ нових виробництв; 5) надання суб'єктам господарської діяльності СЕЗ в користування земельних ділянок, об'єктів інфраструктури і передача їм у користування природних ресурсів; 6) видача дозволів (ліцензій) суб'єктам господарської діяльності СЕЗ на будівництво нових господарських об'єктів, реєстрація суб'єктів економічної діяльності й інвестицій, здійснюваних у СЕЗ.

#### **17.4. Офшорні, оншорні юрисдикції та особливості функціонування офшорного банківського сектору.**

*Офшорна зона* – один із видів сервісних СЕЗ, що відрізняються створенням для підприємців сприятливого валютно-фінансового та фіскального режимів, високого рівня законодавчих гарантій банківської та комерційної секретності. Водночас, під поняття “офшорна зона” підпадає будь-яка країна з низьким рівнем оподаткування доходів, мінімальною або повною відсутністю резервних вимог центрального банку, простими умовами з ліцензування і регулювання компаній і з високим рівнем банківської або комерційної секретності. Відмінністю офшорних юрисдикцій від інших вільних економічних зон є розповсюдження особливого правового режиму виключно на нерезидентні компанії, що не

здійснюють господарської діяльності та не мають джерел доходу на її території. **Основні ознаки у визначенні офшорних зон:**

1) **Оподаткування.** Для всіх офшорних юрисдикцій характерні вагомі преференції щодо податку на прибуток: він взагалі не стягується, або стягується тільки з певних категорій доходу, або стягується нижчий, ніж у країні нерезидента. Такі пільги є підґрунтям для припливу капіталу. За таких умов офшорна територія може забезпечувати істотно більший обсяг надходжень при низькому рівні податків і зборів. Важливою особливістю більшості офшорних територій є надання пільгового податкового режиму і виконання вимоги проведення ділових операцій за межами країни, де офіційно зареєстрована офшорна компанія.

2) **Фінансова секретність.** Офшорні юрисдикції відрізняються від інших звичайних правових режимів надто високими правилами захисту банківської і комерційної таємниці. Такі правила секретності залишаються непохитними навіть за умов наявності вагомих причин (серйозних порушень законодавства інших країн). В цьому сенсі варто відокремлювати жорсткі офшорні юрисдикції – які за будь яких причин відмовляють у порушенні режиму секретності та гнучкі офшорні юрисдикції – які погоджуються на здійснення розслідувань, але у виключних випадках.

3) **Валютний контроль.** Має місце подвійний валютний контроль щодо резидентів і нерезидентів, а також між національною і іноземною валютами. Резиденти піддаються валютному контролю, а нерезиденти – не піддаються. Однак нерезиденти підпорядковуються звичайному контролю відносно місцевої валюти. Компанія, створена в офшорній юрисдикції, що належить нерезидентам і провадить свою діяльність зовні юрисдикції, також не піддається валютному контролю. Саме це зумовлює привабливість створення компанії іноземною особою в країні з офшорною юрисдикцією для здійснення бізнесу в інших країнах, оскільки вона не

здійснює операції у валюті інших юрисдикцій і не займається бізнесом у даній офшорній юрисдикції.

4) **Комунікації.** Переваги офшорів полягають у розвинутих телефонних, кабельних та телекських послугах зв'язку для з'єднання їх з іншими країнами; наявністю регулярного повітряного зв'язку; використанням англійської мови як основної (наприклад, в карибських юрисдикціях).

5) **Легкість доступу до зарубіжної банківської системи.** Офшорні юрисдикції надають можливість фірмам (компаніям) розміщувати капітал у твердій валюті на рахунку в надійних банках іншої стабільної країни. Офшорна фірма може використовувати цей рахунок для безготівкових розрахунків, переказів, акредитивів, банківських гарантій тощо.

Перелік офшорних зон визначається Кабінетом Міністрів України. Частіше всього офшорна зона створюється в регіонах з низьким рівнем розвитку економіки для залучення іноземного капіталу. За мірою надійності офшори можна класифікувати *на три групи*.

До першої групи входять: Гонконг, Сінгапур, Люксембург, Швейцарія, Дублін, Гернсі, острови Мен і Джерсі;

До другої – Андорра, Бахрейн, Барбадос, Бермуди, Гібралтар, Лабуан (Малайзія), Макао, Мальта, Монако;

До третьої – Антигуа і Барбуда, Аруба, Беліз, Британські Віргінські острови, Кайманові острови, острови Кука, Коста-Ріка, Кіпр, Ливан, Ліхтенштейн, Маршалові острови, Маврикій, Науру, Антильські острови (Нідерланди), Панама, острів Сент-Кітс і Невіс, Сент-Люсія, Самоа, Сейшели, Багами, Вануату.

Надійна офшорна зона відрізняється відсутністю банківської таємниці, розвинутістю наглядових органів і законодавства. Найменш надійна третя група офшорів, оскільки останні є найбільш закритими для правоохоронних органів Європейського Союзу.



**Офшорна компанія** – це компанія, що зареєстрована в офшорній зоні та користується пільгами у сфері оподаткування. Офшорна компанія не веде господарської діяльності в країні своєї реєстрації, а власники цих компаній – нерезиденти цих країн. Виходячи з напряду діяльності вирізняють *наступні офшорні компанії*:

1. Інвестиційні компанії та фонди. Будь-яка інвестиційна компанія може вкласти його на депозитний рахунок в банку в офшорній зоні, або купити на ці гроші облігації. Відсотки, які при цьому компанія отримує, не підлягають оподаткуванню (часто реєструються на Кайманових та Багамських островах, в Гонконгу та Сінгапурі).

2. Холдингові компанії. Такі компанії володіють цінними паперами інших компаній, правами власності на патенти, авторськими правами, різними торговими марками тощо. За умов реєстрації такої компанії в офшорній зоні, вонатаї філії звільняються від сплати різних прибуткових та корпоративних податкових платежів (часто реєструються в Швейцарії, Люксембурзі, Ліхтенштейні).

3. Торговельні компанії. Частка їх в загальній реєстрації офшорних зон є найбільшою. Ефективність таких компаній збільшується за рахунок високих оборотів, отримання достатньо високих прибутків та інших доходів, які практично не оподатковуються.

4. Страхові компанії. Перевага страхової компанії, зареєстрованої в офшорній зоні – більш вільний доступ до ринку перестраховальних послуг і це за умови мінімізації податків. Інший незаперечний плюс – це можливість акумулювати кошти компанії, а також кошти преміального та інвестиційного фондів в будь-якому іноземному банку. Один з відомих прикладів переказу фінансових коштів за кордон – це договір перестраховання (часто реєструються на Кайманових та Багамських островах, острові Гарнсі).

5. Транспортні компанії. Реєстрація таких компаній в офшорних зонах

дає можливість мати економію на перевезенні вантажів за рахунок звільнення від оподаткування. Головним чином ці компанії реєструються в офшорних зонах, які мають порти: Панама, Ліберія, Кіпр, острів Мен, Гібралтар тощо.

В Україні наявні певні обмеження при укладанні угод з офшорними компаніями. Йдеться не про заборону, а про підвищений контроль за такими угодами, або про депонування коштів, або про ускладнення віднесення сум на собівартість з метою мінімізації оподаткування.

Українські банки і фінансові компанії використовують офшорні схеми діяльності на світових ринках цінних паперів. Збільшилася роль офшорних схем у формуванні транснаціональних господарських систем, коли офшорні фірми вбудовуються в мережу зовнішніх філіалів українських підприємств. Офшорні схеми часто націлені на подолання іноземних податкових бар'єрів. Існує комплекс факторів, які стимулюють розвиток офшорного бізнесу в Україні. До головних із них належать: тягар податкового навантаження і неефективність фіскальної політики, несприятливий інвестиційний клімат і потужні мотиви до експорту капіталу за кордон, високі інвестиційні ризики і використання офшорних схем для приховування факту володіння інвестиційними об'єктами в Україні, криміналізація економіки і використання офшорних схем для відмивання доходів, одержаних злочинним шляхом.

Вибір зони для реєстрації офшорної компанії має спиратися на специфіку українського податкового законодавства:

1. Для здійснення бізнесу в Україні компанія повинна бути зареєстрована в країнах, з якими Україна має договори (конвенції) про уникнення подвійного оподаткування.

2. Для імпортерів важливо, щоб компанія-посередник була зареєстрована в юрисдикціях, які українські власті ніколи не віднесуть до офшорних (США, Великобританія). В іншому випадку на собівартість

відноситься тільки 85% ціни її придбання.

3. Для страхування від різних ризиків краще створювати декілька простих офшорів (у зонах з високим ступенем конфіденційності).

Проблеми, що породжуються діяльністю офшорних зон, мають масштаби, що не дозволяють їх ігнорувати. Однак, як зазначає Е.А. Іванов, “спроби поставити під контроль діяльність в офшорних зонах зіткнуться з безліччю політичних і міжнародно-правових проблем”. Сьогодні систематичну боротьбу з неплатниками податків активно беруть такі міжнародні організації, як ООН, ЄС, ФАТФ тощо.

**Оншор** – країна чи територія, у якій зареєстрована компанія, яка підлягає оподаткуванню та зобов’язана вести бухгалтерський облік в країні реєстрації. Оншор є протилежністю офшору.

**Оншорна компанія** – це компанія, яка була зареєстрована в країні, в якій необхідно сплачувати податки на загальних засадах. Найбільш популярні місця Великобританії, США, Канада, Ірландія, Мальта, Нідерланди та ін. І оншорні, і офшорні компанії є нерезидентами по відношенню до країни провадження бізнесу та дозволяють вирішувати схожі задачі. Крім цього, для оншорних компаній характерним є принцип відкритості інформації, в той час як для офшору притаманно приховування інформації про справжнього власника. *Привабливість оншорів* для компаній визначається наступним:

1. Для ефективної роботи в країні з антиофшорним законодавством, тобто за наявності певних обмежень при укладанні угод з офшорними компаніями.

2. Неофшорні країни при провадженні вірного курсу своєї діяльності у них, дозволяють працювати і платити мінімум податків оншорним компаніям, за певних форм організації бізнесу – лише фіксований збір (США, Великобританія, Канада та ін.).

3. З метою підняти статус власних інвестицій та зробити імідж

компанії більш солідним.

Оншорні компанії зазвичай діють в зв'язці з офшорними компаніями. На сьогодні практично всі юридичні фірми, що працюють в Україні, пропонують використовувати одночасно офшорну і оншорну компанії. Це дозволяє “замаскувати” офшорний бізнес. При цьому компанія, зареєстрована в традиційній офшорній зоні, служить, головним чином, для зберігання засобів; компанія, зареєстрована в престижній не офшорній юрисдикції, відповідає за представницькі функції, через неї проводяться основні операції.

Окремої уваги заслуговують офшорні банки. Використовуючи розбіжності в законодавчих актах різних країн, офшорний банківський бізнес дозволяє суттєво зменшити адміністративні та управлінські витрати, враховуючи пільгові умови оподаткування доходів, дивідендів – збільшувати отримання чистих доходів. Особливо це привабливо для резидентів та інших клієнтів з країн, де існують високі ставки оподаткування. Переваги, також, полягають і в тому, що з'являється більша можливість конфіденційності офшорних банківських операцій. Вимоги до банків, що реєструються в офшорних зонах: 1) такі банки не мають права здійснювати банківське обслуговування резидентів тих країн, де вони зареєстровані; 2) при проведенні банківських операцій та банківських розрахунків можна використовувати національну валюту країни реєстрації такого банку. Як основні переваги офшорного банку виділяють: низькі засновницькі й адміністративні витрати; численні податкові пільги у країнах реєстрації; повне звільнення операцій від місцевого валютного контролю; підвищена конфіденційність операцій офшорних банків і їх клієнтів; офшорні банки вільні від дотримання суворих норм місцевого банківського регулювання; доступ до міжнародної мережі банківських кореспондентських рахунків.

## Питання для самоперевірки

1. Що передбачає особливий правовий режим в межах СЕЗ?
2. Сформулюйте характерні риси СЕЗ та розкрийте фази життєвого циклу СЕЗ.
3. Які існують типи СЕЗ?
4. Який перелік документів необхідно підготувати для створення СЕЗ?
5. Розкрити зміст та особливості укладання типового договору інвестором, що діє на території СЕЗ. Яка при цьому роль щоквартальної форми № 1-ІІ, яка подається до держкомстату України?
6. Розкрити структуру, функції й повноваження органів управління СЕЗ.
7. Розкрити сутність, характерні риси та типи офшорних зон.
8. Розкрити сутність та типи офшорних компаній.
9. В чому полягає специфіка українського законодавства щодо офшорних компаній?
10. Офшорні компанії та специфіка їх взаємодії з офшорними фірмами.

## СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Барчан Г. Мировой опыт создания и функционирования свободных экономических зон / Г. Барчан // Персонал. – 2004. – №4. – С. 22-25.
2. Вінник О. М. Господарське право: Курс лекцій / О.М. Вінник – К.: Атіка, 2004. – 560 с.
3. Господарський кодекс України [Електронний ресурс] : закон України [прийнято Верхов. Радою 16.01.2003 № 436-IV]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.
4. Гурін В.М. Зовнішньоекономічна діяльність. Сучасна економіка та міжнародні валютні відносини [Текст] : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / В. М. Гурін, В. О. Тимофєєв. – Вид. 2-е, переробл. і допов. – Х. : Компанія СМІТ, 2013. – 95 с.
5. Дідківський М.І. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства [Текст]: навч. посібник / М. І. Дідківський. – К. : Знання, 2006. – 462 с.
6. Дунська А.Р. Зовнішньоекономічна діяльність: теорія і практика [Текст] : навч. посіб. / Дунська Алла Рашидівна ; Нац. техн. ун-т України “Київ. політехн. ін-т”. – К. : Кондор, 2013. – 687 с.
7. Єрмакова О.А. Зовнішньоекономічна діяльність регіону [Текст] : навч. посіб. / О. А. Єрмакова, Ю. Г. Козак ; Одес. нац. екон. ун-т. – О. : Фенікс, 2013. – 331 с.
8. Єрмакова О.А. Зовнішньоекономічна діяльність регіону: інституційні важелі вдосконалення [Текст] : монографія / О. А. Єрмакова ; Одес. нац. екон. ун-т. – Одеса : Інтерпрінт, 2014. – 311 с.
9. Загородній А.Г. Зовнішньоекономічна діяльність [Текст] : термінологічний словник / А. Г. Загородній, Г. Л. Вознюк. – К. : Кондор, 2007. – 168 с.
10. Зовнішньоекономічна діяльність [Текст] : нормативна база, консультації: Метод. посібник / Є. Авер'янова [та ін.] ; голов. ред. А. Бабак. –

Д. : Баланс-Клуб, 2004. – 143 с.

11. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств [Текст] : навч. посіб. для студ. ВНЗ / Ю. Г. Козак [та ін.] ; ред. Ю. Г. Козак, І. Ю. Сіваченко ; Одеський держ. економічний ун-т. – Вид. 2-ге, перероб. та доп. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 791 с.

12. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: кредитно-модульний курс [Текст]: Навч. посіб. / За ред. Ю.Г.Козака, Н.С. Логвінової. – Київ: ЦУЛ, 2010. – 288 с.

13. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства [Текст] : підруч. для студ. вищ. навч. закл. / В. О. Новак [та ін.] ; Нац. авіац. ун-т, Нац. ун-т харч. технологій. – К. : Кондор, 2012. – 493 с.

14. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств [Текст] : підруч. для студ. вищ. навч. закл. екон. спец. / І. В. Багрова [и др.] ; ред. І. В. Багрова ; Дніпропетровський держ. фінансово-економічний ін-т. – Д. : ДДФЕІ, 2002. – 585 с.

15. Зовнішньоекономічна діяльність. Консультації. Нормативна база [Текст] : метод. посіб. / І. Киян [та ін.] ; ред. А. Бабак. – Д. : Баланс-Клуб, 2002. – 144 с.

16. Зовнішньоекономічна діяльність: теорія і практика сучасного менеджменту [Текст] / Л. В. Батченко [та ін.] ; Донецький держ. ун-т управління. – Донецьк : Норд-Прес, 2005. – 244 с.

17. Иванов Е.А. Система міжнародно-правового регулювання боротьби з відмиванням грошей / Е.А.Іванов. – М., 2003. – 143 с.

18. ІНКОТЕРМС 2010. Правила ІСС з використання термінів для внутрішньої та міжнародної торгівлі [Текст]. – К.: Асоціація «ЗЕД», 2011. – 268 с.

19. Ісар І.В. Вільні (спеціальні економічні) зони в Україні: проблеми розвитку та шляхи їх вирішення [Електронний ресурс] / Режим доступу: [http://www.rusnauka.com/2\\_ANR\\_2010/Economics/2\\_57138.doc.htm](http://www.rusnauka.com/2_ANR_2010/Economics/2_57138.doc.htm), вільний. –

Загол. з екрану.

20.Кандиба А.М. Зовнішньоекономічна діяльність [Текст] : навч. посібник для студ. екон. спец. вищих аграрних закладів освіти III-IV рівнів акредитації / А. М. Кандиба. – К. : Аграрна наука, 2001. – 262 с.

21. Кваша С.М. Зовнішньоекономічна діяльність АПК України: стан, стратегія і тактика розвитку [Текст] / С. М. Кваша. – К. : ЗАТ “НІЧЛАВА”, 2000. – 252 с.

22.Мельник П. В., Тарантул Л. Л., Гордей О. Д. Банківські системи зарубіжних країн: Підручник / П. В. Мельник, Л. Л. Тарантул, О. Д. Гордей – К., Алерта, Центр учбової літератури, 2010. – 586 с.

23.Митний кодекс [Електронний ресурс] : закон України [при- йнято Верхов. Радою 13.03.2012 № 4495-VI]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/4495-17>.

24.Міжнародна конвенція про спрощення і гармонізацію мит- них процедур (Кіотська конвенція) [Електронний ресурс] : [затв. Радою митного співробітництва 18.05.1973 року у ре- дакції Брюсельського Протоколу 1999 року]. – Режим досту- пу : [http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/995\\_643](http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/995_643).

25.Міжнародна торгівля [Текст]: Підручник. / За ред. Ю.Г. Козака, Н.С. Логвінової. – К.: ЦУЛ, 2011. – 512 с.

26.Міжнародні комерційні угоди та розрахунки: нормативно-правове регламентування [Текст]: Навч. посіб. / За ред. Козака Ю.Г., Логвінової Н.С. – К.: ЦУЛ, 2010. – 648 с.

27.Пазуха М.Д. Зовнішньоекономічна діяльність (загальні положення) [Текст] : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / М. Д. Пазуха ; Українська академія бізнесу та підприємництва. – К. : ЦУЛ, 2008. – 230 с.

28.Петруня Ю. Є. Адміністрування митних платежів: стан і пер- спективи / Ю. Є. Петруня, М. О. Губа // Вісник Академії митної служби України. Серія: «Економіка». – 2012. – № 1. – С. 32–37.

29.Підприємництво і зовнішньоекономічна діяльність: можливості і



ризики України [Текст] : [монографія] / [Йохна М. А. та ін.] ; за наук. ред. проф. М. А. Йохни. – Хмельницький : ХНУ, 2013. – 347 с.

30.Податковий кодекс України [Електронний ресурс] : закон України [прийнято Верхов. Радою 02.12.2010 № 2755-VI]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17/print1361273706890735>.

31.Порядок використання в митних органах дозволів і ви- сновків Державної служби експортного контролю України та їх електронних копій [Електронний ресурс] : наказ [ви- дано Міністерством фінансів України 30.05.2012 № 649]. – Режим доступу : <http://minrd.gov.ua/zakonodavstvo/mitnezakonodavstvo/nakazi/62409.html>.

32.Про загальні засади створення і функціонування спеціальних (вільних) економічних зон : закон України від 13.10.1992 р. №2673-XII [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2673-12>, вільний. – Загол. з екрану.

33.Про затвердження Положення про критерії визначення пріоритетних видів економічної діяльності в спеціальних (вільних) економічних зонах та на територіях зі спеціальним режимом інвестиційної діяльності і порядок їх застосування: наказ Міністерства фінансів та Міністерства економіки України № 28/51 від 14.03.2000 р. [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0206-00>, вільний. – Загол. з екрану.

34.Про затвердження форм державних статистичних спостережень зі статистики капітальних інвестицій, інвестиційних проектів і будівництва: наказ Державної служби статистики України від 05.08.2014 р. № 225 [Електронний ресурс] / Режим доступу: [http://ukrstat.org/uk/norm\\_doc/2014/225/225\\_2014.htm](http://ukrstat.org/uk/norm_doc/2014/225/225_2014.htm), вільний. – Загол. з екрану.

35.Про наукові парки [Електронний ресурс] : закон України [прийнято Верхов. Радою 25.06.2009 № 1563-VI]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1563-17>.

36.Про перелік офшорних зон: розпорядження Кабінету Міністрів України від 24.02.2003 р. № 77 [Електронний ресурс] / Режим доступу:[http://search.ligazakon.ua/l\\_doc2.nsf/link1/KR030077.html](http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/KR030077.html), вільний. – Загол. з екрану.

37.Рамкові стандарти безпеки і спрощення світової торгівлі Всесвітньої митної організації [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.customs.gov.ua/dmsu/control/uk/doccatalog/list?currDir=302900>.

38.Регулювання зовнішньоекономічної діяльності [Текст]: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / [Дахно І. І., Барановська В. М., Бовтрук Ю. А. та ін.]; За ред. І. І. Дахна – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 472 с.

39.Статистичний бюлетень. Надходження та освоєння інвестицій у спеціальних (вільних) економічних зонах та на територіях пріоритетного розвитку України за інвестиційними проектами у 2013 році [Електронний ресурс] / Режим доступу: [http://ukrstat.org/uk/druk/publicat/Arhiv\\_u/06/Arch\\_isz\\_zb.htm](http://ukrstat.org/uk/druk/publicat/Arhiv_u/06/Arch_isz_zb.htm), вільний. – Загол. з екрану.

40.Типовий договір (контракт) на реалізацію інвестиційного проекту на території пріоритетного розвитку, в спеціальній (вільній) економічній зоні: постанова Кабінету Міністрів України від 5 липня 1999 р. № 1199 // Офіційний вісник України, 1999 р., № 27, ст. 1333; 2001 р., № 31, ст. 1410

41.Тюріна Н. М. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства [Текст] : навчальний посібник./ Н. М. Тюріна, Н. С. Карвацка. – К.: «Центр учбової літератури», 2013. – 408 с.

42.Управління в умовах економічної глобалізації : монографія / за ред. д.е.н. Ю. Є. Петруні. – Дніпропетровськ : АМСУ, 2010. – 200 с.

43.Ушакова Н.Г. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства [Текст] : навч. посібник / Н. Г. Ушакова [та ін]. – Х. : Видавець Шуст А. І., 2001. – 232 с.

44.Череп А. В. Особливості розвитку офшорного бізнесу в Україні /А.В.

Череп // Економіка та держава. – 2006. – № 6. – С.21-30.

45.Чернюк Н.О. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства [Текст] : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / [Н. О. Вернюк, Л. В. Клименко, І. М. Новак] ; Уман. нац. ун-т садівництва. – Умань : Сочінський [вид.], 2012. – 322 с.