HANDEL MIĘDZYNARODOWY

HANDEL MIĘDZYNARODOWY

МІЖНАРОДНА ТОРГІВЛЯ

Kijów – Katowice - Kraków

Короткий зміст

Передмова…… **10**
Розділ І. Міжнародна торгівля: економічна сутність та теорії розвитку……...… **11**
Глава 1. Загальна характеристика міжнародної торгівлі….. **11**
Глава 2. Міжнародна торгівля та економічний розвиток... **43**
Глава 3. Теорії міжнародної торгівлі…….… **54**
Розділ ІІ. Торговельна політика …….. **66**
Глава 4. Національний рівень регулювання міжнародної торгівлі……..…….. **66**
Глава 5. Наднаціональний рівень регулювання міжнародної торгівлі. Міжнародні організації з регулювання міжнародної торгівлі …….…… **93**
Розділ ІІІ Торгова політика Європейського Союзу…..... 109
Глава 6. Єдина торгова політика ЄС як основа європейської інтеграції…….……. **109**
Глава 7. Основні інструменти торгової політики ЄС ……... **117**
Розділ IV. Організаційні аспекти міжнародної торгівлі.. 130
Глава 8. Форми міжнародної торгівлі: сутність та особливості…. **130**
Глава 9. Методи здійснення експортно-імпортних операцій…. **180**
Глава 10. Організовані товарні ринки…… **119**
Глава 11. Нормативно-правове регламентування міжнародних торговельних угод…….. **218**
Глава 12. Контракти міжнародної купівлі-продажу…….. **233**
Глава 13. Врегулювання міжнародних торгових спорів **255**
Розділ VI. Розрахункові операції з міжнародних торговельних угод……..... 261
Розділ V. Міжнародні торговельні угоди……... 261
Глава 14. Сутність та основні форми міжнародних розрахунків **261**
Глава 15. Засоби та способи здійснення міжнародних платежів…….. **264**
Бібліографія……..… **270**

Зміст

Передмова……... 10
Розділ І. Міжнародна торгівля: економічна сутність та теорії розвитку…….. 11
Глава 1. Загальна характеристика міжнародної торгівлі……. 11
1.1. Поняття міжнародної торгівлі, її структура та специфічні риси ……. **11**
1.1.1. Географічна та товарна структура міжнародної торгівлі…… **14**
1.1.2. Основні види ринків та товарів……. **17**
1.1.3. Специфічні риси міжнародної торгівлі……. **21**
1.2. Основні етапи розвитку міжнародної торгівлі…….…… **24**
1.3. Система показників моніторингу результативності міжнародної торгівлі…….. **29**
1.4. Доцільність міжнародного торговельного обміну……..… **40**
1.4.1. Виграш від міжнародної торгівлі на рівні країни та споживачів…… **40**
1.4.2. Вигоди вітчизняних фірм від експортної та імпортної діяльності……..… **41**
Глава 2. Міжнародна торгівля та економічний розвиток…… 43
2.1. Визначальні чинники сприяння економічному розвитку та міжнародній торгівлі…….. **43**
2.2. Роль міжнародної торгівлі в економічному зростанні……. **48**
2.2.1. Типи економічного зростання…… **48**
2.2.2. Конкурентоспроможний експорт як компонент динамізації зростання…….. **51**
Глава 3. Теорії міжнародної торгівлі……... 54
3.1. Класичні теорії міжнародної торгівлі…… **54**
3.1.1. Теорія меркантилізму……. **54**
3.1.2. Теорія абсолютних переваг…… **55**
3.1.3. Теорія порівняльних переваг……. **56**
3.1.4. Теорія відносної забезпеченості країн факторами виробництва та її тестування В. Леонтьєвим…….. **58**
3.2. Стандартна модель міжнародної торгівлі…… **61**
3.3. Альтернативні концепції міжнародної торгівлі…….. **62**
3.3.1. Теорія технологічного розриву…….. **62**
3.3.2. Теорія життєвого циклу продукції……...…….. **63**
3.3.3. Теорія представницького попиту……...…… **64**
3.3.4. Теорія економії на масштабах виробництва…….…… **64**
3.3.5. Теорія внутрішньогалузевої торгівлі…….…… **65**

Розділ ІІ. Торговельна політика……..… **66**
Глава 4. Національний рівень регулювання міжнародної торгівлі… **66**
4.1. Основні типи торговельної політики…… **66**
4.2. Тарифні методи регулювання міжнародної торгівлі……... **70**
4.2.1. Види мит…….. **71**
4.2.2. Економічні наслідки введення мит…… **76**
4.2.3. Оптимальний тариф…… **78**
4.3. Нетарифні методи регулювання міжнародної торгівлі…… **80**
4.3.1. Кількісні обмеження…… **80**
4.3.2. Приховані види торговельних обмежень…… **83**
4.3.3. Фінансові методи торговельної політики……. **84**
4.4. Торгова дискримінація…… **88**
4.4.1. Торгові блоки……... **88**
4.4.2. Торгове ембарго…….. **90**
4.4.2. Торговельні війни…… **91**
Глава 5. Наднаціональний рівень регулювання міжнародної торгівлі. Міжнародні організації з регулювання міжнародної торгівлі……... **93**
5.1. Регулювання міжнародної торгівлі в системі СОТ…….. **93**
5.1.1 Мета, завдання, принципи діяльності СОТ…….. **93**
5.1.2. Регулювання міжнародної торгівлі товарами…….. **98**
5.1.3. Регулювання міжнародної торгівлі послугами……. **99**
5.1.4. Регулювання міжнародної торгівлі продукцією інтелектуальної праці……. **100**
5.2. Регулювання міжнародної торгівлі в системі ООН…… **101**
5.2.1. Сприяння розвитку міжнародної торгівлі ЮНКТАД…….. **101**
5.2.2. Специфіка діяльності МТЦ у сфері міжнародної торгівлі…….. **103**
5.2.3. Напрями діяльності ЮНСІТРАЛ в галузі міжнародного торговельного права…… **106**
Розділ ІІІ. Торгова політика Європейського Союзу……..…… **109**
Глава 6. Єдина торгова політика ЄС як основа європейської Інтеграції…… **109**
6.1. Формування і організація єдиної торгової політики…….. **109**
6.2. Особливості єдиної торгової політики ЄС…… **113**
Глава 7. Основні інструменти торгової політики ЄС…….. **117**
7.1. Інструменти тарифного регулювання в ЄС…… **117**
7.2. Застосування кількісних обмежень у зовнішній торгівлі ЄС…. **121**
7.3. Система захисних заходів у торговій політиці ЄС……. **123**
7.4. Фінансові методи торгової політики ЄС…….. **125**
Розділ IV. Організаційні аспекти міжнародної торгівлі…… **130**
Глава 8. Форми міжнародної торгівлі: сутність та особливості…….. **130**

8.1. Форми міжнародної торгівлі щодо предмету торгівлі……. **130**
8.1.1. Міжнародні торгові класифікатори……... **131**
8.1.2. Міжнародна торгівля промисловими товарами, машинами, устаткуванням……. **135**
8.1.3. Міжнародна торгівля сировинними товарами……. **140**
8.1.4. Світові ціни на промислові та сировинні товари……. **146**
8.1.5. Міжнародна торгівля послугами…… **150**
8.1.6. Міжнародна торгівля продукцією інтелектуальної праці……... **161**
8.2. Форми міжнародної торгівлі щодо способу та організації взаємовідносин між партнерами…… **171**
8.2.1. Міжнародна зустрічна торгівля…….. **171**
8.2.2. Електронна торгівля…… **174**
8.2.3. Міжнародний лізинг…… **176**
8.2.4. Міжнародне виробниче кооперування…….. **177**
Глава 9. Методи здійснення експортно-імпортних операцій……... 180
9.1. Торгівля на підставі прямих зв'язків між контрагентами (прямий метод)……. **180**
9.1.1. Сутність прямого методу…… **180**
9.1.2. Особливості внутрішньокорпораційної торгівлі…….. **181**
9.2. Торгівля через торговельно-посередницьку ланку (непрямий метод) **184**
9.2.1. Сутність непрямого методу…… **184**
9.2.2. Торговельно-посередницькі операції…… **186**
9.2.3. Торговельно-посередницькі фірми…… **194**
Глава 10. Організовані міжнародні товарні ринки…… 199
10.1. Міжнародні товарні біржі……..…… **199**
10.1.1. Сутність міжнародної біржової торгівлі……... **199**
10.1.2. Види та порядок проведення біржових операцій……. **203**
10.2. Міжнародні товарні аукціони……. **207**
10.3. Міжнародні торги…… **211**
10.4. Міжнародні ярмарки та виставки…….. **214**
Розділ V. Міжнародні торговельні угоди……. 218
Глава 11.Нормативно-правове регламентування міжнародних торговельних угод …… 218
11.1. Сутність міжнародних торговельних угод…… **218**
11.2. Уніфікація правил укладання міжнародних торговельних угод з купівлі-продажу товарів…….. **222**
11.3. Міжнародні торговельні терміни (ІНКОТЕРМС-2010)**……..** **227**
Глава 12. Контракти міжнародної купівлі-продажу…….. 233
12.1. Види та зміст контрактів міжнародної купівлі-продажу……. **233**
12.1.1. Характеристика контрактів міжнародної купівлі-продажу…… **233**

12.1.2. Вплив торгових звичаїв на умови контракту…… **235**
12.1.3. Основні умови контракту міжнародної купівлі-продажу…… **235**
12.2. Підготовка до укладання контракту міжнародної купівлі-продажу…… **243**
12.3. Укладання контракту міжнародної купівлі-продажу……..… **245**
12.3.1. Етапи укладання контракту…… **245**
12.3.2. Форма, момент та мова укладання контракту…… **248**
12.4. Виконання контракту міжнародної купівлі-продажу……..… **249**
12.4.1. Підготовка товару до відвантаження…… **249**
12.4.2. Зовнішньоторговельна документація…… **250**
12.4.3. Відповідальність сторін за порушення договірних зобов'язань…..….. **254**
Глава 13. Врегулювання міжнародних торгових спорів……...… **255**
13.1. Врегулювання міжнародних торгових спорів міжнародним комерційним арбітражем…… **255**
13.2. Врегулювання торгових суперечок у рамках СОТ…….. **258**
Розділ VI. Розрахункові операції з міжнародних торговельних угод……...… **261**
Глава 14. Сутність та основні форми міжнародних розрахунків..… **261**
14.1. Характеристика міжнародних розрахунків……...… **261**
14.2. Міжнародні розрахунки за допомогою акредитива……..… **263**
14.3. Міжнародні розрахунки за допомого інкасо…… **263**
Глава 15. Засоби та способи здійснення міжнародних платежів…... **264**
15.1 Засоби платежу в міжнародній торгівлі ……...… **264**
15.1.1. Платіж векселями…… **264**
15.1.2. Платіж чеками……..…….. **265**
15.1.3. Платежі пластиковими картками……...…… **266**
15.1.4. Банківський переказ…… **266**
15.2. Способи платежу в міжнародній торгівлі…….…… **267**
Бібліографія…… **270**

ПЕРЕДМОВА

Важливою особливістю сучасності є зростання взаємозалежності економік різних країн, перехід від інтернаціоналізації господарського життя до глобалізації виробничих процесів і фінансового середовища. Це супроводжується дедалі більшим залучення країн до існуючої системи світоторговельних зв'язків. Перед ними відкриваються сприятливі перспективи щодо посилення ефективності зовнішньоторговельної діяльності за рахунок оптимального використання переваг світогосподарського та міжнародного поділу праці. Держави усіх регіонів світу, економічні угруповання формують власні зовнішньоторговельні моделі, адекватні об'єктивним процесам глобалізації та міжнародної економічної регіоналізації. Таке формування неможливе без з'ясування стану та провідних тенденцій функціонування й розвитку світоторговельних відносин. Виходячи з цього метою підручника є систематизація та узагальнення закономірностей, умов, принципів, механізмів міжнародної торгівлі.

Пропонований підручник являє собою спробу всебічно висвітлити питання організації та регулювання міжнародної торгівлі, включаючи сучасні механізми укладання міжнародних контрактів купівлі-продажу.

Розгляд комплексу питань щодо функціонування та розвитку сучасної системи міжнародної торгівлі зумовлює структуру запропонованого підручника. П'яте його видання складається з шести розділів, які містять оновлений та перероблений матеріал.

Розділ I присвячен висвітленню сутності та значенню міжнародної торгівлі в системі міжнародних економічних відносин, особливостям її розвитку, оцінці результативності, взаємозв'язку між міжнародною торгівлею та економічним розвитком країни. В розділі послідовно розглядаються основні концепції міжнародної торгівлі, вивчення яких дає змогу пояснити причини міжнародного обміну, його динаміки, структури, ефективності.

Розділ II присвячений питанням регулювання міжнародної торгівлі на національному та наднаціональному рівнях.

У розділі III значну увагу приділено особливостям та основним інструментам торгової політики Європейського Союзу.

Розділ IV стосується організаційних аспектів міжнародної торгівлі. В ньому дається характеристика форм міжнародної торгівлі, методів здійснення експортно-імпортних операцій, а також діяльності організованих товарних ринків.

Розділ V дає можливість ознайомитися з нормативно-правовим регламентуванням міжнародних торговельних угод, з процесами укладання та виконання контрактів міжнародної купівлі-продажу, з урегулюванням міжнародних торгових суперечок.

У розділі VI надано характеристику розрахункових операцій з міжнародних торговельних угод. Основна увага зосереджується на сутності та формах міжнародних розрахунків, засобах та способах здійснення міжнародних платежів.

Сподіваємось, що даний підручник дозволить студентам максимально використати світовий досвід дослідження міжнародної торгівлі.

Розділ І.Міжнародна торгівля: економічна сутність та теорії розвитку

Глава 1. Загальна характеристика міжнародної торгівлі

1.1. Поняття міжнародної торгівлі, її структура та специфічні риси

У сучасному світі однією з основних рушійних сил економічного розвитку виступає міжнародна торгівля, яка є сферою міжнародних економічних відносин і являє собою сукупність зовнішньої торгівлі товарами, послугами, продукцією інтелектуальної праці всіх країн світу. Сьогодні вона становить 80% усіх міжнародних відносин.

Для окремої країни участь у міжнародній торгівлі набуває форми зовнішньої торгівлі, тобто це торгівля однієї країни з іншими країнами світу, яка складається з двох зустрічних потоків товарів та послуг: оплачуваного вивезення (експорту) та ввезення (імпорту).

Міжнародна торгівля – це торгівля між резидентами різних країн, якими можуть виступати фізичні та юридичні особи, фірми, ТНК, некомерційні організації тощо. Вона передбачає добровільний обмін товарами, послугами, продукцією інтелектуальної праці між сторонами торговельної угоди. Оскільки такий обмін є добровільним, то обидві сторони угоди повинні бути впевненими, що одержать вигоду від цього обміну, в противному випадку угода не буде укладена.

Міжнародна торгівля є характерною рисою існування світового ринку, який являє собою сферу товарно-грошових відносин між країнами, що ґрунтуються на міжнародному поділі праці та інших чинниках виробництва. Товар, який знаходиться на світовому ринку в фазі обміну, виконує інформаційну функцію, оскільки повідомляє про середні величини сукупного попиту та пропозиції. Через це країни мають змогу оцінювати та адаптувати параметри своєї продукції та виробництва (тобто що, скільки, для кого слід виробляти) до вимог світового ринку.

Міжнародна торгівля товарами була історично першою і до певного часу головною сферою міжнародних економічних відносин. Лише наприкінці XX ст. провідну роль у системі міжнародної економіки почали відігравати різноманітні форми фінансових операцій. Але значення міжнародної торгівлі і тепер дуже суттєве. Про це свідчить зростання обсягів міжнародної торгівлі (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Динаміка розвитку світової торгівлі товарами и послугами

Показники	Темпи приросту %								
	2005 г.	**2006 г.**	**2007 г.**	**2008 г.**	**2009 г.**	**2010 г.**	**2011 г.**	**2012 г**	**2013 г**
Світова торгівля товарами та послугами	7,4	7,6	15,2	15,4	-12,0	13,8	5,0	3,7	2,2
Імпорт									
Промислово розвинуті країни	6,5	6,3	12,9	11,7	- 14,4	10,9	2,8	1,9	2,0
Країни, що розвиваються та країни з перехідною економікою	12,0	11,0	13,2	27,7	- 10,5	18,1	7,9	6,2	5,5
Експорт									
Промислово розвинуті країни	5,9	6,8	14,6	11,7	- 15,1	13,0	4,7	2,0	1,8
Країни, що розвиваються та країни з перехідною економікою	9,9	9,7	24,6	38,2	- 7,5	14,9	5,4	5,6	3,5

Джерело: [4]

Такий прискорений розвиток міжнародної торгівлі пов'язаний насамперед з посиленням процесу лібералізації міжнародних відносин, підвищенням попиту на промислові товари, частка яких у сукупному обсязі світового експорту становить 70%.

Міжнародна торгівля сьогодні, як і раніше, залишається важливим стимулом зростання міжнародної економіки. Міжнародні торговельні потоки помітно випереджають зростання світового обсягу виробництва (рис. 1.1).

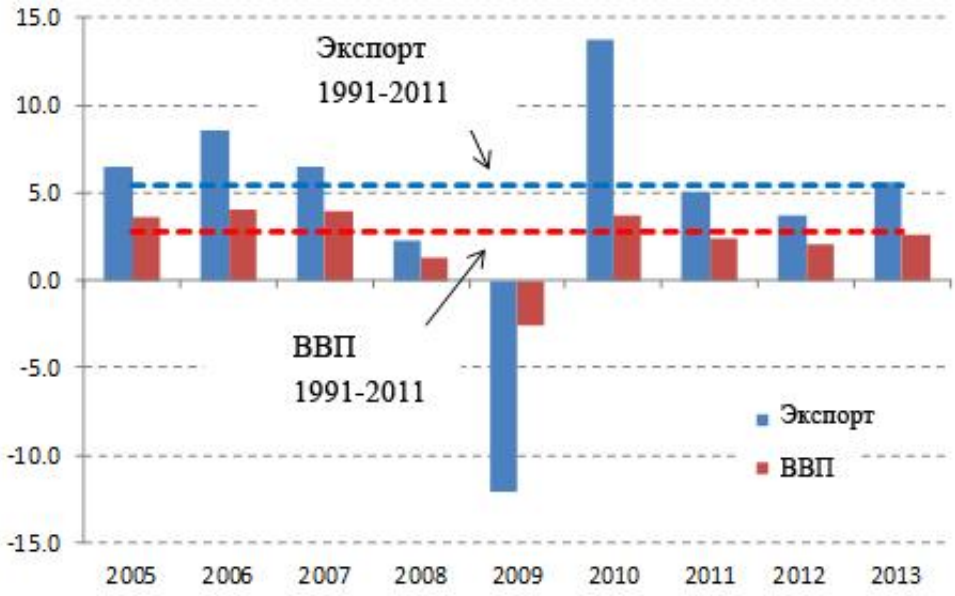


Рис. 1.1. Темпи зростання обсягів світової торгівли та світового валового продукту

Джерело: [57]

Це відбувається внаслідок поглиблення міжнародного поділу праці, становлення та розвитку нових видів поділу праці, які лежать в основі міжнародної економічної інтеграції та внутрішньофірмового обміну. У зв'язку з цим досить відзначити, що в ЄС – найбільш інтегрованому міжнародному економічному угрупованні – торгівля випереджає виробництво у 3 рази.

Швидкі темпи зростання міжнародної торгівлі сприятливо впливають на економіку країн, що розвиваються, стимулюючи їх експорт(табл. 1.1; рис. 1.2).

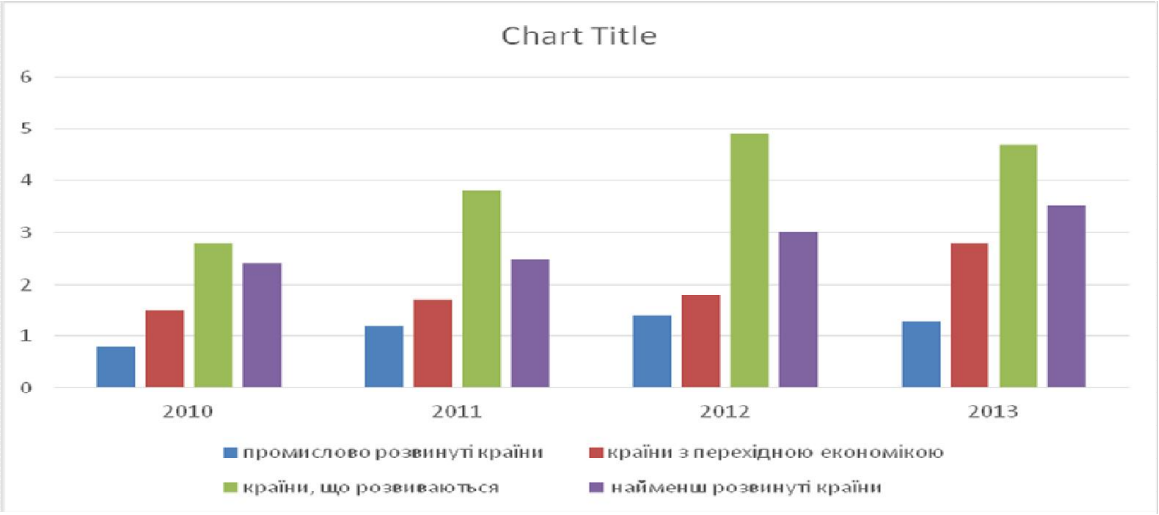


Рис. 1.2. Економічне зростання у країнах, що розвиваються, порівняно з промислово розвинутими країнами в 2010-2013 рр., %

Джерело: [4]

До країн, що розвиваються найшвидшими темпами, належать країни неформальної групи БРІК (Бразилія, Росія, Індія, Китай). За ВВП країни БРІК уже перевищують ВВП ЄС, а за сукупним обсягом золотовалютних запасів випереджають індустріальні країни "великої сімки". Очікується, що до 2050 р. вони будуть виробляти 44% світового ВВП і обженуть промислово розвинуті країни за основними економічними показниками (Росія зможе обігнати західноєвропейські країни до 2030 р., Індія випередить Японію до 2035 р., Китай до 2040 р. пережене США) [23, с.10]. У найближчі десятиріччя країни БРІК умовно сприйматимуться як "другий ешелон" після країн Тріади (США, Японії, країн ЄС). Темпи зростання компаній-лідерів цих держав не менше ніж 15% на рік, а їхні доходи становлять від 100 млн. до 2 млрд дол. щорічно. Найпозитивніший вплив на приватний бізнес в усьому світі чинить зростання економіки Китаю, друге місце поділяють Росія та Індія, на третьому місці – Бразилія.

Навколо БРІК групуються інші країни: Ірак, Казахстан, Венесуела. Таким чином, у майбутньому можливо створення міцного об'єднання, з яким будуть рахуватися "велика сімка" та ОПЕК.

1.1.1. Географічна та товарна структура міжнародної торгівлі

Важливою характеристикою міжнародної торгівлі є її географічна та товарна структура, тобто структура з точки зору географічного розподілу і товарного наповнення.

Географічна структура міжнародної торгівлі – це розподіл торговельних потоків між окремими країнами та їх групами, створеними за територіальною або організаційною ознакою.

Територіальна географічна структура узагальнює дані про масштаби міжнародної торгівлі країн, що належать до однієї частини світу або укрупненої групи країн (розвинуті країни, країни, що розвиваються, країни з перехідною економікою).

Організаційна географічна структура узагальнює дані про міжнародну торгівлю або між країнами, що належать до інтеграційних торговельно-політичних об'єднань, або торгівлю між країнами, що виділені в певну групу за вибраним критерієм (країни-експортери нафти, країни — цілковиті боржники тощо).

Географічна структура міжнародної торгівлі сформувалася під впливом світогосподарського поділу праці, тобто поглибленого міжнародного поділу праці й розвитку науково-технічної революції (табл. 1.2).

Таблиця 1.2

Географічна структура світової торгівлі товарами за окремими регіонами у 2013 р.

Експорт		Регіон	Імпорт	
Обсяг			Обсяг	
млрд. дол.	%		млрд. дол.	%
17930	100,0	Світ	17930	100,0
2370	13,2	Північна Америка	3034	16,9
750	4,2	Латинська Америка	787	4,3
581	3,2	Європа	655	4,1
5908	33,0	Європейський Союз	5803	32,3
549	3,0	СНД	805	4,4
516	2,9	Російська Федерація	305	1,7
630	3,5	Африка	580	3,2
1349	7,5	Близький Схід	713	4,0
5638	31,4	Азія	5333	29,7
798	4,4	Японія	812	4,5
2048	11,4	Китай	1359	7,6
302	1,7	Індія	463	2,6

Джерело: [51]

Товарна структура міжнародної торгівлі формується під впливом конкурентних переваг, які має народне господарство країни. Конкурентні переваги є у випадках, коли в країні ціни на експортні товари (або внутрішні ціни) нижчі від світових. Відмінності в цінах зумовлені різними витратами виробництва, які залежать від двох груп чинників.

Першу групу чинників формують природні конкурентні переваги. До них відносяться природно-географічні чинники, які дані ззовні: клімат, наявність мінеральних копалин, родючість ґрунтів тощо.

Другу групу чинників (соціально-економічних) формують набуті конкурентні переваги. Ці чинники характеризують науково-технічний і економічний рівень розвитку країни, її виробничий апарат, масштаби і серійність виробництва, виробничу та соціальну інфраструктуру, масштаби науково-дослідних робіт. Вони визначають конкурентні переваги, що були надбані в процесі розвитку народного господарства.

У торгівлі товарами характерною тенденцією є зростання частки торгівлі продукцією обробної промисловості (близько ¾ вартісного обсягу світового експорту) і скорочення частки сировини й продовольства (близько ¼).

Товарна структура в розрізі регіонів світу характеризується даними табл. 1.3.

Таблиця 1.3

Структура світового експорту основної групи товарів за регіонами у 2013 р.

Регіон	Сільське господарство		Добувна промисловість		Обробна промисловість		Разом	
	млрд. дол.	%	млрд. дол.	%	млрд. дол.	%	млрд. дол.	%
Європа	656	9,5	901	13,0	5204	75,2	6913	100
Азія	451	7,7	818	13,9	4389	75,1	5845	100
Північна Америка	287	12,1	511	21,6	1547	65,6	2357	100
Латинська Америка	241	31,7	322	42,5	199	26,2	758	100
СНД	64	7,6	512	60,8	238	28,3	841	100
Африка	55	9,3	395	67,1	121	20,5	588	100
Близький Схід	38	2,8	824	61,7	327	24,4	1335	100
Світ	1792	9,6	4283	23	12025	64,5	18637	100

Джерело: [54, 56]

Наведені в табл. 1.3 дані свідчать про взаємозв'язки між рівнем економічного розвитку країн і структурою їхнього зовнішньоторговельного обігу. Так, для країн Західної Європи, Північної Америки та Азії, які відносяться до промислово розвинутих і нових індустріальних країн і в яких переважають набуті конкурентні переваги, в структурі експорту переважає продукція обробної промисловості. А в країнах Близького Сходу та Африки, які володіють багатими природними ресурсами, досить висока частка видобувної промисловості. Країни СНД інтенсивно використовують свої природні конкурентні переваги, а тому в їхній товарній структурі, що відрізняється від середніх світових показників, висока частка продукції добувних галузей промисловості (відхилення від середнього показника становить 37,8 відсоткових пунктів) і порівняно низька – продукції обробної промисловості (відхилення від середнього показника становить 36,2 відсоткових пунктів).

1.1.2. Основні види ринків та товарів

Ринки можуть класифікуватися за різними ознаками. Загально визнана класифікація, яка наведена в табл. 1.4.

Таблиця 1.4

Класифікація ринків

Ознака класифікації	Види ринків
1	2
1. Галузева належність товару як об'єкта обміну.	Товарні ринки. Вони охоплюють ринок якого-небудь конкретного товару чи групи товарів, пов'язаних між собою певними ознаками виробничого характеру чи таких, що слугують задоволенню однієї й тієї самої потреби (наприклад, ринок взуття, ринок чорних металів, ринок автомобілів, ринки сировинних товарів).
2. Об'єкт обміну і межі його охоплення	Товарні ринки країн та регіональні товарні ринки. В основі підрозділу лежить належність до країн чи регіональна галузева належність об'єктів обміну. Ці ринки охоплюють ринок конкретного товару, групи товарів чи товарів певної галузі однієї країни чи регіону (наприклад, ринок взуття Туреччини, ринок побутової електротехніки України, ринок автомобілів ЄС).
3. Сфера міжнародного товарного обміну і галузева належність об'єктів обміну	Світові товарні ринки - це сукупність національних ринків. В основі економічних відносин між їхніми учасниками лежить міжнародний поділ праці (наприклад, світовий ринок зерна, світовий ринок гумовотехнічної продукції). Об'єктами світового товарного ринку є конкретні товари чи групи товарів. Основні риси світового ринку полягають у тому, що він: • є категорією товарного виробництва, що вийшло в пошуках збуту своєї продукції за національні кордони; • проявляється в міждержавному переміщенні товарів, які знаходяться під впливом не лише внутрішнього, а й зовнішнього попиту і пропозиції; • оптимізує використання чинників виробництва, підказуючи виробникові, в яких галузях і регіонах вони можуть бути застосовані най ефективніше • виконує санаційну роль, прибираючи з міжнародного обміну товари і часто навіть їх виробників, котрі не спроможні забезпечити міжнародного стандарту якості за конкурентними цінами. Відмітні особливості світового ринку полягають у тому, що: • на світовий ринок впливають міждержавні кордони і зовнішньоекономічна політика окремих країн; • на світовому ринку діє система світових цін; • світовий ринок товарів доповнюється ринком послуг; • структура і напрям торгівлі окремих країн на світовому ринку визначаються зміною конкурентоспроможності їхніх товарів і послуг; • світовій торгівлі притаманна нерівномірність зростання як торгівлі окремих країн, так і всього світового товарообігу; • розвиток міждержавних форм регулювання світового ринку:

	міжнародні торговельні організації (зокрема СОТ) і регіональні інтеграційні економічні організації (Бенілюкс, ЄС, ЄАВТ, Латиноамериканська асоціація інтеграції, Асоціація країн Південно-Східної Азії та ін.)
4. Відношення до національних кордонів сфери обміну	Внутрішній (місцевий) і зовнішній (іноземний) ринок. Внутрішній ринок - це форма господарського спілкування, при якій усе, що призначено для продажу, збувається самим виробником усередині країни. Зовнішній ринок охоплює всю сферу товарного обігу, що виходить за національні кордони конкретної країни. Міжнародний ринок, ринки країн, світові товарні ринки є зовнішніми (іноземними) тільки для однієї конкретної країни. Економічні відносини між учасниками товарного обміну припускають, що учасники мають різну національну приналежність і об'єкт обміну перетинає національні митні кордони відповідних країн
5. Характер об’єкта товарного обміну	Ринок товарів, ринок послуг, ринки технологій, ринки капіталів, робочої сили, цінних паперів
6. Характер і рівень попиту та пропозиції на ринку	Ринок продавця, на якому попит перевищує пропозицію. Ринок покупця, на якому пропозиція перевищує попит. Для ринку продавця характерна обмеженість товарного асортименту і кількісної пропозиції товару, а також наявність дефіциту, що спонукає покупця здобувати те, що пропонує продавець, не пред'являючи особливих вимог до якості і техніко-економічних характеристик товару. Ринок покупця характеризується наявністю різноманітного асортименту товарів, що випускаються різними виробниками. Це породжує конкуренцію між продавцями виробів, які задовольняють ті ж самі чи аналогічні потреби покупців
7. Характер взаємин між продавцем і покупцем	Ринки вільні, замкнуті, регульовані. На вільних ринках немає обмежень для укладання комерційних угод між контрагентами. У торгівлі різними товарами частка вільних ринків різна (наприклад, на світовому нафтовому ринку - 70%, на ринку цукру - 30%).Під замкнутими (закритими) ринками зазвичай мають на увазі внутрішньокорпоративні постачання ТНК, що становлять в цілому близько 40% міжнародного товарообігу. До регульованого відносяться ринки, що підпадають під дію міжнародних товарних угод, спрямованих на їх стабілізацію

В основу класифікації товарів можуть бути покладені різні ознаки: міжнародна мобільність, призначення, терміни використання, рівень попиту і ціна, характер споживання і ступінь оброблення, спосіб виготовлення.

Міжнародна мобільність. Для визнання торгівлі міжнародною, продажу товару — експортом, а купівлі — імпортом необхідно, щоб товар перетнув кордон держави і цей факт був зареєстрований у відповідній звітності. При цьому немає значення, змінює товар власника чи ні. Так, якщо телевізор продано (передано) японською компанією своїй філії в Україні, він вважається експортом Японії й імпортом України, незважаючи на те, що власником товару залишилась японська компанія.

У міжнародній економіці товар розглядається не як продукт виробництва, а як об'єкт попиту і пропозиції.

Товар (послуга) стає таким за умов:

• якщо він комусь потрібен;

• якщо на нього спрямовані дві основні сили ринкової економіки – попит і пропозиція;

• якщо хоча б одна з цих сил (попит і пропозиція) діють із-за рубежу.

Здатність виготовити продукт для внутрішнього ринку не означає, що він буде визнаний товаром на світовому ринку, тобто його куплять за рубежем. Товари можуть не продаватися за рубежем з таких причин:

• у зв'язку з їхньою неконкурентоспроможністю;

• через початкову неможливість поставити їх на зовнішній ринок;

• через їхню принципову неторговність.

Виходячи з міжнародної мобільності, товари поділяються на «ринкові», тобто такі, що торгуються (РТ), і на «неринкові», такі, що не торгуються (НТ).

«Ринкові товари» — це такі товари, які можуть пересуватися між різними країнами.

«Неринкові товари» — товари, які споживаються в тій самій країні, де й виробляються, і не переміщуються між країнами.

Головні відмінності між «ринковими» і «неринковими» товарами показано в табл. 1.5.

Таблиця 1.5

Відмінності між РТ та НТ за основними ознаками

Ознака	«Ринкові» товари	«Неринкові» товари
Ціни	Визначаються співвідношенням попиту і пропозиції на світовому ринку і знаходяться під впливом попиту і пропозиції на них як усередині країни, так і за рубежем	Визначаються співвідношенням попиту і пропозиції на національному ринку. Коливання цін на такі товари в інших країнах не мають значення
Підтримання внутрішнього балансу попиту і пропозиції	Підтримання балансу не особливо істотне, оскільки недостатність внутрішнього попиту можна компенсувати збільшенням попиту за кордоном, а нестачу внутрішнього споживання - збільшенням поставок іноземних товарів	Підтримання балансу дуже важливе. З його порушенням можливі соціально-економічні диспропорції
Внутрішні ціни	Їх динаміка та рівень йдуть за динамікою й рівнем цін в інших країнах	Вони можуть істотно відрізнятись від цін інших країн, а їхня зміна може не призводити до зміни зарубіжних цін на такі товари

До «ринкових» товарів, як правило, належать такі групи товарів: сільського господарства, полювання, лісового господарства, рибальство, товари видобувної й обробної промисловості; до «неринкових» —

комунальні послуги і будівництво, оптова і роздрібна торгівля, ресторани, готелі, оборона, соціальні послуги, охорона здоров'я, суспільні роботи і т.п.

Розподіл товарів на «ринкові» і «неринкові» багато в чому залежить від транспортних витрат на їх переміщення за рубіж і від торгівельних бар'єрів, що існують на цьому шляху. Скорочення транспортних витрат зв'язку з розвитком технології призводить до збільшення кількості «ринкових» товарів, а зростання державного протекціонізму відповідно призводить до їх скорочення.

«Ринкові» товари поділяються на експортовані й імпортовані (рис. 1.3).

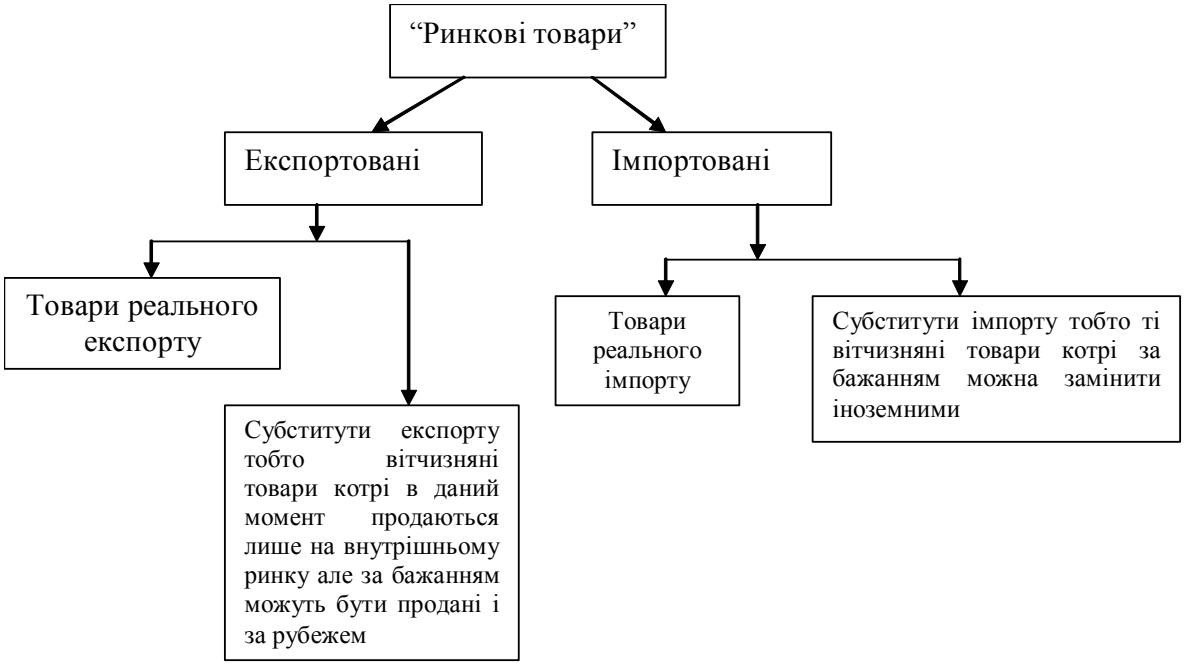


Рис. 1.3. Класифікація «ринкових» товарів

Призначення. За цією ознакою товари поділяються на:

- товари споживчого попиту, що призначені для особистого споживання, індивідуального використання і відрізняються широкою номенклатурою та асортиментом (телевізори, холодильники, пральні машини, відеомагнітофони, автомобілі і т.д.);
- товари виробничого призначення, що використовуються в процесі виробництва інших товарів та визначають специфіку конкретної галузі виробництва (технологічне устаткування) або мають загальне призначення (мотори, крани). До них також належать транспортні засоби і пристрої, які застосовуються у виробничому процесі.

Термін використання. Товари поділяються на товари короткострокового і тривалого використання.

Рівень попиту і ціна. За цією ознакою товари класифікуються на:

- товари повсякденного попиту, які купуються систематично, орієнтуючись на визначені якісні характеристики;

- товари вибіркового попиту, які купуються після порівняння з аналогічними товарами відносно ступеня задоволення потреб, рівня якості, ціни і т.п.;
- престижні товари, що мають унікальні властивості, які визначаються модою, підвищеною комфортабельністю;
- предмети розкоші, що задовольняють індивідуальні потреби людей з великими коштами, які значно перевищують їхні повсякденні потреби.

Характер споживання і ступінь оброблення. Це — сировина, напівфабрикати, готові вироби, комплектуючі вироби, деталі.

Спосіб виготовлення. Продукція поділяється на стандартну (випускається для невідомого кінцевого споживача) та унікальну (виробляється на основі попередніх замовлень покупця і виготовляється з урахуванням погоджених заздалегідь між постачальником і покупцем техніко-економічних параметрів).

1.1.3. Специфічні риси міжнародної торгівлі

Міжнародна торгівля, як особлива сфера міжнародної економіки має ряд специфічних рис, котрі відрізняють її від внутрішньонаціональної торгівлі: урядове регулювання міжнародної торгівлі; самостійна національна економічна політика; соціально-культурні відмінності країн; фінансові та комерційні ризики.

Урядове регулювання міжнародної торгівлі. Кожна країна функціонує в своєму правовому середовищі. Її уряд активно втручається і піддає жорсткому контролю відносини міжнародної торгівлі і пов’язані з торговельними операціями валютно-фінансові відносини. Це втручання і контроль помітно відрізняються від ступеня та характеру тих, що застосовуються по відношенню до внутрішньої торгівлі. Уряд кожної суверенної країни своєю торговельною та фінансово-бюджетною політикою породжує свою власну систему ліцензування експорту та імпорту, імпортних та експортних квот, мита, ембарго, експортних субсидій, своє власне податкове законодавство тощо. Серйозною перешкодою в міжнародній торгівлі можуть виявитись урядові постанови щодо валютного регулювання (система валютного контролю за припливом і відпливом іноземної валюти в країну і з країни регулює міжнародний рух товарів, послуг і капіталу), а також постанови, що стосуються стандартів якості, безпеки, охорони здоров`я, гігієни, патентів, торговельних марок, упаковки товарів та обсягу інформації, яка наводиться на упаковках.

Під час проведенні міжнародних торговельних операцій фірма повинна враховувати не тільки закони своєї країни, а й закони країни – партнера, від яких залежать методи здійснення цих операцій. Закони кожної з країн визначають вибір ринків, ціни на товари, які фірма може запропонувати, вартість ресурсів (робочої сили, сировинних матеріалів, технологій) тощо.

Постанови уряду, закони можуть впливати на конкурентоспроможність вітчизняних компаній на міжнародному ринку через збільшення обсягу їхніх витрат. Так, уряд країни може зобов'язати свої промислові компанії виплачувати робітникам пакет різних грошових допомог, що буде відображатися на собівартості продукції та відповідно знижувати можливості компанії в сфері цінової конкуренції на зовнішньому ринку.

Самостійна національна економічна політика. Національна економічна політика може дозволити вільний потік товарів і послуг між країнами, регулювати чи заборонити його (так, обмеження торгівлі можуть приймати форму "добровільного" обмеження експорту, бойкотування товарів країни, відмови від преференційних тарифів та видавання нових кредитів, обмеження доступу до високотехнологічних товарів). Усе це істотно впливає на міжнародну торгівлю.

Щоб підтримати збалансованість міжнародних платежів країна повинна пов'язувати свою економіку зі світовою економікою, тобто проводити політику, яка забезпечувала б конкурентоспроможність цін і витрат порівняно з іншими країнами і не допускала б розбіжностей між внутрішнім законодавством і міжнародним регулюванням, що могло б призвести до конфліктної ситуації у сфері зовнішньої торгівлі.

Якщо внутрішня економічна політика держави шкодить її зовнішній стабільності, то негативні наслідки цього відчувають усі торгуючі країни. Для функціонування міжнародної торгівлі в атмосфері свободи уряди країн повинні проводити узгоджену з торговельними партнерами внутрішню і міжнародну політику, яка не ущемляє інтересів кожної зі сторін. Якщо національна економічна політика у сфері міжнародної торгівлі ґрунтується лише на внутрішніх інтересах держави без погодження або без консультацій з її торговельними партнерами, то це призводить до виникнення політичної напруженості між партнерами (обкладання окремих товарів митами, введення квот на імпорт тощо). Отже, міжнародна торгівля часто виступає об'єктом впливу самостійної національної економічної політики окремих держав.

Соціально-культурні відмінності країн. Країни, які беруть участь у міжнародній торгівлі, відрізняються одна від одної звичаями, мовою, пріоритетами, культурою. І хоча такі відмінності не впливають істотно на міжнародну торгівлю, вони ускладнюють відносини між урядами і вводять багато нових елементів у діяльність міжнародних підприємств. Недостатнє знання звичаїв, законів країни експортера чи імпортера призводить до невизначеності і недовіри між продавцем і покупцем.

Фінансові та комерційні ризики. До головних *фінансових ризиків* відносяться валютний та кредитний ризики.

Міжнародна торгівля відбувається між країнами, що мають різні валютні системи, які зумовлюють обмін однієї валюти на іншу. Через неусталеність валютних курсів виникає валютний ризик. Валютний ризик — це небезпека валютних втрат унаслідок зміни курсу валюти ціни по

відношенню до валюти платежу в період між підписанням зовнішньоторговельної угоди і здійсненням платежу за цією угодою.

Однією з проблем імпортера є необхідність отримання іноземної валюти для виконання платежу. Валютний ризик для нього виникає, якщо підвищується курс валюти ціни по відношенню до валюти платежу.

У експортера може виникнути проблема обміну отриманої іноземної валюти своєї країни, він зазнає збитків при зниженні курсу валюти ціни по відношенню до валюти платежу, оскільки отримає меншу реальну вартість порівняно з контрактною.

При здійсненні міжнародної торгівлі необхідно мати час для перевезення товару, тому експортер піддається кредитному ризику і потерпає від незручностей, пов'язаних з відстанню та часом, котрий потрібен для перевезення товару за кордон і отримання платежу. Розрив у часі між заявкою іноземному постачальникові і отриманням товару пов'язаний, як правило, з тривалістю періоду перевезення і необхідністю підготовки відповідної документації для перевезення.

Експортерові для фінансування підготовки і доставки товару за кордон можуть знадобитись додаткові кошти, за якими він звертається в банк. При цьому кредит потрібен на більш тривалий час, ніж йому необхідно було б, якби він продавав товари на внутрішньому ринку своєї країни. Експортер повинен виконати свої зобов'язання відповідно до строків і умов кредитної угоди. Однак може виникнути ризик неповернення боргу.

Кредитний ризик також може виникнути, коли уряд країни отримує позику від іноземного кредитора, чи коли видає гарантію на позику від імені третьої сторони у своїй країні, але потім або уряд, або третя сторона відмовляється погасити позику і заявляє про імунітет від судового переслідування. Експортер буде безсилим стягнути борг, оскільки йому буде заборонено проводити свої вимоги через суд.

Комерційні ризики, які пов’язані з можливістю недоодержання прибутку або виникнення збитків у процесі проведення торговельних операцій, можуть виявитися у таких випадках:

- неплатоспроможність покупця на момент оплати товару;
- відмова замовника від оплати продукції;
- зміна цін на продукцію після укладання контракту;
- зниження попиту на продукцію;
- неможливість переказу коштів в країну експортера у зв’язку з валютними обмеженнями в країні покупця (імпортера) або з відсутністю валюти, або з відмовою уряду країни-імпортера в наданні цієї валюти з будь-яких інших причин.

1.2. Основні етапи розвитку міжнародної торгівлі

Ретроспективу розвитку міжнародної торгівлі найчастіше розглядають за таким критерієм, як основні події в світі. Виокремлюють п`ять основних етапів еволюції міжнародної торгівлі [23, с. 29]:

I етап – початковий комерційний період (1500-1850 рр.);

II етап – період становлення міжнародного товарообігу (1850-1914 рр.);

III етап – період між двома світовими війнами (1914-1945 рр.);

IV етап – повоєнний період (1945 – перша половина 70-х років);

V етап – період глобалізації світової економіки (кінець 70-х років – до нашого часу).

Перший етап починається з часів великих географічних відкриттів, які викликали активний вивіз товарів у нововідкриті землі. Експортні товари являли собою готові вироби, що виготовляли з місцевої сировини. Торгівля колоніальними товарами сприяла становленню капіталізму в Європі та більш трьохсот років визначала розвиток міжнародної торгівлі. Здійснення колоніальних подорожей супроводжувалося великим ризиком, але отримання швидких та значних прибутків, виступало сильним стимулом для залучення нових учасників торгівлі.

З XVI ст. до середині XVIII ст. панувало мануфактурне виробництво, яке ґрунтувалося на розподілі праці та створювало умови для масштабного виробництва. Поступово вузька мануфактурна база перестає відповідати ринковим потребам. Промислові революції замінюють її фабрично-заводською машинною індустрією.

Цей період відмічається нововведеннями у галузі транспорту. Парова машина, двигун внутрішнього згорання, пароплави, електрика тощо – все це радикально змінило засоби національного та міжнародного спілкування. Почали швидко розповсюджуватися шосе, канали, залізниці.

У таких умовах внутрішні міські ринки стають тісними і починають розширюватися до регіональних, міждержавних масштабів. Локальні центри міжнародної торгівлі переростають у єдиний світовий ринок.

Міжнародна торгівля дуже швидко розвивається. Її значення для економіки окремих країн стає вирішальним, що підтверджується випереджаючими темпами зростання міжнародного товарообігу порівняно з темпами зростання промислового виробництва.

Центром міжнародної торгівлі стає Європа.

Характерними рисами першого етапу є:

- зростання державного впливу на взаємовідносини країн та міжнародну торгівлю;
- зміцнення підтримки з боку держави національних товаровиробників. У більшості країн панує протекціонізм;
- зародження політики вільної торгівлі.

Другий етап характеризується остаточним закріпленням колоніальних імперій на фоні швидкого індустріального розвитку європейських країн та

США. Торгівля зростає швидшими темпами ніж виробництво. Через це економіка різних країн стає більш відкритою.

Змінюється товарна структура міжнародної торгівлі. Так, торгівля спеціями, яка процвітала у попередні століття, замінюється обміном сировинними товарами (близько 60% усієї торгівлі) та переходом до обміну промисловими виробами.

До основних факторів зростання міжнародної торгівлі належать: подальша еволюція техніки та технології у виробництві; інновації в транспортній сфері; різні темпи розвитку європейських держав; відмінності в запасах корисних копалин; підйом інвестиційної діяльності; розширення ринків збуту; використання вигідних умов місцевого законодавства; рівень освіти населення.

Період 1850-1875 рр. розглядається все ще як фаза відносно вільного обміну. Однак наступні роки характеризуються посиленням протекціонізму, що пояснюється зростаючим впливом монополій на зовнішньоекономічну політику своїх держав. Якщо раніше протекціонізм характеризувався як захисний, то тепер він стає наступальним і охороняє від іноземної конкуренції не слабкі галузі національної економіки, а найбільш розвинуті та високо монополізовані.

Третій етап характеризується такими найголовнішими подіями:

1. Перша світова війна, яка зруйнувала економіку європейських країн.
2. Велика економічна криза 1929-1933 рр., яка досить жорстко поставила питання про ефективність внутрішньої торгівлі.
3. Друга світова війна, яка зруйнувала світову економічну систему та різко похитнула віру країн, що розвиваються, у торгівлю як рушійну силу економічного зростання.
4. Подальший перерозподіл світових ринків.
5. Перехід у 1944 р. до нової, більш ефективної Бреттон-Вудської валютної системи.
6. Формування двох світових систем господарства.

Внаслідок порушення міжнародних торговельних зв`язків та економічних криз зростання міжнародної торгівлі знаходилося на дуже низькому рівні та суттєво відставало від темпів розвитку виробництва.

Основними експортними товарами стають сировина, продовольство, паливо (60% світового експорту).

Перша світова війна та економічні кризи викликали дезінтеграцію міжнародної торгівлі та посилення митного протекціонізму. У прагненні захистити власну економіку країни починають нерозсудливо застосовувати тарифні та кількісні методи регулювання торгівлі, що лише поглиблювало економічну кризу.

Після Другої світової війни питання лібералізації торгівлі опинилися в центрі уваги урядів майже всіх країн світу.

Для *четвертого етапу* розвитку міжнародної торгівлі характерні такі основні події:

1. Розпад світової колоніальної системи та швидкий розвиток колишніх колоніальних держав, які стають новими гравцями на світових ринках.

2. Посилення розвитку світових систем господарства: капіталістичної та соціалістичної.

3. Вивезення капіталу за межі національних кордонів, що забезпечувало збільшення експорту товарів, захоплення вигідних ринків збуту, джерел сировини.

4. Поширення процесів інтеграції та транснаціоналізації.

5. Створення глобальних міжнародних організацій.

Цей етап вважається "золотим" періодом всесвітнього економічного зростання та міжнародної торгівлі. Середні щорічні темпи зростання промислового виробництва становлять 6%, а в Японії вони перевищують 10%. Обсяги світової торгівлі за період з 1953 до 1963 р. зростали щорічно на 6,1%, а сукупний світовий доход – на 4,1% на рік. У 1963-1973 рр. ефективність була ще вищою і темп приросту обсягів світової торгівлі становив 8,9% на рік, а приріст сукупного світового доходу – 5,1% щорічно.

Для товарної структури експорту характерно збільшення частки машинно-технічних виробів (машин, устаткування, транспортних засобів) і зменшення сільськогосподарської продукції.

На розвиток зовнішньої торгівлі поширюється вплив держави. Відбувається перехід від жорсткого протекціонізму до політики лібералізації.

Масштаби, напрями та інструменти торговельної політики відображають бурхливе зростання міжнародної торгівлі, ускладнення її структури (товарної та географічної), переплетення новими формами світогосподарських зв`язків. Це викликало відповідну модернізацію механізму регулювання зовнішньої торгівлі, спрямовану на полегшення взаємного обміну розвинутих країн та поширення їхнього доступу на ринки товарів країн, що розвиваються, а також на зміну зовнішньоторговельної політики промислово розвинутих країн по відношенню до країн, що розвиваються.

Лібералізації зовнішній торгівлі в цей період сприяло також те, що формування структури міжнародних економічних відносин відбувалося в умовах різкої зміни балансу сил на користь США. Необхідність лібералізації обгрунтовувалася США тісною взаємозалежністю між вільною торгівлею та досягненням повного й стабільного використання ресурсів, а також загальними потребами в поширенні міжнародного поділу праці.

Головних успіхів політика лібералізації досягла в сфері митно-тарифних заходів. На Женевській міжнародній конференції у 1947 р. була розроблена та ухвалена Генеральна угода з тарифів і торгівлі (ГАТТ).

У межах інтеграційних угруповань спостерігається застосування преференційних митно-тарифних заходів.

П`ятий етап характеризується такими основними подіями:

1. Світова фінансова криза в 1971 та 1973 роках, що призвело до краху Бреттон-Вудської валютної системи. Введення в дію в 1978 р. Ямайської валютної системи;

2. Перша та друга нафтові кризи в 1974 і 1979 роках, спричинені суттєвим підвищенням цін на нафту Організацією країн-експортерів нафти (ОПЕК);

3. Банківська криза в США в 1979 р., яка призвела до загального підвищення відсоткових ставок і поставила на межу банкрутства багато країн, що розвиваються, - одержувачів приватних банківських кредитів;

4. Світова криза заборгованості 1982 р., яка пов`язана з проблемами обслуговування боргу країнами, що розвиваються;

5. Зміцнення існуючих та поява нових інтеграційних угруповань (у 1989 р. – АТЕС, у 1992 р. – ЄС, у 1994 р. – НАФТА, КОМЕСА, у 1995 р. – МЕРКОСУР та ін.);

6. Зміна політичних систем у східноєвропейських комуністичних країнах (1989 – 1992 роки) і перехід від централізовано-планової економіки до ринкової. Окремі країни Азії, Латинської Америки також починають рухатися в напряму демократії та ринкових реформ. Завдяки таким змінам привабливість цих країн як експортних ринків істотно підвищилася;

7. Створення Світової організації торгівлі, яка почала діяти в 1995 р.

8. Фінансові кризи в Мексиці (1994 – 1995 рр.), що суттєво вплинуло як на кон`юнктуру валютних та фондових ринків, так і на світову господарську кон`юнктуру: сповільнилася ділова активність, знизилися світові ціни на паливо, сировину.

9. Запровадження в 1999 р. країнами ЄС спільної валюти (євро) та проведення спільної грошової політики. Із запровадженням євро виникла валютна зона євро.

10. З початку 90-х років значно посилюється міжнародна конкуренція, виникають її нові форми, які ґрунтуються на зростаючій кількості суб`єктів світогосподарських зв`язків, які не мають певної державної належності. Внаслідок цього продовжується процес глобалізації в міжнародній торгівлі, коли економіки окремих країн функціонують у рамках єдиної, взаємозалежної світової економічної системи.

11. Технологічні зміни в сфері комунікацій, опрацювання інформації, транспорту, які перетворюють глобалізацію ринків та виробництва на матеріальну реальність.

12. Світова фінансова криза 2008-2009 рр., яка викликала падіння світового попиту, через що відбулося зниження обсягів виробництва в Європі, Китаї, Японії, Індії. Це призвело до різкого звуження світового ринку товарів і послуг, зниження цін на сировину, росту безробіття.

13. Підписання 07.12.2013 р. країнами-членами СОТ Балійського пакету домовленостей, який створив базу для завершення Доського раунду переговорів у рамках СОТ. Укладання цієї угоди буде сприяти збільшенню обороту світової торгівлі на 1 трлн дол.

Усі названі події, що відбувалися і відбуваються нині впливають на зміну торговельних процесів.

Спостерігається подальший розвиток мультінаціональності у міжнародній торгівлі. Збільшується кількість неамериканських ТНК, насамперед у країнах, що розвиваються, а також кількість міні–ТНК. Всередині ТНК зростає частка внутрішньофірмових поставок. У торгівлі між промислово розвинутими країнами на внутрішньофірмові поставки корпорацій припадає 30% взаємної торгівлі [43, с. 34].

У товарній структурі міжнародної торгівлі зростає частка машинно-технічної продукції (78% світового товарообміну) і одночасно знижується питома вага сировинних та продовольчих товарів; динамічно розвивається світова торгівля послугами та продукцією інтелектуальної праці.

Укріпленню міжнародних обмінів сприяє розвиток внутрішньогалузевої торгівлі, тобто коли дві країни-партнери обмінюються (експортують чи імпортують) товарами, які належать до однієї галузі або категорії виробів. Цей вид торгівлі свідчить про міжнародну спеціалізацію у тонкішій формі, ніж наприклад, експорт верстатів на імпорт продовольства.

Завдяки економічним та політичним подіям у світі змінюється географічна структура торгівлі. Важливу роль у світовій торгівлі грає група “нових індустріальних країн” (НІК). Їх відрізняють такі риси: частка у світовому експорті промислових виробів постійно зростає; високі темпи індустріалізації та збільшення національного виробництва; спрямована на зовнішній ринок політика, яка характеризується стратегією заохочування експорту. Найдинамічніші світові товарообмінні потоки в сучасній період характерні для країн Тріади: США – країни ЄС – Японія, які є учасниками різних торговельних блоків і між якими посилюється конкуренція.

Регулювання міжнародної торгівлі характеризується подальшою уніфікацією правил торгівлі у рамках СОТ. Створено механізм укріплення взаємодії СОТ, Міжнародного валютного фонду та Всесвітнього банку.

Спостерігається повернення до протекціонізму, який одержав назву “неопротекціонізму”. Протекціоністські настрої почали поширюватися, оскільки митно-тарифні заходи стали ліберальнішими й не забезпечували необхідний рівень захисту внутрішнього ринку. Багато країн світу знайшли способи обійти вимоги ГАТТ і застосовують нетарифні торговельні обмеження.

1.3.Система показників моніторингу результативності міжнародної торгівлі

Участь у міжнародному поділі праці дозволяє досягнути визначеної економічної мети при менших витратах виробничих ресурсів. Міжнародний обмін товарами, послугами, технологіями буде вигідний усім учасникам торгівлі за умови раціональної структури експорту та імпорту, розробки та реалізації ефективної зовнішньоторговельної політики. Початковим етапом цього процесу є визначення місця країни у світовому господарстві, аналіз розвитку її зовнішньоторговельної діяльності, структурних змін, інтенсивності ведення зовнішньої торгівлі та ефективності здійснення операцій із зовнішніми партнерами. Це здійснюється за допомогою системи різноманітних показників, які можна поділити на 5 груп [23, с.40].

Група І. Абсолютні показники. Більшість з них є засадними, але можуть бути також похідними. Абсолютні показники звичайно мають вартісне вираження, але за необхідності для їх вираження застосовуються натуральні одиниці виміру. Так, міжнародна торгівля металами, цитрусовими, молочними продуктами, м'ясом вимірюється тонами, кофе - мішками, яйцями - штуками, живими тваринами – головами тощо.

Міжнародну торгівлю утворюють два зустрічних потоки товарів і послуг: експорт та імпорт.

1.1. Відповідно до визначень статистичної комісії ООН під **експортом** розуміють:

- вивезення із країни товарів, виготовлених, вирощених чи добутих у країні, а також товарів, раніше завезених через кордон і перероблених на митній території;
- вивезення товарів, раніше завезених, переробка яких відбувалася під митним контролем;
- вивезення за кордон раніше завезеного товару, що не піддавався в країні експорту якій-небудь переробці. Такий експорт називається реекспортом. Предметом реекспорту найчастіше виступають товари, реалізовані на міжнародних аукціонах і товарних біржах. До реекспорту відносять також вивезення (експорт) товарів з території вільних зон і з приписних складів[1].

1.2. Під **імпортом** розуміють:

- ввезення у країну товарів іноземного походження безпосередньо з країни-виробника чи з країни-посередника для особистого споживання, для промислових, будівельних, сільськогосподарських та інших підприємств або для перероблення з метою споживання усередині країни, чи з метою вивезення з неї;
- ввезення товарів з вільних зон чи приписних складів;

[1] Під приписним складом розуміють усі площі та приміщення, які приписані до певної митниці, де може знаходитись товар під митним контролем.

- ввезення через кордон раніше вивезених вітчизняних товарів, що не піддавались там переробленню. Такий імпорт називається реімпортом. До реімпорту відносяться товари, не продані на аукціоні, повернуті з консигнаційного складу, забраковані покупцем та ін.;

- ввезення товарів для перероблення під митним контролем. Це товари, які ввозять у країну для перероблення з метою вивезення готової продукції, що містить у собі даний товар у переробленому чи зміненому вигляді (наприклад, ввезення маслинової олії для виробництва на експорт сардинових консервів). Імпортер звичайно звільняється від сплати мита.

У вартість експорту й імпорту включаються також усі товари, що поставляються материнськими компаніями ТНК своїм дочірнім фірмам, які знаходяться на території інших країн. Так враховується внутрішньофірмовий обмін, здійснюваний у рамках ТНК, що включається в міжнародний товарообмін.

1.3. Торговельне сальдо (S) визначається як різниця вартісних обсягів експорту (E) й імпорту (I) країни за перший період:

$$S=E - I \qquad (1.1)$$

Активне торговельне сальдо – це перевищення експорту товарів і послуг над імпортом. Воно свідчить про те, що зовнішньоторговельні відносини позитивні для країни.

Пасивне торговельне сальдо – це перевищення обсягу імпорту над експортом країни.

1.4. Зовнішньоторговельний обіг (ЗТО) – це сума вартісних обсягів експорту та імпорту країни за певний період:

$$ЗТО = E + I \qquad (1.2)$$

1.5. Генеральна (загальна) торгівля (ГТ), яка являє собою суму вартісних обсягів експорту, імпорту та транзитних товарів (Т), перевезених через територію країни, тобто зовнішньоторговельне “навантаження” на країну:

$$ГТ = E + I + T \qquad (1.3)$$

Група II. Відносні показники. Вони переважно є похідними й виражаються у формі коефіцієнтів, часток, відсотків та інших безрозмірних величин.

2.1. Індекси динаміки експорту та імпорту. Для аналізу розвитку експортної та імпортної діяльності використовують такі показники: темпи росту (індивідуальні, агрегатні, середні) та темпи приросту обсягів відповідно експорту, імпорту або зовнішньоторговельного обсягу.

Індивідуальний індекс стосується зміни фізичних обсягів експорту, імпорту або зовнішньоторговельного обсягу. За його допомогою

визначається динаміка фізичного обсягу, а також зростання фізичного обсягу порівняно з базовим роком. Але він враховує лише зміни у фізичному обсязі.

Агрегатний індекс фізичного обсягу зовнішньої торгівлі з врахуванням цін поточного року ($I_{фо}$) дозволяє оцінити експорт або імпорт товарів у незмінних цінах одного періоду для отримання інформації щодо руху товарної маси без впливу коливання цін, тобто враховує ціновий фактор. Він розраховується за формулою:

$$I_{ф.о.} = \frac{\sum_{i=1}^{n} V_{i1} \times P_{i1}}{\sum_{i=1}^{n} V_{i0} \times P_{i1}}, \qquad (1.4)$$

де V_{i1} - обсяг обороту і-того товару в поточному році в натуральному вимірі ($м^3$, шт., тонни тощо);

V_{i0} – обсяг обороту і-того товару в базисному році в натуральному вимірі;

P_{i1} – ціна і-того товару в поточному році в грошових одиницях

2.2 Коефіцієнт покриття імпорту експортом (індекс стану балансу) ($I_{i/e}$) визначається відношенням обсягів експорту товарів і послуг (Е) до обсягів імпорту (І):

$$I_{i/e.} = \frac{E}{I} \qquad (1.5)$$

Торговельний баланс має позитивне сальдо, якщо даний коефіцієнт буде більшим за одиницю, і має від`ємне сальдо, якщо він буде меншим за одиницю.

2.3. Індекс “умови торгівлі”. Це – співвідношення експортних та імпортних цін. Від зміни експортних та імпортних цін залежить виграш від міжнародної торгівлі. Розрізняють товарні, доходні та факторні умови торгівлі.

Товарні умови торгівлі можуть бути виражені через співвідношення експортних та імпортних цін на певний товар або через співвідношення індексу експортних та індексу імпортних цін у цілому, якщо вивчається зовнішня торгівля всіма товарами. В останньому випадку використовується така формула:

$$T = \frac{P_x}{P_{im}}, \qquad (1.6)$$

де P_x – індекс експортних цін;

$P_x = \sum x_i p_i$ - (x_i – частка кожного і-того товару в сумарній вартості експорту в базисному році);

p_i – відношення поточної ціни і-того товару до його ціни в базисному році;

P_{im} – індекс імпортних цін;

$P_{im} = \sum im_i p_i$ (im_i – частка кожного і-того товару в сумарній вартості імпорту в базисному році).

Якщо індекс умов торгівлі Т = 1, то це означає, що ціни експорту й імпорту однаковий і умови торгівлі залишились незмінними. Якщо Т>1, то це означає, що на кожну одиницю експортованого товару можна придбати більше імпортних товарів. Оскільки більший обсяг імпорту стає можливим замість колишньої кількості експорту, добробут країни зросте. Таким чином умови торгівлі поліпшились порівняно з базовим періодом.

Якщо індекс умов торгівлі Т<1, то це означає, що на кожну одиницю експортованого товару можна придбати усе менше імпортних товарів. Оскільки менший обсяг імпорту стає можливим замість колишньої кількості експорту добробут країни скорочується. Таким чином умови торгівлі погіршились.

Доходні умови торгівлі – це індекс, що показує потенціальну спроможність країни імпортувати товари за рахунок виторгу, одержуваного від експорту в цілому. Він обчислюється як товарні умови торгівлі, помножені на кількісний індекс експорту:

$$T_g = \frac{P_x}{P_{im}} \times Q, \qquad (1.7)$$

де Q – індекс обсягу експорту.

Зростання показника свідчить, що внаслідок зростаючих доходів від експорту імпортний потенціал збільшується.

Факторні умови торгівлі – це індекс, який зв'язує імпортні ціни із продуктивністю (ефективністю) одного чи декількох факторів виробництва. Він показує, яка кількість імпорту може бути отримана на одиницю зростання продуктивності в експортних секторах.

Однофакторні умови торгівлі ($Т_{ОФ}$) обчислюються за формулою:

$$T_{оф} = \frac{P_x}{P_{im}} \times Z_x, \qquad (1.8)$$

де Z_x – індекс продуктивності в експортному секторі країни.

Таким чином, $Т_{оф}$ вимірює кількість імпорту, яку країна отримує за одиницю внутрішнього фактору виробництва, вкладеного в експорт.

Двофакторні умови торгівлі ($Т_{дф}$) обчислюються як товарні умови торгівлі, помножені на частку індексу продуктивності (ефективності) експортних галузей у даній країні (Z_x) та індексу продуктивності експортних галузей у країні, з якої імпортуються товари, тобто індексу продуктивності імпорту ($Z_{iм}$):

$$T_{дф} = \frac{P_x}{P_{im}} \times \frac{Z_x}{Z_{im}} \times 100 \qquad (1.9)$$

Індекс двофакторних умов торгівлі, показує скільки одиниць внутрішніх факторів міститься в експорті країни, який обмінюється на одиницю іноземних факторів, що містяться в імпорті.

Взагалі умови торгівлі залежать від коливань попиту на світовому та внутрішньому ринках, від змін в умовах виробництва, від ступеня монополізації окремих товарних ринків.

2.4. Індекс концентрації експорту ($I_{к.е.}$). Він використовується для визначення експорту певного виду продукції у сукупному виробництві даної продукції та має вигляд:

$$I_{k.e} = \frac{E_i}{V_{вир.i}} \times 100\% \quad , \qquad (1.10)$$

де E_i – обсяг експорту і-го виду продукції;

$V_{вир.\ i}$ – сукупний обсяг виробництва і-го виду продукції.

Чим більше цей індекс наближається до 100%, тим більша частка експорту в сукупному виробництві. Це свідчить про те, що країна є світовим експортом даного виду продукції.

2.5. Індекс імпортної залежності країни (Z_{ij})визначається як питома вага імпорту в сукупному споживанні:

$$Z_{ij} = \frac{I_{ij}}{P_{ij}} \times 100\ \%, \qquad (1.11)$$

де I_{ij} – обсяг імпорту і-го товару в країну j;

P_{ij} – обсяг споживання і-го товару в країні j;

$P_{ij} = V_{ij} + I_{ij} - E_{ij}$,

де V_{ij} – обсяг виробництва і-го товару в країні j;

I_{ij} – обсяг імпорту і-го товару в країну j;

E_{ij} – обсяг експорту і-го товару з країни j.

Цей показник характеризує залежність країни від зовнішнього ринку в тих чи інших товарах, тобто рівень задоволення попиту на даний вид продукції за рахунок власних потужностей та імпортних поставок. Якщо він дорівнюватиме 100%, то це буде свідчити, що потреба країни у даному товарі повністю задовольняється імпортом.

2.6. Індекс чистої торгівлі ($I_{чт}$) показує по кожному виду продукції рівень перевищення експорту над імпортом (при позитивному значенні показника) або рівень перевищення імпорту над експортом (при від`ємному його значенні):

$$I_{чт} = \frac{E_i - I_i}{E_i + I_i}, \qquad (1.12)$$

де E_i – експорт і-того товару ;

I_i – імпорт і-того товару ;

Індекс може коливатися від –1 до + 1. Якщо він ближчий до –1, то товар тільки ввозиться, що негативно характеризує торгівлю даної країни, а якщо ближче до +1, то товар тільки вивозиться, що свідчить про позитивну торгівлю.

2.7. Індекс концентрації експорту (індекс Хіршмана), який показує наскільки різноманітні товари експортує країна. Він розраховується за формулою:

$$H_j = \frac{\sqrt{\sum_{i=1}^{239}\left(\frac{X_i}{X}\right)^2} - \sqrt{\frac{1}{239}}}{1 - \sqrt{\frac{1}{239}}}, \qquad (1.13)$$

де H_j – індекс концентрації експорту країни j (j – індекс країни)

239 – кількість видів продукції за класифікацією ООН;

і – індекс товару (від 1 до 239);

x_i – вартість експорту і-тих товарів країною j;

х – загальна вартість експорту країни j, яка розраховується за формулою:

$$X = \sum_{i=1}^{239} x_i$$

Значення індексу H_j знаходиться в таких межах:

Група ІІІ. Показники структури. Структура експорту та імпорту дає якісну характеристику міжнародної та зовнішньої торгівлі.

Товарна структура експорту (імпорту) – це частка окремих груп товарів (послуг) у загальному обсязі експорту (імпорту). Вона передбачає систематизацію за певними ознаками сукупності товарів, що вивозяться з країни (групи країн, усіх країн світу), або ввозяться до країни чи групи країн.

Приналежність товару до певної групи визначається згідно з існуючими правилами класифікації товарів. Для класифікації товарів може використовуватися Стандартна міжнародна торговельна класифікація, Гармонізована система опису і кодування товарів, Класифікатор товарів за укрупненими економічними угрупованнями.

3.1. Індекс диверсифікації експорту (імпорту), показує відхилення структури експорту (імпорту) від структури світового експорту (імпорту). Його використовують для визначення розбіжностей у структурі зовнішньої торгівлі країн, експорт або імпорт яких є достатньо різнобічним. Даний

індекс розраховується як відхилення частки товару в експорті даної країни від його частки у світовому експорті за формулою:

$$S_j = \frac{\sum_{i=1}^{n} \left| h_{ij} - h_j \right|}{n}, \qquad (1.14)$$

де S_j - індекс диверсифікації експорту (імпорту) країни j;

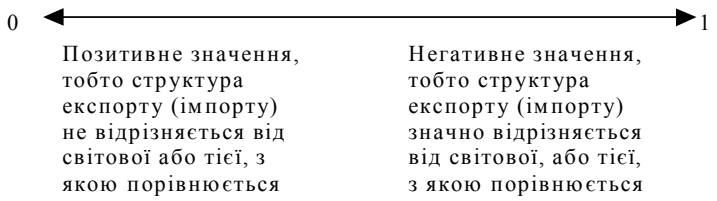
h_{ij} - частка і-го товару в загальному світовому експорті (імпорті) країни j;

h_j - частка і-го товару в загальному світовому експорті (імпорті);

n - кількість досліджуваних груп.

Іноді замість світової структури експорту (імпорту) як бази порівняння використовують структуру експорту (імпорту) географічного регіону, до якого належить досліджувана країна.

Значення індексу S_j знаходиться в таких межах:



3.2. Частка високотехнологічної продукції в експорті продукції обробної промисловості. За рекомендаціями Всесвітнього банку ця частка не повинна бути більше 15%.

3.3. Частка продукції обробної промисловості в загальному обсязі експорту продукції. За рекомендаціями Всесвітнього банку вона не повинна бути меншою 40%.

Показники 3.2 та 3.3 свідчать про ефективність структури експорту країни.

Географічні (регіональні) структури експорту та імпорту характеризують розподіл товарних потоків (в обох напрямках) за місцями (країнами, регіонами) призначення або походження і класифікуються за структурами експорту та імпорту країни, структурами експорту та імпорту товару (або товарної групи), а також за внутрішньою та зовнішньою структурами. Таким чином, розрізняють такі географічні (регіональні) структури експорту (імпорту):

а) зовнішня географічна структура експорту (імпорту) країни – це розподіл експорту (імпорту) за країнами або регіонами його призначення (походження);

внутрішня географічна структура експорту (імпорту) країни – це розподіл експорту (імпорту) за регіонами (адміністративними одиницями) його походження (споживання) всередині країни;

б) зовнішня географічна структура експорту товару – це розподіл експорту конкретного товару за країнами (регіонами) споживання, а імпорту товару – це розподіл країн-постачальників певного товару за їх часткою у формуванні загального обсягу імпорту даного товару;

внутрішня географічна структура експорту товару – це розподіл експорту конкретного товару за регіонами (адміністративними одиницями) його формування всередині країни-експортера, а імпорту – питома вага регіонів усередині країни в споживанні певного товару;

в) географічна структура експорту (імпорту) групи країн – це розподіл загального обсягу експорту (імпорту) країн даної групи за регіонами (країнами) призначення (походження);

г) географічна структура експорту (імпорту) товару групою країн, що засвідчує розподіл загального обсягу експорту (імпорту) певного товару за країнами (регіонами) споживання (походження);

д) географічна структура світового експорту (імпорту) показує частку кожної країни (регіону) у світовому експорті (імпорті), визначаючи провідних світових експортерів (імпортерів);

е) географічна структура світового експорту (імпорту) товару демонструє частку кожної країни (регіону) у світовому експорті (імпорті).

3.4. Індекс географічної концентрації експорту (імпорту) товару (індекс Херфінделя-Хіршмана). Він характеризує стан світового ринку конкретного товару за такими ознаками: кількість експортерів (імпортерів) та частка основного експортера (імпортера).

Цей індекс є тим вищим, чим меншою є загальна кількість експортерів (імпортерів) та чим більшою є частка основного експортера (імпортера), й розраховується за формулою:

$$S_k = \sqrt{\sum_{i=1}^{n} \left(\frac{X_i^k}{X^k} \right)^2}, \qquad (1.15)$$

де $S_к$ – індекс географічної концентрації експорту (імпорту) товару к;

$X^к_i$ – обсяг експорту (імпорту) товару к країною і;

$X^к$ – обсяг світового експорту (імпорту) товару к;

n – кількість країн-експортерів (імпортерів) товару к.

IV група. Показники інтенсивності.

4.1. Експортна квота ($К_е$), яка розраховується за формулою:

$$К_е = \frac{Е}{ВВП} \times 100\%, \qquad (1.16)$$

де Е- обсяг експорту за певний період;

ВВП – валовий внутрішній продукт країни за аналогічний період.

4.2. Імпортна квота ($К_і$), яка розраховується за формулою:

$$К_і = \frac{І}{ВВП} \times 100\ \%, \qquad (1.17)$$

де І – обсяг імпорту за певний період.

4.3. Зовнішньоторговельна квота ($К_{зт}$), яка визначається за формулою:

$$К_{зт} = \frac{0{,}5(Е + І)}{ВВП} \times 100\%, \qquad (1.18)$$

4.4. Обсяг експорту, імпорту, зовнішньоторговельного обігу на душу населення. Вони розраховується за формулами:

$$Е_д = \frac{Е}{Ч}; \qquad (1.19)$$

$$І_д = \frac{І}{Ч}; \qquad (1.20)$$

$$ЗТО_д = \frac{ЗТО}{Ч}, \qquad (1.21)$$

де $Е_д$, $І_д$, $ЗТО_д$ – відповідно експорт, імпорт, зовнішньоторговельний обіг на душу населення;

Е та І – вартість національного експорту та імпорту за рік;

ЗТО – зовнішньоторговельний обіг країни за рік;

Ч – чисельність населення країни за відповідний рік.

4.5. Інтенсивність внутрішньогалузевої торгівлі між країнами (U_i) розраховується за формулою:

$$U_i = \frac{(E_i + I_i) - |E_i - I_i|}{E_i + I_i} \times 100\%, \qquad (1.22)$$

де E_i, I_i – відповідно експорт та імпорт галузі і;

$|E_i - I_i|$ - абсолютна вартість різниці між експортом та імпортом виробів даної галузі, що дорівнює обсягу міжгалузевої торгівлі галузі і;

$(E_i + I_i)$ – вартість зовнішньоторговельного обігу галузі і;

$(E_i + I_i) - |E_i - I_i|$ - рівень внутрішньогалузевої торгівлі.

Середній рівень інтенсивності внутрішньогалузевого обміну серед галузей даної країни (групи країн) визначається:

$$\overline{U_i} = \sum_{i=1}^{n} \frac{(E_i + I_i) - |E_i - I_i|}{E_i + I_i} \times 100\,\%, \qquad (1.23)$$

де n – кількість галузей або країн.

V група. Показники економічної ефективності (ефекту) зовнішньої торгівлі.

5.1. Макроекономічні показники. Під економічної ефективністю зовнішньої торгівлі розуміють ступінь економії національної праці, яка досягається завдяки участі країни в міжнародному поділі праці.

5.1.1. Ефективність зовнішньоторговельного обороту ($E_{зт}$), яка визначається за формулою:

$$E_{ЗТ} = \frac{B_i}{B_e}, \qquad (1.24)$$

B_i – витрати на вітчизняне виробництво імпортних товарів;

B_e – національні витрати на виробництво експортної продукції.

Країна економить працю своїх робітників, беручи участь у міжнародному товарообміні, при умові, що національні витрати на експорт будуть меншими за витрати в результаті імпорту.

5.1.2. Ефективність експорту (E_e):

$$E_e = \frac{V_e}{B_e}, \qquad (1.25)$$

де V_e – валютна виручка від експорту;

B_e – витрати на виробництво та реалізацію експортної продукції.

5.1.3. Ефективність імпорту (E_i):

$$E_i = \frac{B_i}{V_i}, \qquad (1.26)$$

де B_i – витрати на вітчизняне виробництво імпортної продукції.

V_i – валютні витрати на оплату імпортних товарів.

5.1.4. Бюджетна ефективність експорту ($E^б_e$):

$$E_e^б = \frac{V_e}{Ц_e}, \qquad (1.27)$$

де $Ц_e$ – відпускна ціна промисловості продукції, що експортується.

5.1.5. Бюджетна ефективність імпорту ($E^б_i$):

$$E_e^б = \frac{Ц_i}{V_i}, \qquad (1.28)$$

де $Ц_i$ - ціна поставки імпортних товарів на внутрішній ринок.

5.1.6. Ефект державного бюджету від зовнішньоторговельного товарообміну ($Е^{б}_{зт}$):

$$Е^{б}_{зт} = (Ц_i – Ц_e) + К_в(V_e – V_i), \qquad (1.29)$$

де $К_в$ – валютний коефіцієнт переводу іноземної валюти в національну.

5.2. Мікроекономічні показники. Їх розраховують перед укладанням зовнішньоторговельних угод, при плануванні зовнішньоекономічної діяльності, а також для оцінювання ефективності експортно-імпортних операцій за попередній період.

5.2.1. Ефективність виробництва фірмою продукції на експорт:

$$E_e^{ф} = \frac{Ц_e}{B_e}, \qquad (1.30)$$

Цей показник повинен бути більшим за одиницю, тоді виробництво та продаж даного товару буде ефективним на зовнішньому ринку.

5.2.2. Ефективність використання імпортного товару ($E_i^{вик}$ **)** або його споживання:

$$E_i^{вик} = \frac{B_i}{Ц_i}, \qquad (1.31)$$

Якщо $Е^{вик}_i > 1$, то це показує, що виробництво імпортованого товару власними силами є неефективним і його доцільного імпортувати.

5.2.3. Рентабельність експорту ($Р_e$):

$$P_e = \frac{H_e}{C_e} \times 100\ \%, \qquad (1.32)$$

де $Н_e$ – гривневі надходження від експорту, які розраховуються шляхом перерахування валютної виручки в гривні за курсом НБУ на день надходження валютної виручки;

$С_e$ – собівартість виробництва експортного товару.

5.2.4. Економічний ефект від експорту ($ЕЕ_e$):

$$ЕЕ_e = Н_e + В_п – В_e, \qquad (1.33)$$

де $В_п$ – грошова виручка від обов’язкового продажу частини валюти державі.

5.2.5. Економічний ефект від імпорту ($ЕЕ_i$):

$$ЕЕ_e = Ц_р – Ц_{пі}, \qquad (1.34)$$

де $Ц_р$ – ціна реалізації імпортних товарів на внутрішньому ринку;

$Ц_{пі}$ – ціна придбання імпортних товарів, куди входять усі витрати, пов’язані з їх придбанням (контрактна вартість, митні платежі, податки, транспорт тощо).

5.2.6. Інтегральний економічний ефект фірми від експортно-імпортної діяльності ($EE_{e/i}$):

$$EE_{e/i} = EE_e + EE_i. \qquad (1.35)$$

Цей показник розраховується, якщо фірма займається експортом та імпортом одночасно.

1.4. Доцільність міжнародного торговельного обміну

1.4.1. Виграш від міжнародної торгівлі на рівні країни та споживачів

Значення міжнародної торгівлі в системі міжнародної економіки зумовлено тим, що її підґрунтям є важливі чинники та доцільність міжнародного обміну товарами та послугами.

До чинників, що зумовлюють необхідність міжнародної торгівлі, належать:

- виникнення світового ринку;
- нерівномірність розвитку окремих галузей у різних країнах. Продукція найбільш розвинутих галузей, котру неможливо цілком реалізувати на внутрішньому ринку, вивозиться за кордон. Іншими словами, виникає потреба збуту продукції на зовнішніх ринках і необхідність отримання певних товарів іззовні;
- тенденція до безмежного розширення розмірів виробництва. Оскільки місткість внутрішнього ринку обмежена платоспроможним попитом населення, виробництво переростає межі внутрішнього ринку і підприємці кожної країни ведуть боротьбу за зовнішні ринки;
- прагнення отримати вищі прибутки у зв'язку з використанням дешевої робочої сили та сировини з країн, що розвиваються.

Суттєве значення міжнародної торгівлі підтверджується тим, що нині жодна країна світу не може обійтися без зовнішньої торгівлі. Усі країни так чи інакше залежать від міжнародної торгівлі. Але міра залежності у них різна. Вона визначається як відношення половини вартісного обсягу зовнішньоторговельного обігу до валового внутрішнього продукту (показник зовнішньоторговельної квоти). За цим показником усі країни можна розподілити на три групи: високозалежні (45-93%), середньозалежні (14-44%) та низькозалежні (2,7-13%).

Країни з високою залежністю — це, як правило, країни, що розвиваються, або мають невеликі території, що й зумовлює їх дуже високий рівень відкритості економіки: Бруней — 48,9%, Об'єднані Арабські Емірати — 51,2%, Македонія — 71,3%; Бельгія і Люксембург — 48, 4%, Панама - 30,3%, Сінгапур – 93,2% [17, с.54].

До країн із середнім ступенем залежності належать, в основному, великі розвинуті країни (Німеччина, Велика Британія, Франція).

До країн з низьким ступенем залежності належать країни, які орієнтуються на власний економічний потенціал, і країни слабко розвинуті в економічному відношенні, котрі через це не можуть перейти до відкритої

економіки. До цієї групи відносяться: Заїр - 2,7%, Ліберія - 3,4%, Бразилія і Японія - 8,6%, США - 9,2%, Сомалі - 11,2%, Білорусь — 14,8% [17, с.54].

Міжнародна торгівля доцільна тоді, коли вона приносить який-небудь виграш.

Беручи участь в міжнародній торгівлі, країни отримують:

- можливість експортувати ті товари, у виробництві яких ширше споживаються ресурси, котрі є в них у порівняно великій кількості;
- можливість імпортувати такі товари, для виробництва яких потрібно було б витратити багато порівняно обмежених у неї ресурсів;
- ефект економії на більших масштабах виробництва, спеціалізуючись при цьому на більш вузькому наборі товарів.

Експортна діяльність країни активізує окремі аспекти національної економіки: забезпечує замовленнями національних постачальників товарів, створює робочі місця для робітників своєї держави, дозволяє виплачувати дивіденди національним акціонерам компаній.

В той же час, ввезення товарів із інших країн може примусити вітчизняних виробників знизити ціни на продукцію, щоб підвищити рівень своєї конкурентоспроможності. Нездатність компанії адекватно реагувати на конкуренцію може призвести до банкрутства підприємства, його закриття та звільнення робітників.

Споживачі, у свою чергу, зацікавлені в міжнародній торгівлі, щоб:

- імпортувати споживчі товари за дешевшою ціною порівняно з вітчизняними або які за певними параметрами відрізняються від них у кращу сторону;
- імпортувати сировину та експортувати промислові товари, що знижує внутрішні витрати виробництва, дає можливість відмовитись від випуску виробів, виготовлення яких виключно залежить від іноземних постачальників;
- експортувати вітчизняні товари, а отримані кошти використати для імпорту.

Отже, споживачі виграють від збільшення кількості й різноманітності товарів, нижчих цін, а завдяки цьому зростає рівень їхнього добробуту.

1.4.2. Вигоди вітчизняних фірм від експортної та імпортної діяльності

Виграш від міжнародної торгівлі для вітчизняних міжнародних фірм можна розглядати з точки зору експортних та імпортних можливостей [23, с. 34].

При *експортній діяльності* підприємства отримують вигоди за рахунок:

- використання надлишкових виробничих потужностей, які іноді мають компанії у своєму розпорядження, але які не користуються відповідним внутрішнім попитом. До них можуть відноситися розвідані запаси природних ресурсів, конкретні потужності для виробництва визначеної продукції, які не можливо використати при виробництві інших товарів. Часто технологія виробництва може дозволити компанії рентабельно випускати продукцію тільки при багатосерійному виробництві, у великих обсягах, ніж це потрібно для задоволення попиту у своїй країні;
- отримання більш високого прибутку. Завдяки відмінності конкурентного середовища на закордонному ринку від вітчизняного, виробник може там продати продукцію з більшою вигодою. Пов’язано це з тим, що на зовнішньому ринку товар

може опинитися на іншому етапі життєвого циклу. Так, етап зрілості всередині країни, як правило, призводить до зниження внутрішніх цін, а для етапу зрілості продукції за кордоном буде характерним збільшення прибутків та продажів. Підвищення прибутковості може досягатися за рахунок розходження всередині країни та за кордоном державних заходів щодо оподаткування прибутків, регулювання цін;

- значних обсягів зарубіжного продажу, що робить національних товаровиробників менш залежними від внутрішніх економічних умов;

- зменшення витрат виробництва, що пов'язано з покриттям умовно-постійних витрат за рахунок випуску більшого обсягу продукції, підвищенням ефективності за рахунок досвіду, набутого при виробництві великих партій продукції; масовими закупівлями матеріалів і перевезенням їх значними партіями. Взагалі компанії можуть зменшувати свої витрати на 20-30% у випадку підвищення у 2 рази обсягів випуску продукції;

- розподілу ризику. Виробник може зменшувати коливання попиту, організовуючи збут на зарубіжних ринках, оскільки цикли ділової активності країн перебувають у різних фазах, а ті самі товари знаходяться на різних етапах життєвого циклу;

- знань та досвіду, отриманих фірмами в процесі роботи на закордонних ринках, що сприяє підвищенню ефективність їхньої діяльності при проведені маркетингових операцій на внутрішньому ринку.

При *імпортній діяльності* підприємства отримують вигоди за рахунок:

- уникнення обмежень внутрішнього ринку, знижуючи витрати на виробництво, або підвищуючи якість продукції (наприклад, компенсування несподіваних змін у доступі до вітчизняних джерел сировини протилежними змінами в імпорті сировини);

- отримання дешевих високоякісних матеріалів, комплектуючих, технологій для їхнього використання у своєму виробництві. Завдяки цьому компанія отримує більшу стійкість проти конкуренції з боку імпортованих готових виробів або ж сама може більш ефективно конкурувати на експортних ринках;

- використання надлишкових потужностей торговельно-збутової мережі;

- доповнення наявних асортиментних груп товарів, що дозволяє фірми більше продукції запропонувати на продаж;

- можливості розподілення операційних ризиків, оскільки розширюючи коло постачальників, компанія менше залежить від диктату єдиного постачальника.

Вплив міжнародної торгівлі на вітчизняні імпортоконкуруючі фірми неоднозначний. Зіткнення інтересів фірми з конкуренцією з боку імпорту може призвести до негативних наслідків у вигляді звільнення частини робочої сили або до зменшення їх заробітної плати. Несприятливий ефект конкуренції з боку імпорту особливо помітний, якщо імпортоконкуруюча галузь функціонує в специфічній сфері. Однак згадані втрати, що викликані конкуренцією імпорту, тимчасові. В економіці, що розвивається, невикористані ресурси будуть переміщуватись у більш продуктивні галузі, наприклад, у галузі, що виробляють продукцію на експорт, а імпортоконкуруючі фірми будуть пристосовуватись до сприйняття нових технологій, до попиту на нові товари і послуги та до їх виробництва.

Глава 2. Міжнародна торгівля та економічний розвиток

2.1. Визначальні чинники сприяння економічному розвитку та міжнародній торгівлі

Одними з важливих завдань країн світу є прискорення темпів економічного розвитку, удосконалення соціально-економічних та міжнародних торговельних відносин, використання переваг системи міжнародної торгівлі. Необхідність вирішення цих завдань потребує виявити основні чинники економічного розвитку країн та сприяння міжнародній торгівлі.

Економічний розвиток розглядається як стійке збільшення національного виробництва товарів та послуг і вимірюється різними показниками. Наприклад, темп приросту ВВП або обсяг ВВП на душу населення. Останній показник ще називають "ефектом багатства" чи "ефектом економічного розвитку".

Економічний розвиток та міжнародна торгівля являють собою складні, взаємообумовлені процеси, які є результатом взаємодії різних чинників: економічних, політичних, соціальних.

На різних етапах розвитку країни ті чи інші чинники можуть відігравати роль основного двигуна зростання. Однак у більшості випадків економічний розвиток, а через це й міжнародну торгівлю, стимулюють такі чинники, як інновації та технологічні зрушення, які підвищують ефективність діяльності та створюють нові конкурентні переваги; рівень економічної свободи, який свідчить про наявність ринкової економіки; природно-географічні умови, які формують природні конкурентні переваги; якість підготовки робочої сили [1, с.91; 37, с. 420].

На сьогодні вважається, що рушійною силою довготривалого економічного розвитку є технологічні інновації (науково-технічний прогрес), оскільки більша частина підвищення реальних доходів на душу населення в розвинутих країнах відбувається завдяки їм. Це поняття охоплює як машини, обладнання, різноманітні форми технологічного забезпечення, які мають фізичне вираження, так і сукупність технічних та управлінських знань для організації виробництва та здійснення зовнішньоторговельних операцій.

Відмінності в технологіях, які мають країни, зумовлюють різний рівень їхнього економічного розвитку й створюють основу порівняльних переваг. Технологічна нерівність змушує країну виробляти ті товари, технологія виробництва яких у цій країні краща. Технологічно обґрунтована порівняльна перевага виникає у випадку здійснення технологічних змін у різних галузях та країнах.

Розвиток технології тісно пов'язаний з факторами виробництва (капіталом та працею). Так, технологічні зрушення роблять капітал продуктивнішим і породжують стимули для нових інвестицій. Технологія також може матеріалізуватися в нове устаткування, тобто в ті чи інші форми фізичного капіталу, а недостатня увага до людських ресурсів підриває

потенційні можливості країни розвиватися через інновації й технологічний прогрес.

Англійський економіст Джон Хікс, який одержав Нобелевську премію з економіки в 1972 р., охарактеризував різні типи науково-технічного прогресу (НТП) та показав, як вони зв'язані з факторами виробництва (капіталом та працею) і як впливають на економічний розвиток країни [39, с.73]. Він підрозділяє НТП на нейтральний, працезберігальний та капіталозберігальний:

- нейтральний НТП збільшує продуктивність праці та капіталу в однаковій пропорції. Результатом цього є те, що даний обсяг випуску продукції може бути вироблений з меншими витратами праці та капіталу;
- працезберігальний НТП підвищує продуктивність капіталу в більшій ступені, ніж продуктивність праці. Внаслідок цього капітал заміщує працю у виробництві, й відношення капіталу до праці збільшується, тобто на одиницю праці використовується більше капіталу. Даний обсяг випуску продукції виробляється з меншою кількістю капіталу та праці, але при більш високому відношенні капіталу до праці;
- капіталозберігальний НТП збільшує продуктивність праці в більшій мірі, ніж продуктивність капіталу. Внаслідок цього праця заміщує капітал у виробництві продукції, й відношення праці до капіталу підвищується, тобто на одиницю капіталу більше використовується праці. Даний обсяг випуску продукції може вироблятися з меншою кількістю праці та капіталу, але при більш високому відношенні праці до капіталу.

Таким чином, будь який НТП незалежно від свого типу скорочує кількість праці та капіталу, яка необхідна для виробництва будь-якого обсягу продукції, тобто підвищує продуктивність факторів виробництва. Під впливом інноваційних зрушень змінюється структура експорту країни, зокрема, зростає його наукомісткість, що дає нові імпульси динамізації економічного розвитку.

На темпи економічного зростання та відкритість до міжнародної торгівлі впливає економіко-політична ситуація в країні, про яку свідчить рівень її економічної свободи.

Американським аналітичним центром Heritage Foundation розроблено показник, за допомогою якого емпірично вимірюється рівень економічної свободи в різних країнах світу. Індекс розраховується на основні десяти об'єктивних економічних критеріїв, які дають можливість визначити загальний рейтинг кожної країни. До критерії відносяться:

- податкова свобода;
- свобода права власності;
- свобода інвестування;
- свобода трудових відносин;
- свобода підприємницької діяльності;
- фінансова свобода (розвиненість банківського сектору);
- свобода від корупції;
- свобода від втручання держави в економіку;

- свобода торгівлі (торгова політика);
- свобода грошових відносин (монетарна політика) (табл..2.1).

По кожному з цих десяти критеріїв використовується близько 50 незалежних економічних параметрів. Усі країни в рейтингу поділені на п`ять категорій: “свободні” (80-100), “в основному свободні” (70-79,9); “із середнім рівнем свободи” (60-69,9), “відносно свободні” (50-59,9), “пригнічені” (0-49,9).

У розвинутих країнах показник економічної свободи коливається від 70,5% до 90,1%, у країнах з перехідною економікою він становить у середньому 60%, у найменш розвинутих країнах – 43,6% [23, с. 74] .

Розраховують як загальносвітовий індекс, який становитьо 60,6%, так і індекси за регіонами світу: в Американському регіоні він становить 62,3%, Європейському – 67,5%, Азіатсько-Тихоокеанському – 59,1%, Середньосхідному та Північно-Африканському – 54,7%, Південно-Африканському – 60,6%.

Існує стійкий зв’язок між економічною свободою та економічним розвитком. Країни зі стабільно високим рейтингом економічної свободи мають і більш високий показник ефекту економічного розвитку. Так, у 2013 р. до країн, у яких спостерігається максимальний ступінь економічної свободи, належать Гонконг (90,1), Сінгапур (89,4), Австралія (82,0), Швейцарія (81,6), Нова Зеландія (81,2), а їх показник ефекту економічного розвитку становить відповідно 36,8 тис. дол., 51,7 тис. дол., 67,0 тис. дол., 79,0 та 32,0 тис. дол. (при середньосвітовому – 10,2 тис. дол.). Країни з найбільш низьким рівнем економічної свободи мають й низький рівень життя. Так, у Зімбабве, Бірмі рівень економічної свободи становить відповідно 35,8 і 40,1, а ВВП на душу населення – 0,2 тис. дол. і 1,2 тис. дол. відповідно.

На економічний розвиток країн та міжнародну торгівлю впливають й природно-географічні чинники. Країни, що мають гарні природні умови, як правило, експортують сировину та сільськогосподарські продукти. Негативний вплив на розвиток справляють: нездоровий або суворий клімат, бідні ґрунти, відсутність водних шляхів. Так, вчені Гарвардського інституту міжнародного бізнесу встановили, що країни, які не мають виходу до моря, розвиваються повільніше, ніж прибережні держави, а повна відрізаність від моря сповільнює річні темпи розвитку приблизно на 0,7%; тропічні країни розвиваються на 1,3% повільніше, ніж країни, розташовані в зоні помірного клімату [1, с. 94].

На сучасному етапі важливим чинником зростання вважається поліпшення якості людських ресурсів. Освіта, охорона здоров`я, професійна підготовка являють собою інвестиції в людський капітал.

Взаємозв’язок між економічним зростанням і нагромадженням людського капіталу демонструється через показник інтелектуаловіддачі виробництва [37, с. 458]:

$$\frac{\Delta Y}{Y} = \frac{\Delta Y}{I_r} \bullet \frac{I_r}{Y}, \qquad (2.1)$$

де Y – результат виробництва (національний доход, ВНП тощо);

ΔY – підвищення виробництва в і-тому році;

$\frac{\Delta Y}{Y}$ - темп економічного зростання;

I_r - інвестиції в людський капітал;

$\frac{\Delta Y}{I_r}$ - інтелектуаловіддача виробництва;

$\frac{I_r}{Y}$ - частка соціальних інвестицій у національному доході (ВНП).

Підвищення якості робочої сили, зменшення безробіття, забезпечення зайнятості є важливими складовими розвитку всіх країн.

Між розвинутими країнами та країнами, що розвиваються, є певний розрив за рівнем людського капіталу. Так, в промислово розвинутих країнах на 1000 осіб припадає 80 вчених та техніків, а в країнах, що розвиваються, – 9. В останніх налічується понад 900 млн неграмотних, 1,5 млрд осіб не отримують медичної допомоги [37, с. 460]. Доказано, що Малайзія, Сінгапур, Індонезія виявилися здатними подолати негативний вплив свого тропічного географічного середовища й розвиватися набагато швидшими темпами, ніж тропічні країни Африки та Латинської Америки, оскільки багато інвестицій спрямовували в людський капітал, насамперед в освіту [1, с. 94].

Усі розглянуті чинники роблять країни більш схильними до відкритості, сприяють їхньому економічному зростанню, що створює кращі умови для розвитку міжнародної торгівлі.

Таблиця 2.1

Країни з найбільшим індексом економічної свободи в 2013 р. (%)

Країни	Загальний індекс економічної свободи	Свобода прав власності	Свобода від корупції	Податкова свобода	Свобода від втручання держави в економіку	Свобода підприємницької діяльності	Свобода трудових відносин	Свобода грошових відносин	Свобода торгівлі	Свобода інвестування	Фінансова свобода
Гонконг	90.1	90	82.3	93.0	89.7	98.9	95.5	82.0	90.0	90	90
Сінгапур	89.4	90	91.9	91.2	91.2	96.8	96.5	81.5	90.0	85	80
Австралія	82.0	90	87.7	64.2	62.6	94.6	79.2	80.5	86.4	85	90
Швейцарія	81.6	90	88.1	68.9	65.7	75.4	87.4	85.2	90.0	85	80
Нова Зеландія	81.2	95	94.0	71.2	32.3	96.1	90.2	86.3	86.8	80	80
Канада	80.2	90	87.7	79.7	47.3	89.3	83.1	76.3	88.3	80	80
Чілі	78.7	90	72.3	76.5	83.8	69.3	69.3	84.1	82.0	90	70
Маврикій	76.5	65	53.4	92.2	81.8	74.4	78.0	76.7	88.6	85	70
Ірландія	76.2	90	74.8	74.0	30.6	83.4	79.5	81.7	87.8	90	70
Данія	76.1	90	93.7	39.3	0.5	98.1	91.2	80.0	87.8	90	90
Естонія	75.9	90	64.2	80.4	56.0	77.6	55.9	76.9	87.8	90	80
Сполучені Штати	75.5	80	72.0	65.8	48.1	89.2	97.2	75.4	86.8	70	70
Бахрейн	75.1	60	49.4	99.9	71.4	76.3	82.0	78.4	78.6	75	80
Великобританія	74.9	90	76.4	56.6	29.5	92.0	73.1	73.5	87.8	90	80
Нідерланди	74.2	90	88.0	51.7	25.6	89.7	59.6	79.9	87.8	90	80
Люксембург	74.2	90	84.1	62.8	47.6	72.6	43.1	78.9	87.8	95	80
Фінляндія	73.4	90	93.4	65.1	8.9	93.6	46.5	78.9	87.8	90	80
Ісландія	72.4	90	84.2	72.9	32.9	91.2	59.1	76.0	87.9	70	60
Японія	72.4	80	77.8	69.2	47.1	80.0	79.8	87.5	82.4	70	50
Макао	71.3	60	49.7	71.4	91.7	60.0	55.0	79.8	90.0	85	70

Джерело: http://www.heritage.org/index/pdf/2013/Index2013_ExecutiveHighlights.pd

2.2. Роль міжнародної торгівлі в економічному розвитку

2.2.1. Типи економічного зростання

Міжнародна торгівля може розглядатися з двох боків: як рушій економічного зростання і як похідна від економічного зростання. Про її роль в економічному розвитку свідчать емпіричні дослідження відомих економістів: М. Мікалопулоса, К. Джея, М. Мікаелі, А. Крюгера, Б. Баласса. Результати їхніх робіт показують, що:

- темпи зростання ВНП і темпи зростання експорту високо корелюють між собою;
- існує досить значна кореляція (0,38) між зміною частки експорту у ВНП і темпами змін ВНП. Цей зв'язок особливо сильний у країн з більш розвинутим промисловим потенціалом, однак не простежувався у найменш розвинутих країнах, що свідчить про те, що зростання під впливом експорту відбувається тоді, коли країна досягла певного мінімального вихідного рівня розвитку;
- збільшення темпів зростання експортних доходів на 1 % щорічно пов'язано із збільшенням темпів зростання ВНП на 0,1% [37, с. 483].

Міжнародна торгівля сприяє економічному розвитку країн, створюючи можливість для реалізації їх істотних порівняльних переваг і розвитку нових. Вона стимулює більш швидке й ефективне використання внутрішніх ресурсів і дає змогу отримувати вигоди та переваги спеціалізації та участі в міжнародному поділі праці. Країни мають можливість задовольняти свої потреби в сировині, капітальних товарах, технології, які не виробляються місцевими підприємствами або виробляються з високими витратами, нарощувати виробництво з урахуванням попиту світового ринку на ті товари, щодо яких вони мають порівняльні переваги спеціалізації.

Додатковий попит за рахунок світового ринку допомагає подолати вузькість внутрішнього ринку, збільшити ефект економії масштабів завдяки доступу на більш великі та різноманітні ринки. Міжнародна торгівля не тільки прямо впливає на темпи відтворення. Багатогранний непрямий вплив пов`язаний зі створенням численних підприємств, які обслуговують зовнішній сектор (суміжні й допоміжні виробництва, постачальники, субпідрядники), допомагають подолати інерційність і є ще однією складовою економічною зростання.

Зміна експорту (пропозиція товару на вивезення) і імпорту (попиту на закордонні товари) залежить від зміни умов торгівлі. Ця залежність характеризується поняттями «еластичність експорту» (відносна пропозиція експорту) та «еластичність імпорту» (відносний попит на імпорт) [23, с. 80].

Еластичність імпорту (E_{im}) – це зміна попиту на імпорт, що випливає зі зміни умов торгівлі. Еластичність імпорту вимірюється як відношення відсоткової зміни обсягів імпорту до відсоткової зміни його ціни, тобто

$$E_{im} = \frac{\Delta IM(\%)}{\Delta P(\%)} \qquad (2.2)$$

Якщо ціни на імпортні товари спадають, то обсяги імпорту збільшуються, а якщо ціни зростають, то імпорт скорочується. Попит на імпорт вважається еластичним, якщо $E_{im} \rangle 1$. Це означає, що падіння ціни на імпортні товари на 1% призвело до зростання попиту на них більше, ніж на 1%. Попит на імпорт вважається нееластичним, якщо $E_{im} \langle 1$. Це означає, що падіння ціни на імпортні товари на 1% призвело до зростання попиту на них менше, ніж на 1%.

Країна збільшуватиме витрати на імпорт при падінні цін (оскільки падіння цін імпорту означає поліпшення умов торгівлі), якщо попит на імпорт еластичний, оскільки попит на імпортні товари зростає в більшому ступені, ніж падає їхня ціна.

Країна скорочуватиме витрати на імпорт, якщо попит на імпорт нееластичний. Але оскільки обсяг імпорту обмежений можливостями експорту (експортом заробляються кошти на імпорт), то у випадку еластичності імпорту і падінні його ціни обсяг експорту повинен збільшуватися.

Еластичність експорту (E_x) - це зміна пропозиції товарів на експорт, що випливає зі змін умов торгівлі. Еластичність експорту вимірюється як відношення відсоткової зміни обсягів експорту до відсоткової зміни ціни імпорту, тобто

$$E_x = \frac{\Delta X(\%)}{\Delta P(\%)} \qquad (2.3)$$

При зниженні цін на імпортні товари обсяги експорту збільшуються, а при зростанні цін на імпорт - зменшуються.

Таким чином, еластичність попиту на імпорт і еластичність пропозиції товару на експорт тісно взаємозалежні один з одним. Висока еластичність свідчить про розвиненість ринкового механізму, що дає змогу виробникам швидко реагувати на зміну цін. Низька еластичність свідчить про недостатній розвиток механізму регулювання економічними процесами, що створює для суспільства серйозні економічні проблеми.

Міжнародна торгівля може розглядатися як похідна від економічного зростання, тобто економічне зростання безпосередньо впливає на розвиток міжнародної торгівлі. Воно поширює внутрішні виробничі можливості країни, що сприяє зростанню дешевого експорту, виходу на нові ринки. Але в той же час зниження експортних цін може привести до того, що всі переваги прискореного економічного зростання отримують країни-імпортери цієї продукції. Характер впливу економічного зростання на міжнародну торгівлі залежить від того, які фактори виробництва зростають – імпортозамінні чи експорторозширювальні [23 с. 84].

З погляду впливу на міжнародну торгівлю економічне зростання може бути експорторозширювальим, імпортозамінним або нейтральним.

Якщо випуск країною експортних товарів зростає в більшій пропорції, ніж випуск товарів, які можуть бути предметом імпорту, то економічне зростання, яке приводить до більшого, ніж пропорційне, поширення торгівлі, називається експорторозширюючим.

Експорторозширювальне зростання визначається зростанням виробництва товарів експорту в країні. Збільшення їх пропозиції на світовий ринок приводить до зниження відносних цін, оскільки країна змушена продавати на експорт більше своїх експортних товарів, відносна ціна яких падає, щоб купувати колишню кількість імпортних товарів, відносна ціна яких зростає. Внаслідок цього експорторозширювальне зростання приводить до погіршення умов торгівлі даної країни і поліпшення в країнах - торговельних партнерах.

Якщо споживання країною товару, який є предметом імпорту, зростає в більшій пропорції, ніж споживання країною товару, який призначається для експорту, то вплив економічного зростання на споживання викличе поширення торгівлі ще в більшій пропорції й буде називатися імпортозамінним.

Імпортозамінне зростання визначається зростанням виробництва в країні імпортозамінних товарів. Розширення внутрішнього виробництва приводить до падіння попиту на імпорт, відносних цін імпорту і зростання відносних цін експорту. Таким чином, імпортозамінне зростання приводить до поліпшення умов торгівлі (зниження попиту на імпорт викликає зниження цін на імпортні товари) даної країни і погіршенню їх у країн-торговельних партнерів.

Для конкретної країни вигідний імпортозамінний тип внутрішньоекономічного зростання та експорторозширювальний тип зростання в решті світу, оскільки умови торгівлі країни з іншим країнами світу поліпшуються. Експорторозширювальний тип внутрішньоекономічного зростання та імпортозамінне зростання в решті світу погіршують умови торгівлі даної країни з рештою світу.

Під нейтральним зростанням торгівлі розуміють збільшення фізичного обсягу міжнародної торгівлі без зміни умов торгівлі між країнами. Таке зростання торгівлі можливе теоретично у випадку, коли зростання всіх чинників виробництва в усіх країнах відбувається однаковими темпами.

Економічне зростання залежно від умов торгівлі та ефекту зростання по-різному впливає на добробут країни. Позитивний ефект зростання сам по собі свідчить про поліпшення добробуту країни. У протилежному випадку добробут знижується або залишається незмінним. Якщо ефект зростання позитивний і умови торгівлі країни поліпшуються внаслідок економічного зростання та торгівлі, то добробут країни підвищується. Якщо вони несприятливі, то добробут країни знижується, а у випадку їхньої зміни в протилежних напрямах, добробут країн може погіршитися, поліпшитися або залишитися незмінними залежно від відносної величини цих показників.

Розрізняють також розоряюче зростання, під яким розуміється ситуація, при якій погіршення умов торгівлі перекриває позитивний ефект, який одержується від економічного зростання [10, с. 128; 35, с. 104; 39, с. 183]. Це – екстремальна економічна модель збільшення пропозиції, в якій гіпертрофоване експорторозширююче зростання зіштовхується з різким спадом умов торгівлі.

Необхідні три основні умови для виникнення розоряючого зростання:

- зростання повинно спрямовуватися в напряму поширення пропозиції експортних товарів. Зростання експортної пропозиції повинно бути настільки суттєвим, щоб вплинути на світові ціни;
- іноземний попит на експортні товари країни повинен бути настільки нееластичним по відношенню до цін, що поширення експорту приведе до значного зниження світової ціни на даний експортний товар;
- країна настільки сильно залежить від міжнародної торгівлі, що значне погіршення її умов торгівлі приведе до зниження національного добробуту.

Однак модель розоряючого економічного розвитку є дуже рідким явищем у реальній дійсності.

2.2.2. Конкурентоспроможний експорт як компонент динамізації зростання

Значну роль для економічного розвитку країни відіграє підвищення конкурентоспроможності національного виробництва. Під конкурентоспроможністю згідно з визначенням Організації економічного співробітництва і розвитку, розуміють «рівень, якого країна може досягти за вільних і справедливих умов, виробляючи товари і послуги, що відповідають вимогам міжнародних ринків, і водночас підтримуючи та підвищуючи реальні доходи протягом тривалого часу»[23, с. 83].

Аналізуючи значення і роль конкурентоспроможності в сучасному світі враховується взаємозв'язок між навколишнім середовищем конкретної країни та процесом створення багатства, а також вплив на нього певних чинників. Так, "Звіт про глобальну конкурентоспроможність", який видає організація Всесвітній економічний форум (ВЕФ) у співпраці з Центром міжнародного розвитку при Гарвардському університеті визначає дванадцять чинники конкурентоспроможності, які покладено в основу розрахунку індексу глобальної конкурентоспроможності (GCI):

1) якість державних та суспільних інститутів;
2) інфраструктура;
3) макроекономічна стабільність;
4) охорона здоров`я та шкільна освіта;
5) вища освіта та професійна підготовка;
6) ефективність ринків товарів та послуг;
7) ефективність ринку праці;
8) розвиненість фінансового ринку;
9) технологічний рівень;
10) розмір ринку;
11) конкурентоспроможність компаній;

12) інноваційний потенціалі.

Індекс глобальної конкурентоспроможності – синтетичний показник. Він на 1/3 складається зі статистичних даних та на 2/3 – з експертних оцінок, для одержання яких опитують топ-менеджерів компаній різних країн світу.

У розвинутих країнах індекс глобальної конкурентоспроможності в середньому дорівнює 5,44, у країнах з перехідною економікою - 4,27, у найменш розвинутих країнах – 3,43.

Одним із важливих показників конкурентоспроможності країни є конкурентоспроможність експорту. Головними ознаками конкурентоспроможного експорту експерти ЮНКТАД вважають такі:

- частка експорту країни на міжнародних ринках;
- диверсифікація "експортного кошика" країни;
- зростання темпів експортування;
- модернізація технологій і зростання кваліфікації кадрів у експортній сфері;
- розширення кількості фірм-експортерів, які можуть конкурувати на міжнародному рівні;
- частка національної доданої вартості в експорті країни;
- зростання реальної заробітної плати у сфері експортування;
- досягнення ефекту масштабу [23, с. 83].

Наявність усіх цих ознак дає змогу оцінити експорт як конкурентоспроможний.

Конкурентоспроможний експорт дозволяє країнам одержувати більше іноземної валюти і, тим самим, імпортувати товари, послуги і технології, які необхідні для підвищення продуктивності праці, рівня життя та внутрішнього потенціалу. Завдяки йому підприємства починають орієнтуватися на більш високі стандарти, мають можливості для більш простого доступу до інформації, відчувають конкурентний тиск. Це спонукає національні фірми прикладати енергійні зусилля для освоєння нових навичок і можливостей.

Конкурентоспроможний експорт відрізняється від звичайного експорту за чотирма критеріями [23,с.84]:

- усталеність експорту тобто усталені та дедалі більші його обсяги, частка на відповідних товарних та регіональних міжнародних ринках, інтеграція із закордонними ринками;
- високий рівень ефективності експортних операцій, що свідчить про цінову конкурентоспроможність, реалізацію порівняльних переваг;
- якість експортних товарів і послуг та їх інноваційність, що забезпечує, згідно з теорією життєвого циклу продукції Р. Вернона, довгострокову присутність на світовому ринку та попит споживачів до продукції фірми;
- добросовісність конкуренції, тобто експортні операції здійснюються в конкурентному середовищі без використання протекціоністських заходів, заборонених міжнародними угодами, та інструментів, що спотворюють ринковий механізм (рис. 2.1).

Таким чином, експортна конкурентоспроможності країни, фірми свідчить про ефективність їх інтеграції у світове господарство та адаптацію до сучасної глобальної економіки.

Економічне зростання, підвищення конкурентоспроможності країни вимагає адаптації до структурних змін, що відбуваються в міжнародній торгівлі. Ці зміни характеризують структурні зрушення у виробництві під впливом інновацій, зміни попиту, а також лібералізацію торговельних режимів.

До основних структурних змін відносять:

- падіння частки в міжнародній торгівлі сировинних продуктів, продуктів первинної переробки сировини;
- швидке збільшення в міжнародній торгівлі частки наукомістких товарів;
- поступове збільшення частки проміжних товарів, зростання значення торгівлі напівфабрикатами, компонентами, вузлами.

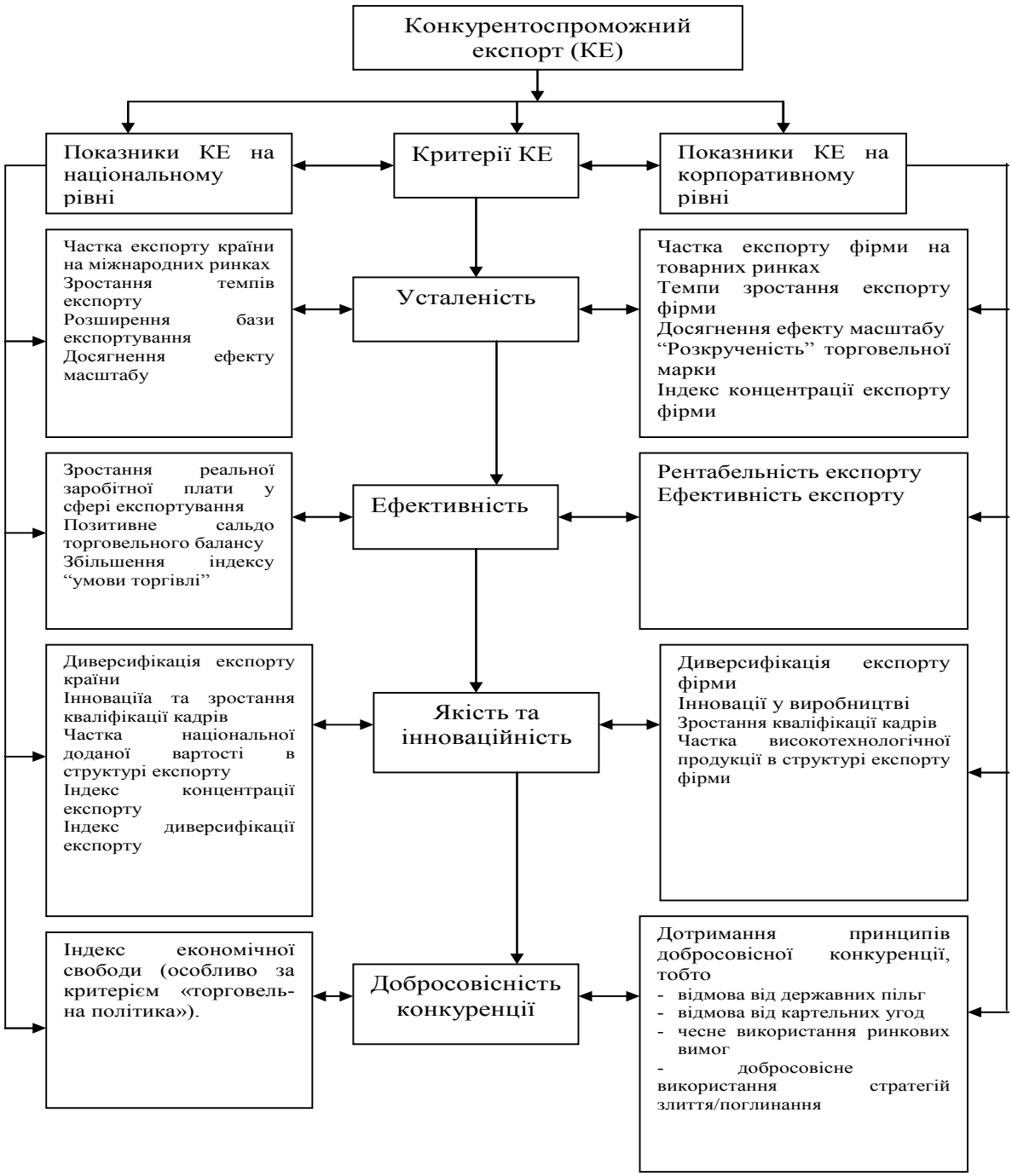


Рис. 2.1. Система критеріїв та показників конкурентоспроможності експорту

Глава 3. Теорії міжнародної торгівлі

3.1. Класичні теорії міжнародної торгівлі

3.1.1. Теорія меркантилізму

Меркантилізм – це напрям економічної думки, розроблений європейськими вченими в XVII-XVIII ст., який підкреслює товарний характер виробництва. Він являє собою доктрину, в якій існуючий світ розглядається в статиці, а багатства народів як фіксоване явище в кожен момент. Тому його адепти (Т. Мен, А. Серра, А.Монкретьєн) вважали, що зростання добробуту однієї країни можливе шляхом перерозподілу наявного багатства, тобто за рахунок зубожіння іншої країни. Меркантилісти асоціювали багатство з запасами дорогоцінних металів (золота і срібла). Країна, на їхню думку, тим багатша, чим більшою кількістю шляхетних металів вона володіє. Наявність більшої кількості грошей в обігу стимулює розвиток національного виробництва і збільшує зайнятість. Держава, на думку меркантилістів, повинна:

- стимулювати експорт і вивозити товарів більше, ніж завозити. Це забезпечить приплив золота;
- обмежувати імпорт товарів, особливо предметів розкоші, що забезпечить позитивне торгівельне сальдо;
- заборонити виробництво готових виробів в своїх колоніях;
- заборонити вивезення сировини з метрополій у колонії і дозволити безмитний імпорт сировини, що не добувається всередині країни;
- стимулювати вивезення з колоній переважно дешевих сировинних товарів;
- заборонити будь-яку торгівлю своїх колоній з іншими країнами, крім метрополії, яка єдина може перепродувати колоніальні товари за рубіж.

Таким чином, в основі меркантилістської політики провідних країн було прагнення максимального нагромадження грошового капіталу і мінімального імпорту, тобто держава повинна продавати на зовнішньому ринку якнайбільше будь-яких товарів, а купувати якнайменше. При цьому в країні повинно накопичуватися золото. Меркантилісти також вважали за необхідне здійснювати державний контроль за усіма видами економічної діяльності та виправдовували економічний націоналізм.

Значення меркантилізму:

1. Концепція меркантилізму була першою спробою створити теорію міжнародної торгівлі, що прямо погоджувала торгівельні відносини з внутрішньоекономічним розвитком країни, її економічним зростанням.

2. Меркантилісти розробили одну з можливих моделей розвитку міжнародної торгівлі на підставі товарного характеру виробництва. Вони заклали основи категоріального апарату, який використовується в сучасних теоріях міжнародної торгівлі, передусім у неомеркантилізмі.

3. Вперше описано те, що в сучасній економіці називається платіжним балансом [23, с. 94].

Однак, меркантилісти не змогли зрозуміти, що збагачення однієї країни може відбуватися не тільки за рахунок зубожіння інших, з якими вона торгує, що міжнародна економіка розвивається, а тому розвиток країн можливий не тільки внаслідок перерозподілу вже існуючого багатства, а й за рахунок його нарощування. Тобто вони гадали, що країна може мати вигоду від торгівлі тільки за рахунок іншої держави, що робить торгівлю грою з нульовим результатом.

У нинішній час спостерігаються прояви неомеркантилізму, коли країни з високим рівнем безробіття прямують до обмеження імпорту та стимулюють внутрішнє виробництво та зайнятість.

Меркантилістська школа панувала в економіці упродовж 1,5 сторіччя. На початок XVIII ст. у міжнародній торгівлі діяла велика кількість всіляких обмежень. Правила торгівлі йшли врозріз з потребами виробництва. Відчувалася необхідність переходу до вільної торгівлі.

Подальший розвиток теорії міжнародної торгівлі набули в працях економістів класичної школи.

3.1.2. Теорія абсолютних переваг

Розвиток міжнародної торгівлі в період переходу провідних країн до великого машинного виробництва зумовив появу теорії абсолютних переваг, автором якої став А. Сміт. В праці «Дослідження про природу та причини багатства народів» (1776 р.) він піддав критиці меркантилізм. А.Сміт дотримувався поглядів, згідно з якими багатство нації залежить не стільки від накопиченого ними запасу шляхетних металів (золота), скільки від можливостей економіки продукувати кінцеві товари і послуги. Тому найважливішим завданням уряду є не нагромадження золота і срібла, а здійснення заходів щодо розвитку виробництва на основі кооперації і поділу праці.А. Сміт першим відповів на запитання “Чому країна зацікавлена у міжнародному обміні?” Він вважав, що коли дві країни торгують одна з одною, то вони повинні мати виграш від торгівлі. Коли одна з них нічого не виграє, то вона відмовиться від торгівлі.Для держави може бути вигідним не тільки продаж, а й купівля товарів на зовнішньому ринку, і А. Сміт зробив спробу визначити, які саме товари вигідно експортувати, а які імпортувати, та звідки виникає виграш від торгівлі.

Теорія міжнародної торгівлі А. Сміта заснована на таких передумовах:

- праця є єдиним чинником виробництва. Тільки вона впливає на продуктивність і ціну товару;
- повна зайнятість, тобто всі наявні трудові ресурси використовуються у виробництві товарів;
- у міжнародній торгівлі беруть участь тільки дві країни, що торгують між собою тільки двома товарами;

- витрати виробництва залишаються постійними, а їх зниження збільшує попит на товар;

- ціна одного товару виражена в кількості праці, витраченої на виробництво іншого;

- транспортні витрати на перевезення товарів з однієї країни в іншу не враховуються;

- зовнішня торгівля вільна від обмежень і регламентацій, тобто уряди не повинні втручатися в зовнішню торгівлю. Їм варто підтримувати режим відкритих ринків і свободи торгівлі;

- міжнародна торгівля збалансована (імпорт оплачується експортом);

- чинники виробництва не переміщуються між країнами.

Ця теорія отримала назву теорії абсолютних переваг, тому що ґрунтувалася на абсолютній перевазі: країна експортує той товар, витрати на виробництво якого менші, ніж у країні-торговельному партнері, та імпортує той товар, який виготовляється за кордоном з меншими витратами. Обидві країни виграють у результаті спеціалізації кожної з них на виробництві того товару, по якому вони мають абсолютну перевагу. Це дає можливість використовувати ресурси найбільш ефективно, внаслідок чого виробництво обох товарів зросте. Збільшення виробництва обох товарів являє собою виграш від спеціалізації на виробництві, який поділяється між двома країнами в процесі міжнародного товарообміну.

Головний висновок теорії абсолютних переваг полягає в тому, що від міжнародної торгівлі виграє кожна країна і це має вирішальне значення для формування зовнішнього сектора економіки. Міжнародна торгівля є грою не з нульовим, а з позитивним результатом, тобто поділ праці вигідний не тільки на національному, а й на міжнародному рівні. Однак нині за допомогою принципу абсолютної переваги можна пояснити лише невелику частку міжнародної торгівлі (наприклад, деяку частку торгівлі між розвинутими країнами і країнами, що розвиваються). Переважну частину міжнародної торгівлі, особливо між розвинутими країнами, ця теорія не пояснює, оскільки не розглядає ситуацію, коли країни торгують між собою, одна з яких не має абсолютної переваги ні по жодному товару. Це пояснив Д. Рікардо.

3.1.3. Теорія порівняльних переваг

Правило міжнародної спеціалізації залежно від абсолютних переваг виключало з міжнародної торгівлі країни, які таких не мали. Д. Рікардо в праці «Принципи політичної економії й оподаткування» (1817 р.) розвинув теорію абсолютних переваг і довів, що наявність абсолютних переваг у національному виробництві того чи іншого товару не є необхідною умовою для розвитку міжнародної торгівлі – міжнародний обмін можливий та бажаний при наявності порівняльних переваг.

Теорія міжнародної торгівлі Д. Рікардо грунтується на таких передумовах:

- вільна торгівля;

- постійні витрати виробництва;
- відсутність міжнародної мобільності робочої сили;
- відсутність транспортних витрат;
- відсутність технічного прогресу;
- повна зайнятість;
- існує один чинник виробництва (праця).

Теорія порівняльних переваг говорить, що якщо країни спеціалізуються на виробництві тих товарів, які вони виробляють з відносно більш низькими витратами порівняно з іншими країнами, то торгівля буде взаємовигідною для обох країн, незалежно від того, чи буде виробництво в однієї з них абсолютно більш ефективнішим, ніж в іншій. Іншими словами: підставою для виникнення і розвитку міжнародної торгівлі може слугувати винятково різниця у відносних витратах виробництва цих товарів, незалежно від абсолютної величини цих витрат.

У моделі Д. Рікардо внутрішні ціни визначаються лише вартістю, тобто умовами пропозиції. Але світові ціни можуть також установлюватися умовами світового попиту, що довів англійський економіст Дж. Стюарт Міль. У праці «Принципи політичної економії» він показав, за якою ціною здійснюється обмін товарами між країнами.

В умовах вільної торгівлі товари будуть обмінюватися за таким співвідношенням цін, що встановлюється десь у проміжку між існуючими усередині кожної з країн відносними цінами на товари, якими вони торгують. Точний кінцевий рівень цін, тобто світових цін, взаємної торгівлі залежатиме від обсягу світового попиту та пропозиції на кожний з цих товарів.

Відповідно до розробленої Дж. С. Мілем теорії взаємного попиту, ціна імпортного товару визначається через ціну товару, який потрібно експортувати, щоб оплатити імпорт. Тому кінцеве співвідношення цін при торгівлі визначається внутрішнім попитом на товари в кожній з торгуючих країн. Світова ціна встановлюється на основі співвідношення попиту та пропозиції, і її рівень повинен бути таким, щоб дохід від сукупного експорту країни дав їй можливість оплатити імпорт. Однак, аналізуючи порівняльні переваги, досліджується не ринок окремого товару, а відношення між ринками двох товарів, які виробляються одночасно в двох країнах. Тому слід розглядати не абсолютні, а відносні обсяги попиту та пропозиції товарів.

Таким чином, ця теорія є основою визначення ціни товару з урахуванням порівняльних переваг.Однак її недоліком є те, що вона може застосовуватися тільки по відношенню до приблизно однакових країн за розмірами, коли внутрішній попит в однієї з них може вплинути на рівень цін в іншій.

За умов спеціалізації країн на торгівлі товарами, у виробництві яких вони мають відносні переваги, країни можуть одержати виграш від торгівлі (економічний ефект). Країна отримує виграш від торгівлі, оскільки може придбати за свої товари більше необхідних їй іноземних товарів із-за кордону, ніж у себе на внутрішньому ринку. Виграш від торгівлі одержується як з боку економії витрат праці, так і з боку зростання споживання.

Значення теорії порівняльних переваг полягає в такому:

- вперше описано баланс сукупного попиту та сукупної пропозиції. Вартість товару визначається співвідношенням сукупного попиту та пропозиції на нього, пропонованих як усередині країни, так і з-за кордону;

- теорія справедлива стосовно будь-якої кількості товару і будь-якої кількості країн, а також для аналізу торгівлі між різними її суб'єктами. У цьому випадку спеціалізація країн на тих чи інших товарах залежить від співвідношення рівнів зарплатні в кожній з країн;

- теорія обґрунтувала існування виграшу від торгівлі для всіх країн, що беруть участь у ній;

- з'явилася можливість будувати зовнішньоекономічну політику на науковому фундаменті.

Обмеженість теорії порівняльних переваг полягає в тих вихідних передумовах, на яких вона будується. Вона не враховує впливу зовнішньої торгівлі на розподіл доходів усередині країни, коливання цін і заробітної плати, міжнародного руху капіталу, не пояснює торгівлю між майже однаковими країнами, жодна з яких не має відносної переваги перед іншою, приймає до уваги тільки один чинник виробництва – працю.

3.1.4. Теорія відносної забезпеченості країн факторами виробництва та її тестування В. Леонтьєвим

У класичних теоріях торгівля між країнами пояснюється різними в них абсолютними та відносними витратами праці на виробництво товарів, тобто порівняльна перевага виникає лише в умовах міжнародної відмінності продуктивності праці. Однак у цих теоріях не пояснено причин походження порівняльних переваг, які має та чи інша країна-торговельний партнер.

Дослідження чинників, що впливають на товарну номенклатуру й обсяг міжнародної торгівлі, дозволило в 20-30-х роках XX ст. шведським ученим Е. Хекшеру і Б. Оліну уточнити і доповнити ключові положення теорії порівняльних переваг і сформулювати концепцію факторів виробництва.

У реальній дійсності розвиток торгівлі грунтується не тільки на відмінностях продуктивності праці, а й на відмінностях у наділеності країн ресурсами (землею, капіталом, сировиною). Е. Хекшер і Б. Олін спробували довести, що різна відносна забезпеченість країн виробничими ресурсами обумовлює різницю у відносних цінах на товари, що в свою чергу, створює передумови для міжнародної торгівлі.

Теорія заснована на таких передумовах:

- існує дві країни, два товари, один з яких трудомісткий, а другий – капіталомісткий, та два фактори виробництва: праця та капітал;

- кожна країна по-різному забезпечена факторами;

- технології в обох країнах однакові;

- міжнародний рух чинників виробництва відсутній;

- повної спеціалізації країн на виробництві якого-небудь товару бути не може.

Щоб показати роль структури факторів виробництва у визначені напрямів та наслідків розвитку міжнародної торгівлі, Хекшер та Олін формулюють допущення щодо різної факторомісткостіокремих товарів (один товар – трудомісткий, інший – капіталомісткий) і різної факторонасиченості окремих країн (в одній країні капіталу порівняно більше, в іншій – менше).

Факторомісткість – це показник, що визначає відносні витрати факторів виробництва на створення певного товару. Наприклад, товар В є відносно більш капіталомістким, ніж товар А, якщо співвідношення капіталу і праці на виробництво товару В більше , ніж співвідношення цих самих витрат на виробництво товару А.

*Факторонасиченість*країни — це показник, що визначає відносну забезпеченість країни факторами виробництва.

Наприклад, якщо визначити факторонасиченість через абсолютні розміри факторів виробництва, то та країна, де відношення загального обсягу капіталу до загальної кількості праці більше, ніж в інших країнах, буде вважатися капіталонасиченою чи капіталозабезпеченою країною.

Суть теореми Хекшера-Оліна зводиться до такого: кожна країна експортує ті факторoінтенсивні товари, для виробництва яких вона використовує відносно надлишкові та дешеві фактори виробництва, та імпортує ті товари, для виробництва яких потрібні відносно дефіцитні та дорогі для них ресурси.

Теорема Хекшера-Оліна визнає, що торгівля ґрунтується на порівняльних перевагах і показує, що причиною порівняльних переваг є розходження в наділеності країн факторами виробництва.Розходження в наділенні країн факторами виробництва пояснює різницю у відносних цінах на товари в різних країнах і торгівлю між ними.

Подальшого розвитку теорема Хекшера-Оліна набула в теоремі вирівнювання цін на фактори виробництва (теорема Хекшера-Оліна-Самуельсона). Вона відповідає на запитання: якщо змінюється відносна ціна трудомісткого (капіталомісткого) товару, то як зміниться відносна ціна самої праці (капіталу) у трудонасиченої (капіталонасиченої) країни?

Суть теореми вирівнювання цін на фактори виробництва полягає в такому: міжнародна торгівля призводить до вирівнювання цін на товари, а це зумовлює вирівнювання цін і на фактори виробництва, за допомогою яких виготовлені ці товари.

Теоремі притаманна деяка обмеженість, яка полягає в тому, що вона розглядає статичний світ, визначаючи чинники, які впливають на макроекономічну рівновагу у визначений момент часу, а також не враховує, що абсолютні розміри чинників виробництва різні в різних країнах і тому абсолютні розміри доходів на капітал будуть більше в тій країні, що має у своєму розпорядженні великий капітал. Звідси випливає, що повного вирівнювання цін на чинники виробництва в результаті торгівлі бути не може.

Однак, незважаючи на недоліки, теорія співвідношення факторів виробництва є важливим інструментом аналізу міжнародної економіки, що

показує принцип загальної рівноваги, якому підкоряється економічний розвиток. Ця модель міжнародної торгівлі виявилася найбільш придатною для пояснення процесів торгівлі між метрополіями і колоніями, коли перші виступали, як індустріально розвинуті країни, а другі — як аграрно-сировинні придатки.

Проте при аналізі товаропотоків у «трикутнику» США - Західна Європа — Японія концепція Хекшера — Оліна стикається з труднощами і протиріччями, на які звернули увагу багато економістів і, зокрема, Нобелівський лауреат американець В. Леонтьєв. Він застосував теорію Хекшера-Оліна до аналізу зовнішньої торгівлі США і шляхом декількох емпіричних тестів показав, що умови теорії на практиці не витримуються. Оскільки США вважалися капіталонасиченою країною з відносно високим рівнем оплати праці, то відповідно до теорії вони повинні були експортувати капіталомісткі, а імпортувати трудомісткі товари. Однак у дійсності більше експортувалася трудомістка продукція, а капіталомісткість американського імпорту на 30% перевершувала експорт. Це означало, що США є не капіталонадлишковою країною, а трудонадлишковою. Результати досліджень В. Леонтьєва отримали назву «парадокс Леонтьєва»: теорія Хекшера-Оліна не підтверджується на практиці, оскільки трудонасичені країни експортують капіталомістку продукцію, а капіталонасичені — трудомістку.

В. Леонтьєв пояснює цей парадокс так: США експортували ті товари, виробництво яких в інших країнах було неможливе чи неефективне внаслідок більш низької кваліфікації робочої сили. В. Леонтьєв створив модель «кваліфікації робочої сили», відповідно до якої у виробництві беруть участь не три чинники (капітал, земля, праця), а чотири: кваліфікована праця, некваліфікована праця, капітал, земля. Відносний достаток професійного персоналу і кваліфікованої робочої сили зумовлюють експорт товарів, виготовлення яких потребує використання кваліфікованої праці, а надлишок некваліфікованої робочої сили сприяє експорту товарів, для виробництва яких не потрібна праця високої кваліфікації

На запитання у чому причина парадоксу Леонтьєва ніхто не в змозі дати переконливу відповідь. Основні пояснення такі: 1947 р., який аналізувався Леонтьєвим, не був репрезентативним; використовувалася двофакторна модель (капітал і праця); американські тарифи більше захищали внутрішні трудомісткі галузі; не враховувався людський капітал. Проведені перевірки теорії Хекшера-Оліна за допомогою даних щодо великої кількості країн підтвердили наявність парадоксу Леонтьєва в інших країнах.

3.2. Стандартна модель міжнародної торгівлі

В сучасних умовах головним теоретичним інструментом аналізу міжнародної торгівлі є стандартна модель, базові поняття якої були закладені в різні роки ірландським економістом Ф. Еджуортом та австрійський економіст Г.Хаберлером.

Стандартна модель міжнародної торгівлі розглядає як сукупний попит, так і сукупну пропозицію товарів.Пропозиція на ринку характеризується граничною нормою трансформації, що означає кількість одиниць товару II, від виробництва яких країна повинна відмовитися для виробництва кожної додаткової одиниці товару I.Попит на ринку характеризується граничною нормою заміщення, що означає таку кількість одиниць товару II, від якого країна повинна відмовитися, щоб одержати одну додаткову одиницю товару I та при цьому забезпечити збереження існуючого рівня споживання.

В основі стандартної моделі лежать зростаючі витрати заміщення, під якими розуміють, що країна для виробництва кожної додаткової одиниці одного товару повинна відмовитися від випуску не постійної, а зростаючої кількості іншого товару.Зростаючі витрати заміщення виникають внаслідок того, що фактори виробництва не однорідні та не використовуються в однакових пропорціях. Отже країна в міру збільшення будь-якого товару повинна використовувати ресурси, які стають менш ефективними або менш придатними для виробництва даного товару.

При зростаючих витратах заміщення не здійснюється повної спеціалізації країн. Зі спеціалізацією кожної з країн відносні ціни на товари зближується поки не стануть однаковими. З цього моменту країнам не вигідно продовжувати нарощувати виробництво товару своєї порівняльної переваги, бо вже досягнута рівноважна ціна. Це здійснюється до повної спеціалізації країн у виробництві. Подальша спеціалізація не має сенсу, тому що через зростаючі витрати заміщення це буде дорожче, ніж імпортувати товар.

Виграш від торгівлі складається з двох компонентів: виграшу від обміну (це – переваги, які одержує країна тільки через те, що вона виступила в торгові відносини з іншими країнами) та виграшу від спеціалізації (це – переваги, які одержує країна через те, що в умовах торгівлі вона зосередила свої зусилля на виробництві товарів, по яким вона має відносну перевагу).

У стандартній моделі вихідним припущенням відносних переваг є різниця у виробничих можливостях та рівнях споживання. Окремим її випадком є торгівля, яка ґрунтується на відмінностях у смаках двох країн і здійснюється в умовах повного збігу виробничих можливостей країн – торговельних партнерів. За такої моделі торгівлі структура виробництва, в міру того як країни відходять від автаркії, стає все більш ідентичною.

Подальший розвиток стандартна модель одержала в моделі загальної рівноваги в міжнародній торгівлі, яка пов’язує попит та пропозицію на товари всередині країни з попитом та пропозицією на них із-за кордону. Під загальною рівновагою розуміється одночасне зрівноваження попиту та

пропозиції на товар у внутрішній і міжнародній торгівлі, тобто на внутрішньому та світовому ринку. Вона ґрунтується на понятті взаємного попиту, який об'єднує елементи попиту та пропозиції і показує кількість імпортного товару, необхідного країні, щоб спонукати її до експортування певної кількості свого товару. Модель також розглядає більш точний метод визначення відносної ціни товару в умовах торгівлі за допомогою кривих обміну, які віддзеркалюють бажання країни експортувати та імпортувати при різних відносних цінах.

Загальна рівновага досягається у випадку, коли експорт товару I країни А дорівнює імпорту товару I країни В, а імпорт товару II країни А дорівнює експорту товару II країни В.

3.3. Альтернативні концепції міжнародної торгівлі

Застосування класичних теорії ускладнюється через неясність у їх емпіричному підтвердженні, а також тим, що в реальному житті деякі припущення, на яких вони ґрунтуються, не існують. Тому їх не можна пристосувати до більшості сучасних форм міжнародної торгівлі.

Внаслідок швидкого розвитку наукомістких і високотехнологічних галузей виробництва, збільшення темпів зростання міжнародної торгівлі в другій половині XX ст. з'являється ряд теорій з неотехнологічним підходом. Вони називаються альтернативними теоріями, тому що їх автори намагаються пояснити реалії і перспективи міжнародної торгівлі динамічними порівняльними перевагами, що виникають чи створюються, використовуються і згодом зникають, а також формулюють причини та наслідки участі окремої країни в міжнародному торговельному обміні з інших позицій, ніж в класичних теоріях. Наголос у них робиться на попит, недосконалу конкуренцію, ефект масштабів виробництва, кваліфікацію праці і технологічні досягнення, як вирішальні елементи міжнародної спеціалізації.

3.3.1. Теорія технологічного розриву

Теорію технологічного розриву розробив американський економіст Майкл Познер у 1961р. Застосування в аналізі міжнародної торгівлі даної концепції означало відмову від припущення теорії Хекшера-Оліна щодо використання в усіх країнах однакової технології виробництва однойменних товарів. М. Познер виходив з того, що одна й та сама технологія не завжди одночасно використовується в різних країнах, а її поширення в міжнародних масштабах потребує певного часу. Внаслідок цього одна країна може користуватися тією чи іншою новою технологією, тоді як до іншої країни ця інновація ще не дійшла. Крім того, фірма-інноватор не зацікавлена в тому, щоб її новітні технології якомога швидше ставали загальним надбанням [23, с.146].

М. Познер вважає, що більша частина торгівлі між розвинутими країнами ґрунтується на впровадженні нових виробничих процесів та нових

продуктів. Фірма, яка вводить новий товар, може користуватися своєю монополією на експорт, поки на ринку не з'являться фірми-імітатори з подібним товаром. Така тимчасова монополія найчастіше ґрунтується на патентах та ліцензіях, видача яких стимулює винаходи та розробку нових технологій. Технологічний відрив однієї компанії дійсно здатний додати нову перевагу країні походження товару.

Ця теорія стверджує, що країна може утримувати позицію провідного експортера на світовому ринку лише за умови постійної інноваційної діяльності. Проте ця модель має деякі недоліки, оскільки не пояснює якими повинні бути масштаби технологічного розриву, як вони виникають і ліквідовуються.

3.3.2. Теорія життєвого циклу продукції

Основні положення теоріїжиттєвого циклу продукції на світовому ринку розробив Раймонд Вернон у 1966 р. Вона базувалася на концепції життєвого циклу продукції, запропонованої на початку 60-х років фахівцями Гарвардської школи бізнесу, яка стверджувала, що продаж продукції і прибуток від неї змінюються з часом. Розрізняють 4 основні стадії життєвого циклу продукції:

1. На стадії впровадження нового продукту рівень продажів низький. Через витрати по впровадженню цього продукту прибутки теж низькі;
2. Стадія зростання характеризується збільшенням прибутків і зростанням продажів;
3. На стадії зрілості через розвиток конкуренції і насичення ринку продаж і прибутки стабілізуються;
4. На стадії спаду рівень продажів і прибутків падає.

Р. Вернон доводить, що у встановленні торговельних зв'язків між країнами важливу роль відіграють технології і дослідження, що в промислово розвинутих країнах набагато більше технологічних і науково-дослідних можливостей, необхідних для розроблення нового продукту. Це припускає, що в таких країнах, як США, компанії можуть мати порівняльну перевагу в науці і техніці, що приведе їх до переваги у створенні нових товарів. Щоб розтягти фазу зростання життєвого циклу їх продукції, ці фірми, імовірніше, будуть експортувати розроблені ними товари. З іншого боку, в американському імпорті буде спостерігатися тенденція переваги товарів, виробництво яких не дуже залежить від технології чи наукових досліджень.

3.3.3. Теорія представницького попиту

Теорія представницького попиту розроблена шведським економістом Стефаном Ліндером у 1961 р., в якій він намагався пояснити структуру торгівлі окремо взятої країни, будуючи свій аналіз міжнародної торгівлі виключно навколо проблеми попиту [23, с.150].

За основу С. Ліндер взяв обсяг обміну подібними товарами між країни із зіставленим рівнем розвитку, відкидаючи теорію Хекшера-Оліна, вихідним моментом якої була пропозиція товарів на світовій ринок. Новий підхід спирався на такі принципи:

- умови виробництва залежать від умов попиту. Ефективність виробництва тим вища, ніж більший попит;
- умови вітчизняного виробництва залежать переважно від внутрішнього попиту. Саме вітчизняний представницький попит є опорою виробництва і необхідною, але не достатньою умовою, щоб товар можна було експортувати;
- зовнішній ринок – це всього лише продовження внутрішнього ринку, а міжнародний обмін – тільки продовження міжрегіонального.

С.Ліндер робить висновок: міжнародна торгівля промисловими виробами буде більш інтенсивною між країнами з близькими рівнями доходу на особу порівняно з товарообігом між країнами з різними рівнями доходу, причому обмін здійснюється порівнювальними чи близькими товарами. Наближеність країн за рівнем розвитку вимагає від них порівнювальної якості товарів. Нескінченна різноманітність товарів уможливлює успішну торгівлю товаром, який у принципі вважається тим самим.

Однак теорія Ліндера не пояснює, які специфічні промислові товари країна буде експортувати, а які імпортувати.

3.3.4. Теорія економії на масштабах виробництва

Теорія економії на масштабах виробництва не зв'язана з теоріями порівняльних переваг чи співвідношення чинників виробництва. Вона визнає наявність різного рівня монополізації ринків і неоптимального використання чинників виробництва.

У міру зростання чинників виробництва собівартість одиниці товару знижується в результаті поглиблення спеціалізації виробництва, відносно більш повільного зростання обслуговуючих підрозділів, ніж масштаби самого виробництва, технологічної економії.

Економія на масштабах виробництва - це розвиток виробництва, при якому зростання витрат чинників на одиницю призводить до зростання виробництва більше, ніж на одиницю.

Теорія економії на масштабах виробництва пояснює торгівлю між країнами, котрі близькі за наділеністю чинниками виробництва до такого ступеня, що незначні розходження в забезпеченості ними не можуть вважатися поясненням взаємної торгівлі, а також пояснює торгівлю між країнами технологічно близькою чи однорідною продукцією. Відповідно до даної теорії, у країнах, що мають місткий внутрішній ринок, повинні розміщуватись такі виробництва, що

забезпечують зростання економічного ефекту при збільшенні масштабів виробництва. Основним у даній концепції є допущення, що розвинуті країни наділені чинниками виробництва приблизно в однакових пропорціях, і тому торгівля між ними доцільна в тому випадку, якщо вони спеціалізуються на виробництві товарів різних галузей, що дозволяє знижувати витрати за рахунок масового виробництва. Внаслідок розвитку міжнародної торгівлі кількість фірм і розмаїтість товарів, що вони виготовляють, зростають, а їхня ціна падає. Це найшло відображення в працях американського економіста Пола Кругмана [10, с.145-187].

3.3.5. Теорія внутрішньогалузевої торгівлі

Міжнародна торгівля в умовах монополістичної конкуренції з точки зору диференціації номенклатури продукції складається з двох потоків: міжгалузевої та внутрішньогалузевої торгівлі [10, с. 165-172; 39, с. 143-151].

Міжгалузева торгівля – це експорт та імпорт товарів, які належать до різних товарних груп. Міжгалузевий обмін можна пояснити теорією Хекшера-Оліна.

Внутрішньогалузева торгівля – це експорт та імпорт товарів, що належать до однієї й тієї самої товарної групи.

Внутрішньогалузевий обмін не відображає наявності конкурентних переваг. Його розвиток стимулюється за допомогою економії від масштабу та виробництва диференційованої продукції. Торгівля розвивається в умовах однакової чи подібної забезпеченості факторами виробництва та веде до зростання доходів на усі фактори виробництва. Вона здійснюється, як правило, між розвинутими країнами чи країнами приблизно однакового розміру. Торгують країни деталями, компонентами продукції, диференційованими товарами галузей, що виробляють промислові вироби.

Обсягвнутрішньогалузевої торгівлі між країнами визначають за допомогою індексу внутрішньогалузевої торгівлі (U), який розраховується за формулою:

$$U = 1 - \frac{|X - IM|}{X + IM}, \qquad (3.1)$$

де X – обсяг експорту окремої галузі та товарної групи;

IM – обсяг імпорту окремої галузі та товарної групи.

На значення цього індексу впливає, як визначається галузь або товарна група. Чим більший масштаб галузі, тим вище значення U і тим більша ймовірність того, що країна експортуватиме одні варіанти диференційованого товару, а інші імпортуватиме. Використання індексу U має велике значення при визначенні відмінностей у внутрішньогалузевій торгівлі окремих галузей, а також для пояснення змін у внутрішньогалузевому обміні в межах однієї галузі.

Міжгалузева торгівля здійснюється тільки однорідними товарами, а при диференціації продукції виникає як міжгалузева, так і внутрішньогалузева торгівля. Чим більше країни подібні в забезпеченості ресурсами, технологіями, тим більша частка між ними внутрішньогалузевої торгівлі.

Розділ ІІ. Торговельна політика

Глава 4. Національний рівень регулювання міжнародної торгівлі

4.1. Основні типи торговельної політики

Регулювання міжнародної торгівлі припускає цілеспрямований вплив держави на торговельні відносини з іншими країнами. До основних цілей зовнішньоторговельної політики відносяться:

- зміна обсягу експорту й імпорту;
- зміна структури зовнішньої торгівлі;
- забезпечення країни необхідними ресурсами;
- зміна співвідношення експортних та імпортних цін.

Розрізняють три основних підходи до регулювання міжнародної торгівлі:

- система односторонніх заходів, за якої інструменти державного регулювання використовуються урядом країни в односторонньому порядку без узгодження з торговим партнером;
- укладання двосторонніх угод, у яких узгоджуються заходи торгової політики між торговими партнерами;
- укладання багатосторонніх угод. Торгова політика узгоджується і регулюється країнами-учасницями (Генеральна угода про тарифи і торгівлю, Генеральна угода про торгівлю послугами, що входять у систему угод СОТ, угоди в сфері торгівлі країн-членів ЄС) [23, с. 170].

Держава може використовувати кожний з підходів і в будь-якому поєднання.

Основною рисою державного регулювання міжнародної торгівлі є можливість застосування у взаємодії двох різних типів зовнішньоторговельної політики: лібералізації (політики вільної торгівлі) і протекціонізму.

Під ***свободою торгівлі*** розуміється державна політика мінімального державного утручання в зовнішню торгівлю, що розвивається на основі вільних ринкових сил попиту та пропозиції, а під ***протекціонізмом*** – політика захисту внутрішнього ринку від іноземної конкуренції шляхом використання тарифних і нетарифних інструментів торгової політики.

Ці два типи торгової політики характеризують міру втручання держави в міжнародну торгівлю.

Якщо в умовах політики лібералізації основним регулятором зовнішньої торгівлі є ринок, то при протекціонізмі виключається вільна дія ринкових сил. Передбачається, що економічний потенціал і конкурентоспроможність на світовому ринку окремих країн різні. Тому вільна дія ринкових сил може бути невигідною для менш розвинутих країн. Необмежена конкуренція з боку сильніших держав може призвести в менш розвинутих країнах до економічного застою і формування неефективної

економічної структури.

Проведення політики протекціонізму сприяє розвитку в країні певних галузей виробництва; часто є необхідною умовою індустріалізації аграрних країн; скорочує безробіття. Однак усунення іноземної конкуренції послаблює зацікавленість вітчизняних виробників у впровадженні досягнень науково-технічного прогресу, підвищенні ефективності виробництва.

Для протекціонізму характерні такі форми:

- селективний протекціонізм, спрямований проти окремих країн чи окремих товарів;
- галузевий протекціонізм, що захищає певні галузі;
- колективний протекціонізм, що проводиться економічними інтеграційними об'єднаннями країн у відношенні країн, що до них не входять;
- прихований протекціонізм, який здійснюється методами внутрішньої економічної політики.

У кожній країні є економічні, соціальні та політичні причини і групи тиску на користь протекціоністських заходів.

Основні аргументи обмеження зовнішньої торгівлі:

- необхідність забезпечення оборони;
- збільшення внутрішньої зайнятості;
- диверсифікація заради стабільності;
- захист молодих галузей;
- захист від демпінгу.

Необхідність забезпечення оборони. Захист у мирний час галузей, необхідних для військового виробництва, з тим, щоб під час війни не залежати від зарубіжних постачальників. Звучить досить переконливо. Однак при детальнішому розгляді цього аргументу з'ясовується, що, по-перше, під категорію необхідної для військового виробництва практично можна підвести будь-яку галузь; по-друге, така політика може бути дієвою, якщо допустити, що не буде заходів у відповідь, що мало ймовірно. Відтак більшість економістів вважає, що альтернативні методи (наприклад, прямі субсидії) захисту стратегічних галузей більш ефективні як в економічному, так і в соціальному плані.

Збільшення внутрішньої зайнятості. Серйозною причиною застосування протекціоністських заходів є безробіття. Безробітні утворюють найпотужнішу групу тиску на підтримку обмеження імпорту як умови збільшення зайнятості всередині країни.

Справді, твердження, що вільна торгівля може призвести до безробіття, має під собою реальний ґрунт. Імпорт знижує попит на деякі товари вітчизняного виробництва і призводить до безробіття в галузях, що їх виготовляють. Однак невикористані ресурси не можуть залишитись без застосування, бо ми живемо у світі з обмеженими ресурсами. За відсутності обмежень у торгівлі країни, які виготовляють товари на експорт, потребують припливу робочої сили, компенсуючи скорочення робочих

місць у галузях, що конкурують з імпортом. Вільна торгівля не стільки впливає на загальну зайнятість, скільки змінює тип зайнятості. Вважається, що безробіття, що виникає внаслідок вільної торгівлі, — це короткострокова проблема, яка може бути вирішена альтернативними методами: професійною перепідготовкою, переїздом на нове місце, надбавкою до грошової допомоги по безробіттю і т. ін.

При прийнятті рішення про обмеження імпорту слід порівнювати витрати, пов'язані з можливим підвищенням цін, з витратами, які спричинили безробіття, маючи при цьому на увазі ще й соціальні витрати, які торкаються людей і посилюються тим, що потенційними кандидатами на звільнення найчастіше виявляються ті, хто неспроможний знайти альтернативну роботу.

Диверсифікація заради стабільності. Суть цього протекціоністського аргументу полягає в тому, що торговельні бар'єри необхідні для промислової диверсифікації, котра лежить в основі зменшення залежності країни від соціально-економічної і політичної кон'юнктури, яка складається на світових ринках тих чи інших продуктів.

Справді, диверсифікація допомагає захистити внутрішню економіку від впливу міжнародних політичних подій, спаду виробництва за кордоном, від випадкових коливань попиту і пропозиції на один чи два конкретних товари і, таким чином, забезпечує велику внутрішню стабільність. Але слід мати на увазі, що економічні витрати диверсифікації можуть бути дуже значними і вкрай неефективними (особливо в країни з монокультурною економікою). Крім того, аргумент диверсифікації заради стабільності практично не може бути застосованим до промислово розвинутих країн з уже диверсифікованою структурою економіки.

Захист молодих галузей. Логіка аргументу на захист молодих галузей полягає в тому, що їх виробництво стає конкурентоспроможним лише через деякий час. Підприємства галузі повинні досягти конкурентного рівня витрат виробництва за рахунок ефекту масштабу виробництва з часом, підвищення з часом кваліфікації і досвіду працівників тощо, і лише тоді можна зняти протекціоністські заходи. Наприклад, завдяки державному захисту високої конкурентоспроможності досягло виробництво автомобілів у Бразилії та Південній Кореї. Але є й інші приклади, коли протекціоністські заходи не дали очікуваних результатів. Так, виробництво автомобілів в Аргентині та Австралії залишилося слабким навіть після багатьох років роботи. Аби політика захисту молодої галузі була дієвою, потрібна висока ймовірність того, що майбутні вигоди перевищать початкові витрати і буде забезпечена висока якість виробів.

Захист від демпінгу. Демпінг, або продаж товарів нижче від собівартості, застосовується, як правило, для усунення конкурентів, захоплення монопольного становища і в подальшому підвищення цін. У цьому розумінні демпінг — це "економічне піратство". Воно цілком заслуговує антидемпінгового мита. Але демпінг не повинен використовуватись як виправдання постійних торговельних бар'єрів, як

форма цінової дискримінації. Крім того, за демпінг може видаватись і результат дії закону порівняльних переваг. Але це в кінцевому підсумку підриває саму основу міжнародної торгівлі.

Отже, мистецтво торговельної політики полягає в тому, щоб знайти точку рівноваги між двома тенденціями: вільної торгівлі і протекціонізму. Кожна політика має свої позитивні якості і недоліки, які залежать від обставин, місця і часу її застосування (табл.4.1).

Таблиця 4.1

Вплив на економіку застосування принципів вільної торгівлі та протекціонізму

Вільна торгівля		**Протекціонізм**	
Доводи «за»	**Доводи «проти»**	**Доводи «за»**	**Доводи «проти»**
Спеціалізація країн, яка полегшує розвиток конкуренції	Небезпека надмірної спеціалізації та зростаючої економічної залежності від інших держав	Створення і розвиток нових галузей	Проблема вибору галузі: - підтримка неефективних виробництв; - збереження відсталості виробництва
Зростання економічного розвитку країн, які включилися в міжнародний поділ праці	Відсутність державного регулювання у зовнішній торгівлі не дозволяє державі виконувати свої соціальні функції	Захисні заходи для виробників Зростання рівня зайнятості	Проблеми щодо: - збереження приречених галузей; - витрачання коштів, які не відшкодовуються
Ефективне використання ресурсів (факторів виробництва) Зростання споживання і добробуту країни	Більш розвинуті країни виграють у більшій мірі, а менш розвинуті - в меншій або взагалі не отримують виграшу від спеціалізації внаслідок невідповідності експортних і імпортних цін	Розвиток галузей, які постачають у «захищені» виробництва сировину та матеріали. Ліквідація залежності від постачання сировини	Трудові ресурси більш ефективно можуть використовуватися в інших галузях. Кризові ситуації при ліквідації приречених галузей. Виснаження та зменшення національних багатств країни
Ліквідація військово-політичної залежності допускалася класиками теорії вільної торгівлі		Створення власної оборонної промисловості: - підтримка обсягу виробництва; - збереження кваліфікованого потенціалу	Проблеми, які пов’язані з: - ліквідацією неперспективних галузей; - застосування програм диверсифікації

До інструментів державного регулювання міжнародної торгівлі належать:

- тарифні методи, які переважно регулюють імпорт і спрямовані на захист національного товаровиробника від іноземної конкуренції, тому що роблять іноземні товари менш конкурентоспроможними;
- нетарифні методи, що регулюють як імпорт, так і експорт (допомагають виводити на світовий ринок більше вітчизняної продукції, роблячи її більш конкурентоспроможною).

Для орієнтованого визначення характеру торгової політики використовується два показники:

- середній рівень митного тарифу. Він розраховується як середня ставка імпортного мита, зваженого за вартісним обсягом імпорту товарів, на які воно накладається. Цей показник визначається тільки по товарах, імпорт яких підлягає обкладанню митом;
- середній рівень нетарифних обмежень. Він розраховується як вартісна частка імпорту чи експорту, що підпадає під ці обмеження [23, с. 173].

Режим уведених обмежень по кожному з показників вважається відкритим, якщо їхній рівень становить менше ніж 10%, помірним — 10-15%, обмежувальним — понад 25%, заборонним — 40-100%.

4.2. Тарифні методи регулювання міжнародної торгівлі

Митний тариф – основний і найдавніший інструмент зовнішньоторговельної політики. Це систематизований звід ставок мита, яким обкладаються товари й інші предмети, увезені на митну територію країни, чи вивозяться за межі даної території.

Мито, стягнуте митницею, являє собою податок на товари й інші предмети, що переміщуються через митний кордон держави.

Мита виконують такі функції:

- фіскальну, коли вводяться для того, щоб добути гроші для держави. Ця функція стосується як імпортного так і експортних мит;
- протекціоністську, коли вводяться для скорочення чи усунення імпорту, тим самим обгороджуючи вітчизняних виробників від іноземної конкуренції;
- балансувальну, коли вводяться для запобігання небажаного експорту товарів, внутрішні ціни на які нижчі від світових.

4.2.1. Види мит

Звичайно розрізняють такі види мит [23, с.174]:

1. За способом стягування:

- адвалерне (вартісне) (T_{AV}), що нараховується у відсотках до митної вартості товарів, які обкладаються митом (наприклад, 30% від митної вартості).

$$T_{AV} = \frac{P_d - P_{im}}{P_{im}}, \qquad (4.1)$$

де P_d – ціна товару на внутрішньому ринку;
P_{im} – ціна товару, за якою він імпортується.

Як правило, ці мита застосовуються при обкладанні товарів, що мають різні якісні характеристики в межах однієї товарної групи. Адвалерні мита допомагають підтримати однаковий рівень захисту внутрішнього ринку незалежно від коливання цін на товар, тобто автоматично адаптуються до інфляції. При цьому змінюється тільки сума доходу в бюджет. Так, якщо розмір мита дорівнює 30% від ціни товару в 150 дол., то доход бюджету становить 45 дол. Якщо ціна товару збільшиться до 200 дол., то сума доходу бюджету зросте до 60 дол., а при зменшенні ціни до 80 дол., доходи становить 24 дол. Отже адвалерне мито підвищує ціну імпортного товару на установлений відсоток;

- **специфічне (T_S),** що нараховується у встановленому грошовому розмірі на одиницю товарів, що обкладаються митом (наприклад, 15 дол. за 1 т):

$$T_S = \overline{P}_d - P_{im}, \qquad (4.2)$$

де $\overline{P}_d$ - середня внутрішня ціна товару, який потребує митного захисту.

Специфічні мита накладаються, як правило, на стандартизовані товари. Ступінь митного захисту за допомогою специфічного мита знаходиться в прямій залежності від коливання цін. Так, специфічне мито в 100 дол. за одиницю імпортного вентилятора більше обмежує імпорт вентилятора ціною 600 дол., тому що становить 16,7% його ціни, ніж вентилятора ціною 1000 дол., тому що становить 10% його ціни. Тому рівень захисту вітчизняних виробників при використанні специфічних мит із зростанням імпортних цін падає, а зі зменшенням імпортних цін — збільшується. Однак при падінні імпортних цін специфічне мито підвищує рівень захисту внутрішнього ринку;

- **комбіноване**, що поєднує обидва ці види митного обкладання (наприклад, 30% від митної вартості, але не більше ніж 15 дол. за 1 т).

2. За об'єктом обкладання:

- **ввізне (імпортне) мито**, що нараховується на товари при їх ввезенні на митну територію держави. Ввізне мито є диференційованим. Можуть застосовуватися ставки таких видів:

а) преференційні ставки, що припускають зниження ставок мита чи звільнення від обкладання митом. Вони застосовуються до товарів, що надходять з держав, які створюють разом з державою, яка стягує мито, митний союз чи зону вільної торгівлі або до товарів, які надходять із країн, що розвиваються;

б) пільгові ставки, які застосовуються до товарів, що надходять з країни чи економічних союзів, що користуються режимом найбільшого сприяння;

в) повні (загальні)ставки, які застосовуються до всіх інших товарів.

Ввізні мита є переважною формою мит, що застосовуються всіма країнами світу для захисту внутрішнього ринку від іноземної конкуренції;

- **вивізне (експортне) мито**, що нараховується на товари при їхньому вивезенні за межі митної території країни. Експортний тариф, як правило, є адвалерним. Ця форма мит застосовується рідко, у випадках великих розходжень між внутрішніми і світовими цінами на певні види товарів, їх мета — скоротити експорт і поповнити бюджет країни. Ставка експортного мита (T_e) дорівнює відсотковому перевищенню експортної (світової) ціни товару P_C над ціною, за якою він продається на внутрішньому ринку:

$$T_e = \frac{P_C - P_d}{P_d} \quad . \qquad (4.3)$$

3. За характером:

- **сезонне (ввізне і вивізне)** мито, що нараховується на товари сезонного характеру для оперативного регулювання міжнародної торгівлі. Термін його дії не перевищує декількох місяців на рік (в Україні — до чотирьох місяців з моменту встановлення);

- **спеціальне мито** що застосовується державою:

а) як захисне, якщо товари ввозяться на митну територію країни в таких кількостях чи на таких умовах, що наносять або загрожують завдати шкоди вітчизняним виробникам подібних чи безпосередньо конкуруючих товарів;

б) як запобіжний захід стосовно учасників зовнішньоекономічної діяльності, що порушують державні інтереси в даній галузі, а також як захід для припинення несумлінної конкуренції;

в) як захід у відповідь на дискримінаційні і (чи) недружні дії з боку іноземних держав, а також у відповідь на дії окремих країн, що обмежують здійснення законних прав суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності держави.

Ставка спеціального мита встановлюється в кожному випадку. Це мито сплачується імпортером товару незалежно від інших податків і зборів (обов'язкових платежів), у тому числі мита, митних зборів і т.п. Сплата спеціального мита здійснюються готівкою або в безготівковій формі, чи шляхом внесення суми мита на депозит або оформлення відповідного боргового зобов'язання. Сплачені суми спеціального мита можуть бути повернуті імпортерові за рішенням спеціальних органів;

- **антидемпінгове мито**, що застосовується при ввезенні на митну територію країни товарів за ціною, істотно нижчою, ніж у країні експорту в момент цього експорту, якщо таке ввезення завдає чи загрожує завдати шкоди вітчизняним виробникам подібних або конкуруючих товарів або перешкоджає організації чи розширенню виробництва таких товарів. Антидемпінгове мито нараховується на товари, що є об'єктом застосування антидемпінгових заходів, і слугує тимчасовим збором для компенсації втрати від товарного демпінгу. Таке мито нараховується тільки після проведення антидемпінгового розслідування й одержання об'єктивних доказів нанесення збитку чи погрози нанесення збитку вітчизняній економіці.

Розмір ставки антидемпінгового мита визначається:

- у відсотках до митної вартості товару, що є об'єктом антидемпінгового розслідування;
- як різниця між мінімальною ціною і митною вартістю даного товару (як різниця між цінами товару на внутрішньому і зовнішньому ринках). Мінімальна ціна - це ціна зазначеного товару, за якої його продаж не заподіює збиток національному товаровиробнику.

Ставка антидемпінгового мита не повинна перевищувати різницю між конкурентною оптовою ціною об'єкта демпінгу в країні експорту і заявленою ціною при його ввезенні на митну територію імпортуючої країни, чи різницю між ціною об'єкта демпінгу в імпортуючій країні і середньою ціною експортованих цією країною подібних чи безпосередньо конкуруючих товарів.

Антидемпінгові мита встановлюються імпортуючою країною з метою протидії демпінгу, для вирівнювання цін до рівня, що вважається нормальним. Нормальна вартість — це еквівалент ціни товару на внутрішньому ринку. Вона, як правило, визначається на підставі цін, установлених при здійсненні звичайних торгових операцій між незалежними покупцями в країні експорту;

- **компенсаційне мито,** що застосовується при ввезенні на митну територію країни товарів, при виробництві чи експорті яких прямо або побічно використовувалася субсидія, якщо таке ввезення завдає чи загрожує завдати шкоди національним виробникам подібних чи безпосередньо конкуруючих товарів або перешкоджає організації чи розширенню виробництва таких товарів.

Компенсаційне мито нараховується після проведення розслідування й одержання об'єктивних доказів нанесення істотного збитку національній економіці..

Розмір ставки компенсаційного мита визначається:
- у відсотках до митної вартості товару, що є об'єктом антисубсидиційного розслідування;
- як різниця між мінімальною ціною і митною вартістю зазначеного товару.

Ставка компенсаційного мита не повинна перевищувати встановленого розміру субсидій.

Введення компенсаційних мит дозволяє вирівнювати умови торгівлі.

4. За походженням:

- **автономні** – мита, що вводяться на підставі односторонніх рішень органів державної влади країни;
- **договірні** – мита, установлювані на базі двосторонньої чи багатосторонньої угоди;
- **преференційні** – мита з більш низькими ставками порівняно з діючим тарифом; вони накладаються на підставі багатосторонніх угод на товарів, які походять з країн що розвиваються, чи країн, що створюють разом з даною країною митний союз чи зону вільної торгівлі або утворюються в прикордонній торгівлі.

5. За типом ставок:

- **постійні** – це ставки митного тарифу, встановлені органами державної влади, що не можуть змінюватися залежно від обставин;
- **змінні** – це ставки митного тарифу, що можуть змінюватися у встановлених органами державної влади випадках.

6. За способом обчислення:

- **номінальні** – митні ставки, зазначені в митному тарифі;
- **ефективні (дійсні)** – реальний рівень митних ставок на кінцеві товари, обчислені з урахуванням рівня мит, накладених на імпортні вузли і деталі цих товарів. Тобто це розмір ставки, який реально та ефективно захищає внутрішній ринок або регулює експорт і транзит.

Країна іноді імпортує сировину безмитно, або вводить нижчі тарифні ставки на імпорт виробничого ресурсу, ніж на імпорт кінцевого продукту, у виробництві якого був застосований даний ресурс. Це робиться для заохочування національних товаровиробників обробної промисловості та підвищення рівня зайнятості. У цьому випадку ефективна тарифна ставка, яку розраховують на базі внутрішньої доданої вартості або вартості переробки всередині країни, буде перевищувати номінальну тарифну ставку, яку розраховують на підставі вартості кінцевого продукту. Внутрішня додана вартість дорівнює ціні кінцевого продукту за мінусом витрат на імпорт виробничих ресурсів, які використовуються для виробництва товару.

Номінальна тарифна ставка показує, наскільки зросла ціна кінцевого продукту внаслідок тарифу і тому важлива для споживачів.

Ефективна тарифна ставка показує, наскільки забезпечується захист внутрішнім галузям, які виробляють товар, що конкурує з імпортом, і тому вона є важливою для виробників.

Обчислення ефективної тарифної ставки (T_e) здійснюється за формулою:

$$T_e = \frac{T_n - K \cdot T_{im}}{1 - K}, \qquad (4.4)$$

де, T_n – номінальна тарифна ставка на кінцеву продукцію;

T_{im} - номінальна тарифна ставка на імпортовані компоненти;

К – частка вартості імпортних компонентів у вартості кінцевого продукту.

Формула свідчить про те, що:

- ставка ефективного тарифу на кінцевий продукт дорівнює номінальній тарифній ставці (T_e=T_n), якщо номінальний рівень тарифу на імпортні компоненти дорівнює номінальному рівню тарифу на кінцеву продукцію або якщо у виробництві кінцевої продукції не використовуються імпортні компоненти (К = 0);
- ефективна тарифна ставка на кінцевий товар буде більше номінальної (T_e>T_n), коли номінальна тарифна ставка більша від ставки тарифу на імпортні компоненти (T_n>T_{im}) і навпаки;
- із зростанням ставки тарифу на імпортні компоненти ефективна тарифна ставка знижується і навпаки;
- із збільшенням коефіцієнта К ефективна тарифна ставка буде зростати.

Номінальна тарифна ставка може бути тільки позитивною, а ефективна – як позитивною, так і негативною, якщо тариф на імпортні компоненти значно вищий від тарифу на кінцеву продукцію[34, с. 210; 70, с. 207-211].

Країни іноді використовують **тарифну квоту**, що являє собою різновид перемінних митних податків, ставки яких залежать від обсягу імпорту товару. При імпорті в межах визначених кількостей товар обкладається за базовою внутрішньоквотовою ставкою тарифу, а при перевищенні визначеного обсягу імпорту — за вищою понадквотовою ставкою тарифу. Використання цього інструмента торгової політики дозволяє деякою мірою подолати протиріччя, що виникає між інтересами національних виробників і введенням імпортної квоти, тому що, з одного боку, товаровиробники зацікавлені в тарифі, що обгороджує їх від іноземної конкуренції, а з іншого боку — вони як споживачі не зацікавлені в ньому, оскільки тариф позбавляє їх можливості одержувати дешевші імпортні товари.

Для захисту національних виробників готової продукції і стимулювання ввезення сировини і напівфабрикатів може використовуватися **тарифна ескалація,** тобто підвищення рівня митного обкладання товарів у міру зростання ступеня їхнього оброблення.

Чим вища відсоткова ставка імпортного тарифу в міру просування від сировини до готової продукції, тим вищий ступінь захисту виробників готової продукції від зовнішньої конкуренції.

4.2.2. Економічні наслідки введення мит

Економічні наслідки введення мита різноманітні: вони впливають на виробництво, споживання, товарообіг і добробут країни, що ввела імпортний тариф, і її партнерів по торгівлі [23, с. 180].

Введення імпортного тарифу для захисту національних виробників, що несуть збитки через наплив більш дешевого товару, впливає на економіку як малої, так і великої країни. Країна вважається малою, якщо зміна попиту з її боку на імпортні товари не призводить до зміни світових цін, і великою — якщо зміна попиту на імпортні товари спричинює зміну світових цін.

Вплив тарифу на економіку малої країни показано на рис. 4.1.

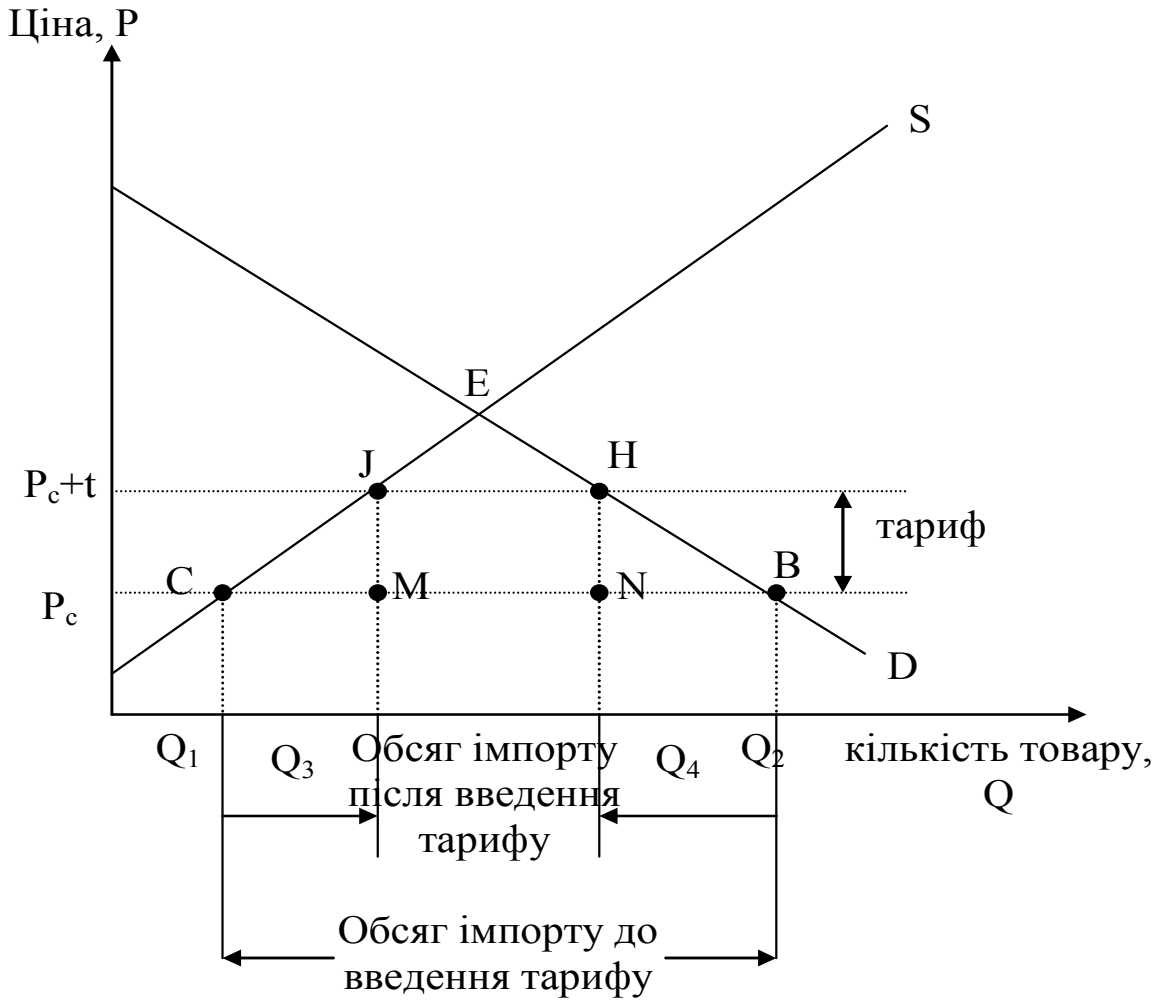


Рис. 4.1. Вплив введення тарифу в малій країні

Споживачі у вітчизняних виробників по світовій ціні P_c можуть придбати тільки Q_1 даного товару. Незадоволений попит дорівнює Q_1Q_2 і може бути покритий імпортом. Країна вводить мито на імпорт одиниці товару в розмірі t, що призводить до збільшення ціни імпортованого товару з P_c до P_c+t. Таким чином внутрішня ціна збільшується, а світова ціна зберігається на попередньому рівні. Внаслідок цього в країні:

- скорочується загальний обсяг попиту (з Q_2 до Q_4), що відбувається за рахунок споживачів, які за вищою ціною не зможуть купувати даний товар;
- зменшується обсяг імпорту, що відбувається внаслідок збільшення внутрішнього виробництва і скорочення попиту;
- збільшується внутрішнє виробництво товару, оскільки за зрослою ціною національні виробники товару, що конкурує з імпортним, зможуть поставити на ринок більшу кількість товарів (не Q_1, а Q_3 товару);
- зростають її економічні втрати, що виникають через необхідність внутрішнього виробництва під захистом тарифу додаткової кількості товарів при більш високих витратах. Чим більше зростає захист внутрішнього ринку за допомогою ввізних тарифів, тим більшу кількість ресурсів, не призначених спеціально для випуску даного товару, доводиться використовувати для його виробництва. Країна могла б не зазнавати збитків, якби купувала товари за нижчою ціною в іноземного продавця. На внутрішньому ринку відбувається заміна ефективних, з погляду витрат, іноземних товарів, менш ефективними у виробництві вітчизняними товарами. Збиток для країни в цілому дорівнює сумі, яка відповідає площам трикутників CJM та NHB (рис. 4.1).

Таким чином, при введенні імпортного тарифу виникають такі економічні ефекти:

- ефект державного доходу, тобто держава отримує додатковий дохід, що дорівнює добутку ставки тарифу на обсяг імпорту (MJHN);
- торговельний ефект, тобто зниження імпорту (BN+CM);
- споживчий ефект, тобто скорочення внутрішнього споживання (BN). Добробут споживачів знижується, оскільки споживання товару пов’язано із зростанням його ціни на внутрішньому ринку;
- виробничий ефект, тобто розширення внутрішнього виробництва (CM).

Отже, при введенні імпортного тарифу малою країною світові ціни не змінюються, і її умови торгівлі не настільки поліпшуються, щоб компенсувати негативний вплив тарифу на економіку.

Наслідки введення імпортного тарифу великою країною, майже такі самі, як і в малої країні. Однак він викликає зниження рівня світових цін та здешевлення імпорту.

Імпортний тариф, введений великою країною, не тільки захищає ринок від іноземної конкуренції, але є засобом поліпшення своїх умов торгівлі з зовнішнім світом. Велика країна є великим імпортером товарів на світовому ринку. Тому якщо вона обмежує свій імпорт ввізними тарифами, то це істотно знижує сукупний попит на даний товар. Внаслідок цього продавці товару змушені знижувати ціни. При

незмінному рівні цін на експортні товари і зниженні цін на імпортні товари умови торгівлі країни поліпшуються. Введення імпортного тарифу приведе до позитивних результатів тільки в тому випадку, якщо вони не будуть перекриті негативними економічними втратами для країни через його нарахування. Іншими словами, позитивний ефект тарифу досягається у випадку, якщо ефект умов торгівлі у вартісному вираженні більше, ніж сума втрат, що виникають у результаті меншої ефективності внутрішнього виробництва порівняно зі світовим і скорочення внутрішнього споживання товару.

4.2.3. Оптимальний тариф

При введенні тарифу великою країною, обсяг її торгівлі знижується, але умови торгівлі поліпшуються. Однак, з одного боку, зменшення обсягу торгівлі призводить до зниження добробуту країни, а, з другого боку, поліпшення умов торгівлі викликає підвищення добробуту країни. Тому виникає проблема знаходження оптимального рівня тарифу.

Оптимальним тарифом є така тарифна ставка, яка забезпечує максимальну вигоду від поліпшення умов торгівлі за мінусом негативного ефекту внаслідок скорочення обсягів торгівлі (рис. 4.2) [23, с.184].

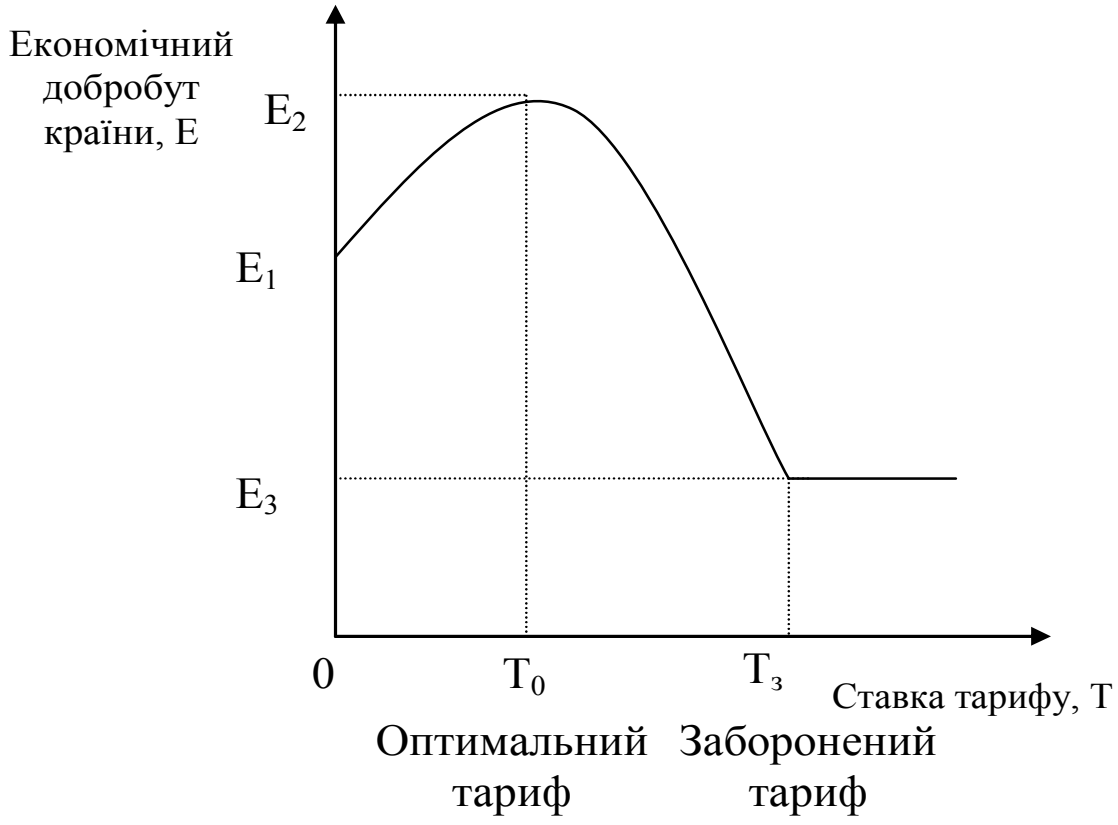


Рис. 4.2. Оптимальний тариф

Митний тариф можна установити в широкому діапазоні від 0 (в умовах вільної торгівлі) до заборонного рівня (ввіз товару у країну припиняється). При Т=0 добробут країни відповідає рівню E_1. В міру переходу країни від умов вільної торгівлі до підвищення тарифної ставки її добробут зростає до максимального рівня E_2 (оптимальний тариф), а потім знижується, як тільки тарифна ставка перевищує оптимальний рівень. Економічні витрати починають все більше перекривати одержаний виграш до того часу, поки рівень тарифу не стане заборонним і країна не опиниться в умовах автаркії. Через відсутність дешевого імпорту економічний добробут країни впаде до рівня E_3.

Оптимальний тариф розраховується за формулою:

$$T_O^j = \frac{T_n^j - \sum a_{ij} T_n^i}{1 - \sum a_{ij}}, \qquad (4.5)$$

де T_o^j - оптимальна тарифна ставка у j-й галузі;

T_n^j - номінальна тарифна ставка у j-й галузі;

T_n^i - номінальна тарифна ставка у і-й галузі;

a_{ij} - частка продукції і-тої галузі в обсязі виробництва j-тої галузі за цінами вільної торгівлі.

Оптимальна тарифна ставка завжди порівняно невелика, позитивна ($T_0>0$) та менше заборонної тарифної ставки ($T_0<T_3$). Країна установлюючи оптимальний тариф, поліпшує свої умови торгівлі, але вони погіршуються в її торговельного партнера. Добробут країни-торговельного партнера знижується, коли одночасно скорочується обсяг торгівлі та погіршуються умови торгівлі, і тоді він може ввести свій власний оптимальний тариф. Таким чином, виграш великої країни виникає за рахунок її торговельних партнерів, внаслідок перерозподілу доходів. Одночасно це призводить до втрат світового господарства, де нераціонально використовуються фактори виробництва.

Тарифні методи захисту зовнішньої торгівлі завжди пов’язані з додатковими витратами споживачів. Економісти підрахували, що середній японський споживач щорічно витрачає на 890 дол. більше через торгові обмеження на харчові продукти, косметику і продукцію хімічної промисловості; в США тарифи в 21 галузі виробництва є причиною щорічних витрат у 10,2 млрд дол. (40,8 дол. на одного споживача). Потенційний доход споживачів від скасування всіх тарифів і кількісних обмежень становив би близько 70 млрд. дол., чи 1,3% ВВП [23, с. 185].

4.3. Нетарифні методи регулювання міжнародної торгівлі

Тариф - не єдиний метод здійснення торгової політики. Для регулювання міжнародної торгівлі використовуються й інші види зовнішньоторговельних обмежень — нетарифні [23, с.185]. Нетарифні обмеження здійснюються адміністративними, фінансовими, кредитними й іншими методами, їх нараховується понад 800. Вони широко розповсюджені в торговій практиці. Зараз більше половини світової торгівлі є об'єктом нетарифних бар'єрів, що створюють головну погрозу світовій торговій системі. За даними ООН найчастіше нетарифні методи при експорті сільськогосподарської продукції застосовують країни Близького Сходу та Північної Африки (частка цих методів становить 57,69%) і розвинуті країни (48,24), мінеральної продукції та палива – Європа та Центральна Азія (6,72), промислової продукції – Латинська Америка та Каріби (11,68%) [22,с.183].

Поширення нетарифних обмежень зумовлюється тим, що їх введення є привілеєм уряду країни і вони не регулюються міжнародними угодами. Уряди можуть вільно застосовувати будь-які види нетарифних обмежень, що неможливо у відношенні тарифів, які регулюються СОТ. Крім того, нетарифні бар'єри звичайно не призводять до негайного підвищення ціни товару і тому споживач не відчуває їх впливу як додаткового податку (при введенні тарифу ціна товару збільшується на суму мита). У ряді випадків використання нетарифних методів при порівняно ліберальному митному режимі може призвести до більш обмежувального характеру державної торгової політики в цілому.

Нетарифні обмеження можна класифікувати за групами: кількісні, приховані, фінансові.

4.3.1. Кількісні обмеження

До кількісних обмежень відносяться квотування, ліцензування, «добровільні» обмеження експорту.

Квотування. Квота є найбільш розповсюдженою формою нетарифних обмежень. Квота — це кількісна міра обмеження експорту чи імпорту товару визначеною кількістю або сумою на певний проміжок часу. Найширше використовуються квоти для регулювання імпорту сільськогосподарської продукції. Якщо метою уряду є здійснення контролю за рухом того чи іншого товару, а не його обмеження, то тоді квота може бути встановлена на рівні вищому, ніж можливий імпорт чи експорт.

За напрямом дії квоти поділяються на:

- експортні, які вводить уряд країни для запобігання вивезенню дефіцитної на внутрішньому ринку продукції, а також для досягнення політичних цілей (застосовуються рідко);
- імпортні квоти, які вводить уряд країни для захисту внутрішнього ринку від іноземної конкуренції, для досягнення збалансованості торгового

балансу, регулювання попиту та пропозиції усередині країни, як відповідна міра на дискримінаційну торгову політику інших держав.

За масштабом охоплення квоти поділяються на:

- глобальні, які встановлюються на імпорт чи експорт визначеного товару на певний період часу поза залежністю від того, з якої країни він імпортується чи в яку експортується (наприклад, у США за допомогою квот регулюється імпорт сиру рокфор, окремих сортів шоколаду, бавовни, кави і т.д.). Метою введення таких квот є досягнення необхідного рівня внутрішнього споживання, їхній обсяг визначається як різниця внутрішнього виробництва і споживання;
- індивідуальні — це встановлена в рамках глобальної квоти квота кожної країни, що експортує чи імпортує товар. Вони встановлюються на основі двосторонніх угод.

Економічні наслідки введення квот полягають у такому:

- квоти є більш ефективним, ніж тарифи інструментом обмеження імпорту, їх введення дозволяє утримувати обсяги імпорту на незмінному рівні, незважаючи на зростання попиту, що в свою чергу, збільшує ціну товару. При незмінному обсязі імпорту внутрішнє виробництво і споживання зростають;
- квоти являють собою абсолютну величину і є негнучкими відносно ціни товару;
- квоти більш ефективні для здійснення швидких дій адміністративних органів, ними простіше і легше маніпулювати (тарифи звичайно вимагають прийняття відповідного законодавства);
- квоти є прямим джерелом монопольного прибутку, завжди збільшують доходи виробників імпортозамінної продукції та стримують імпортну конкуренцію (тарифи її звичайно допускають);

Ліцензування. Квотування здійснюється урядовими органами на основі видачі ліцензій. Ліцензія — це дозвіл, виданий державними органами на експорт чи імпорт товару у встановлених кількостях за визначений проміжок часу. Ліцензія видається державою через спеціальні уповноважені відомства.

Ліцензування може виступати у вигляді:

- складової частини процесу квотування. У цьому випадку ліцензія є документом, що підтверджує право ввезти чи вивезти товар у рамках отриманої квоти;
- самостійного інструмента державного регулювання.

Ліцензування здійснюється у формі автоматичного чи неавтоматичного ліцензування. При автоматичному ліцензуванні на експорт (імпорт) товарів не встановлюються кількісні чи інші обмеження, при неавтоматичному ліцензування - вони встановлюються.

Існує декілька видів ліцензій.

1. Залежно від того, яке право (на ввіз чи на вивіз) засвідчується ліцензією, розрізняють такі її види:

- експортна - право на експорт товарів визначеного виду, стосовно яких установлені кількісні обмеження чи дозвільний порядок експорту;
- імпортна - право на імпорт товарів визначеного виду, стосовно яких установлені кількісні обмеження чи дозвільний порядок імпорту.

2. Залежно від періоду дії ліцензія може бути:

- генеральна - відкритий дозвіл на експортні (імпортні) операції по визначеному товару (товарам) чи з визначеною країною (групою країн) протягом періоду дії режиму ліцензування по цьому товару (товарам);
- індивідуальна – дозвіл на експорт чи імпорт товару протягом визначеного періоду часу.

Виділяють різні види індивідуальних ліцензій.

Індивідуальна ліцензія *залежно від обсягу засвідчуваних прав* буває:

- відкрита - відкритий дозвіл на експорт чи імпорт товару протягом визначеного періоду часу з визначенням його загального обсягу;
- разова - разовий дозвіл , що має іменний характер і надається для здійснення окремої операції конкретним суб'єктом зовнішньоекономічної діяльності на період не менше того, який є необхідним для здійснення експортної (імпортної) операції.

Індивідуальна ліцензія *залежно від підстав установлення режиму ліцензування* поділяється на такі види:

- антидемпінгова – право на імпорт протягом визначеного терміну визначених товарів, що є об'єктом антидемпінгового розслідування чи антидемпінгових заходів;
- компенсаційна - право на імпорт протягом визначеного терміну визначених товарів, що є об'єктом антисубсидійного розслідування чи компенсаційних заходів;
- спеціальна - право на імпорт протягом визначеного терміну визначених товарів, що є об'єктом спеціального розслідування чи спеціальних заходів.

Ліцензії розподіляються різними способами. Найефективнішим є відкритий аукціон, що являє собою конкурсний продаж імпортних квот. Ліцензію одержує той експортер, який пропонує за неї найбільш високу ціну як за право експортувати товар у рамках імпортної квоти. Конкурсний продаж імпортних квот приносить високий доход державі і перешкоджає хабарництву й корупції.

Крім відкритих аукціонів використовується:

- система явних переваг, що припускає закріплення урядом ліцензій за визначеними фірмами пропорційно розмірам їх імпорту за попередній період чи пропорційно структурі попиту національних імпортерів. Цей спосіб дозволяє підтримувати фірми, що скорочують імпорт товарів у результаті введення імпортних квот;
- система розподілу ліцензій на позаціновій основі, що ґрунтується на видачі урядом ліцензій тим фірмам, які показали свою здатність здійснювати експортно-імпортні операції найбільш ефективним способом. Цей метод потребує великих витрат, оскільки припускає утворення експертної комісії і

проведення добору в кілька етапів. При виборі способу розподілу ліцензій починають з найменш ринкового, що носить адміністративний характер (розподіл ліцензій на позаціновій основі) і послідовно переходять до найбільш ринкового (аукціонного).

«Добровільне» обмеження експорту (ДОЕ) — це кількісне обмеження експорту, засноване на зобов'язанні одного з торгових партнерів обмежити (чи не розширювати) обсяг експорту, прийнятому в рамках міжурядової угоди про встановлення квот на експорт товару.

Імпортуюча країна спонукає свого торгового партнера «добровільно» скоротити свій експорт. Приводом для ДОЕ звичайно слугують заяви національних товаровиробників про те, що ввезення того чи іншого товару через кордон призводить до втрат на виробництві і дезорганізації місцевого ринку. Замість введення імпортних квот країна, що імпортує, робить політичний тиск на країну, що експортує, вимагаючи від неї введення обмеження на вивезення певного товару. Засобом тиску на торгового партнера виступає погроза введення торгових обмежень на такому високому рівні, що буде поставлена під сумнів сама можливість міжнародної торгівлі між країнами.

У цілому економічний ефект від введення «добровільних» експортних обмежень експортером є негативним для імпортера. Однак розмір його втрат зменшується завдяки збільшенню імпорту аналогічних товарів із країн, що не наклали «добровільних» обмежень на свій експорт.

4.3.2. Приховані види торговельних обмежень

Істотна роль серед нетарифних методів торгової політики приділяється прихованим видам торгових обмежень, яких нараховується понад 100 найменувань. З їхньою допомогою країни можуть в односторонньому порядку обмежувати експорт чи імпорт. До них відносяться: технічні бар'єри, внутрішні податки і збори, державна закупівля, вимоги щодо вмісту місцевих компонентів.

Технічні бар'єри являють собою національні стандарти якості, економічні вимоги, санітарні обмеження, вимоги до упакування і маркування товарів, вимоги про дотримання ускладнених митних формальностей, законів про захист споживачів і т.п. Технічні бар'єри виникають внаслідок того, що національні технічні й адміністративні правила перешкоджають ввезенню товарів із-за кордону. Це відбувається у випадку невідповідності імпортних товарів обов'язковим стандартам якості, охорони здоров'я і безпеки, що застосовуються до аналогічних вітчизняних товарів, невідповідності сільськогосподарських продуктів санітарним і фітосанітарним нормам, застосовуваним для запобігання ввезення в країну шкідників і захворювань, не розповсюджених у даній країні.

Внутрішні податки і збори. Державні і місцеві органи влади на імпортні товари можуть накладати податок на додаткову вартість, акцизний податок, а також вводити збори за митне оформлення, реєстрацію, портові

збори і т.п. з метою підвищення їхньої внутрішньої ціни і скорочення конкурентоспроможності на внутрішньому ринку.

Розміри внутрішніх податків часто перевищують за вартістю розмір імпортного мита, і їх ставка може коливатися залежно від кон'юнктури внутрішнього ринку.

Державні закупівлі. Політика в рамках державних закупівель полягає в тому, що державні органи і підприємства повинні купувати визначені товари тільки в національних фірм, навіть якщо ці товари дорожчі від імпортних. Це збільшує урядові витрати, що лягають тягарем на платників податків. Обсяги таких закупівель часто сягають 10-15% ВНП країни. Використання політики державних закупівель деякою мірою дискримінує іноземних постачальників.

Вимоги про вміст місцевих компонентів. Цей метод прихованої торгової політики допускає законодавче встановлення частки кінцевого продукту, що повинна вироблятися місцевими виробниками, у випадку призначення товару для продажу на внутрішньому ринку. Звичайно цей метод використовується урядами країн, що розвиваються, з метою заміни імпорту внутрішнім виробництвом за допомогою введення місцевих вимог до певних галузей, а також щоб уникнути переміщення виробництва в країни, що розвиваються, з більш дешевою робочою силою і зберегти в результаті рівень зайнятості працюючих.

Вимоги про місцеву участь не тільки обмежують імпорт, а й містять вимоги до закордонних інвесторів: зобов'язання іноземної фірми-інвестора експортувати певну частину виробленої продукції з приймаючої країни. Такі вимоги спотворюють міжнародну торгівлю і сприяють установленню нетарифних бар'єрів.

4.3.3. Фінансові методи торговельної політики

Метою фінансування як методу регулювання міжнародної торгівлі, зокрема розширення експорту, є дискримінація іноземних компаній на користь національних виробників і експортерів на основі зниження вартості експортованого товару і підвищення його конкурентоспроможності на світовому ринку. Фінансування експорту здійснюється з таких джерел: державного бюджету, банків, фондів, самих експортерів і банків, які їх обслуговують. До фінансових методів торгової політики належать: демпінг, субсидії, експортне кредитування.

Демпінг — це експорт товарів за цінами, нижчими від собівартості, чи, принаймні, за нижчою ціною, ніж на внутрішньому ринку. Отже демпінг є формою міжнародної цінової дискримінації.

Здійсненню демпінгу сприяють: розходження в попиті на товар у різних країнах; наявність певних передумов, що дозволяють виробникові встановлювати і диктувати ціни; торгові бар'єри і високі транспортні витрати, що дозволяє виробникові відгородити зовнішній ринок, де він

продає товар за низькими цінами, від внутрішнього ринку, де відбувається продаж товару за вищими цінами.

У міжнародній торговій практиці розрізняють спорадичний, постійний і хижацький демпінг.

Спорадичний демпінг — це епізодичний продаж несподіваних надлишків товару на світовому ринку за нижчими цінами, ніж на внутрішньому ринку. Цей вид демпінгу використовується у випадку виникнення у фірми надвиробництва товарів. Не маючи можливості реалізувати товар у себе в країні і не бажаючи зупиняти своє виробництво, фірма продає товар на зовнішньому ринку за нижчою ціною порівняно з внутрішньою ціною.

Постійний демпінг — це довгостроковий продаж товару на світовому ринку за нижчою ціною, ніж на внутрішньому ринку.

Хижацький (навмисний) демпінг — це тимчасове навмисне зниження експортних цін з метою витиснення конкурентів з ринку і наступного встановлення монопольних цін.

Демпінг може здійснюватися за рахунок коштів окремих фірм, що прагнуть заволодіти зовнішнім ринком своєї продукції, і за рахунок державних субсидій експортерам.

Незважаючи на те, що демпінг приносить країні-імпортеру певну вигоду, поліпшуючи її умови торгівлі, уряди вважають усі види демпінгу іноземних виробників формами несумлінної конкуренції. Тому він заборонений як міжнародними правилами СОТ, так і національним законодавством ряду країн. Якщо факт демпінгу доведений, то країна вправі вводити торгові обмеження у вигляді антидемпінгових мит. Для законного введення антидемпінгових мит необхідна наявність двох критеріїв: продаж товару за кордон за ціною нижчою, ніж у країні походження, і нанесення матеріальних збитків галузі вітчизняної промисловості. До факторів, що негативно впливають на стан галузі вітчизняної промисловості відносяться:

- фактичне чи потенційне падіння виробництва, продажів, втрата частини ринку, прибутків, продуктивності, доходів від Інвестицій чи використання потужностей;
- вплив на внутрішні ціни;
- фактичний чи потенційний вплив на грошові обіги, товарно-матеріальні запаси, зайнятість, заробітну плату, темпи зростання, здатність залучати капітал чи інвестиції.

Субсидії. Уряди багатьох країн для розвитку певних галузей і проведення необхідної експортної політики використовують субсидування, тобто здійснюють державні дотації виробникам при їхньому виході на світовий ринок. Інакше кажучи, субсидія — це фінансова чи інша підтримка державними органами виробництва, переробки, продажу, транспортування, експорту товару, в результаті якої суб'єкт господарсько-правових відносин країни експорту одержує пільги (прибутки). Така підтримка національних товаровиробників у той же час дискримінує імпортерів.

Залежно від характеру виплат розрізняють пряме і непряме субсидування.

Прямі субсидії — це безпосередні виплати експортеру після здійснення ним експортної операції, що дорівнюють різниці між його витратами й отриманим доходом. Прямі субсидії суперечать міжнародним угодам і заборонені СОТ.

Непрямі субсидії — це приховане дотування експортерів через надання пільг щодо сплати податків, пільгові умови страхування, повернення імпортних мит і т.п.

За ознакою специфічності розрізняють *легітимні субсидії* (не дають підстав для застосування компенсаційних заходів) і *нелегітимні* (дають підстави для застосування компенсаційних заходів).

Залежно від суб'єкта, якому надається субсидія, розрізняють внутрішні і зовнішні (експортні) субсидії.

Внутрішні субсидії — це бюджетне фінансування внутрішнього виробництва товарів, що конкурують з імпортними. Вони вважаються одним з найбільше замаскованих фінансових інструментів торгової політики, а також кращим методом обмеження імпорту порівняно з імпортним тарифом і квотою, тому що не спотворюють внутрішніх цін і забезпечують менші втрати для країни (втрати для національної економіки виникають через те, що: а) внаслідок одержання субсидії неефективні місцеві товаровиробники мають можливість продавати свій товар; б) субсидії фінансуються за рахунок бюджету, тобто за рахунок податків).

Експортні субсидії — це бюджетне фінансування національних експортерів, що дозволяє їм продавати товар іноземним покупцям за нижчою ціною, ніж на внутрішньому ринку, і тим самим стимулювати експорт.

Експортні субсидії можуть надаватися в таких основних формах:

- надання підприємству прямих субсидій;
- виплата премії у випадку здійснення експортних операцій;
- установлення пільгових (за ставками, базою рахування, механізмом стягування і т.п.) транспортних чи фрахтових тарифів для експортних відвантажень порівняно з перевезеннями на національному ринку;
- безпосереднє чи опосередковане постачання державним органом імпортних чи національних товарів для використання у виробництві товарів на експорт на умовах, більш сприятливих порівняно з умовами постачання конкуруючих товарів для виробництва товарів, призначених для споживання на внутрішньому ринку, якщо такі умови вигідніші, ніж на світових ринках для їхніх експортерів;
- звільнення чи відстрочка сплати прямих податків, що повинні сплачуватися експортерами при здійсненні експортної операції, або сплати внесків у фонди соціального страхування;
- надання знижок при сплаті податків;
- установлення, у випадку виробництва і постачання товарів на експорт, звільнень по сплаті чи поверненню сплачених сум непрямих податків;

- зменшення ставок чи повернення сплачених сум податків з імпорту матеріально-технічних ресурсів, товару на експорт;

- здійснення державою програм гарантування чи страхування експортних кредитів, програм страхування чи гарантування незбільшення вартості експортованих товарів чи програм, що стосуються валютних ризиків з використанням ставок премій, недостатніх для покриття довгострокових витрат і втрат, пов'язаних з реалізацією цих програм.

Експортна субсидія знижує експортну ціну товару і попит на товар за кордоном збільшується. Внаслідок цього умови торгівлі країни, що експортує, погіршуються. Однак через зниження експортної ціни збільшується кількість одиниць експортованого товару. Оскільки через зростання експорту менше товару надходить на внутрішній ринок, внутрішня ціна на нього збільшується. Одержить країна, що експортує, виграш чи програє, залежить від того, чи удасться за рахунок збільшення обсягу продаж компенсувати втрати, пов'язані з погіршенням умов торгівлі, тобто зниженням експортної ціни.

Експортна субсидія є статтею витрати бюджету, а, значить, додатковим податковим тягарем для платників податків (витрати на фінансування субсидій дорівнюють добутку кількості товару, експортованого після введення субсидії, на розмір субсидії).

Отже, оскільки субсидії зменшують витрати виробників, вони впливають на міжнародну торгівлю шляхом штучного поліпшення конкурентоспроможності визначеної фірми на експортних ринках, чи шляхом надання переваг внутрішньої продукції перед імпортною.

Країна-імпортер при виявленні експортного субсидування (використання нелегітимної субсидії) може вводити компенсаційне мито, що стягується з товарів, які є об'єктом застосування компенсаційних заходів. Ці заходи, можна застосовувати у випадку серйозного збитку, заподіяного інтересам іншої країни, зокрема в таких випадках:

- загальний обсяг субсидування щодо вартості продукту перевищує 5%;
- субсидії покривають виробничі витрати галузі промисловості;
- субсидії, що не є одноразовим заходом, покривають виробничі витрати підприємства;
- відбувається пряме списання заборгованості урядом.

Експортні кредити. Для приховання експортних субсидій уряди використовують експортне кредитування, що передбачає фінансове стимулювання державою розвитку експорту вітчизняними товаровиробниками.

Надання експортних кредитів здійснюється у вигляді:

- субсидованих кредитів вітчизняним експортерам. Такі кредити видаються державними банками під відсоткову ставку нижчу від ринкової;
- державних кредитів іноземним імпортерам при обов'язковій умові закупівлі товарів тільки у фірм країни, що надала такий кредит.

Експортні кредити розрізняються за призначенням і термінами надання (табл. 4.2).

Таблиця 4.2

Характеристика експортного кредитування

Призначення кредиту	Терміни кредитування
Для експорту споживчих товарів і сировини	Короткострокові (на термін до 1 року)
Для експорту машин і устаткування	Середньострокові (на термін 1 - 5 років)
Для експорту інвестиційних товарів і великих проектів	Довгострокові (на термін понад 5 років)

Експортне кредитування сприяє товарному експорту, є знаряддям боротьби за зовнішні ринки збуту, прискорює темп розвитку національної економіки.

4.4. Торгова дискримінація

Торгова дискримінація пов'язана з наявністю імпортних бар'єрів, які носять дискримінаційний характер, тобто рівень митного обкладання товарів, послуг одних країн вищий ніж інших.

До основних видів дискримінаційних бар'єрів відносять торгові блоки та торгові ембарго [35, с. 237].

4.4.1. Торгові блоки

Розвиток практики створення торгових блоків підвищує значення торгової дискримінації.

Торгові блоки допускають вільну торгівлю між країнами-членами будь-якого об'єднання й одночасно вводять бар'єри проти імпорту з країн, які не входять у даний блок.

До економічних блоків відносяться: зона вільної торгівлі, митний союз, спільний ринок, економічний союз. У зоні вільної торгівлі всі бар'єри на шляху торгівлі між країнами-членами усунені, але кожна країна зберігає свої власні бар'єри в торгівлі з країнами, які не входять до цього об'єднання. Митний союз усуває бар'єри в торгівлі товарами серед країн-учасниць, а також передбачає спільну торговельну політику по відношенню до країн, що не входять до митного союзу. Спільний ринок не має торговельних бар'єрів, характеризується спільною зовнішньоторговельною політикою, а також передбачає вільне переміщення чинників виробництва між країнами-учасницями. Країни-учасниці економічного союзу на доповнення до вільного переміщення товарів, послуг, чинників виробництва уніфікують грошово-кредитну політику, оподаткування, державні витрати, використовують спільну валюту.

Оцінка вигідності проведення дискримінаційної політики залежить від бази порівняння [35, с. 239]. Якщо базою порівняння є вільна торгівля, то встановлення нових бар'єрів, які дискримінують імпорт у тих чи інших країн, є, як правило, невигідним. Якщо базою порівняння є уніфіковані тарифи,

тобто однакові для всіх товарів незалежно від країни походження, то усунення тарифів між окремими країнами може принести виграш. Таким чином, з одного боку, створення зони вільної торгівлі або митного союзу – це крок до вільної торгівлі. Крім того, коли між країнами діють уніфіковані торгові бар'єри, то створення торгового блоку, між членами якого бар'єри будуть посилені, свідчить про загальне зниження кількості існуючих у світі імпортних бар'єрів. Така ситуація наближає країни до політики вільної торгівлі й тому можна вважати, що зі створенням торговельного блоку рівень добробуту світу буде збільшуватися. З другого боку, формування торгових блоків може вплинути на зниження обсягів світової торгівлі. Так, після створення блоку країни-учасниці починають купувати дорожчі товари у постачальника, який є партнером по блоку. Підтримуючи високі тарифи на товари з дешевих джерел за межами союзу, блок буде заохочувати дороге виробництво всередині блоку (при уніфікованих же тарифах на імпортні товари споживач зацікавлений купувати товари з найдешевших джерел). Крім того, при створенні торгового блоку країни допускаються до нього вибірково, що може викликати міжнародні суперечки. Тому СОТ забороняє торгову дискримінацію.

На прикладі митного союзу можна показати сприятливість (підвищення добробуту) або руйнівність (зниження добробуту) торговельної дискримінації [35, с.240-243; 39, с.276-287]. Підвищення добробуту в митному союзі буде у випадку, коли виробництво в країні-учасниці замінюється дешевим імпортом з іншої країни-учасниці. При чому мається на увазі, що всі економічні ресурси використовуються повністю як до, так і після створення митного союзу. Це підвищує добробут країни-члена, оскільки сприяє більшій спеціалізації виробництва, яке базується на порівняльних перевагах. Митний союз також підвищує добробут третіх країн внаслідок того, що деяка частка зростання їхнього реального доходу (із-за повнішої спеціалізації виробництва) поступає до загального імпорту, який збільшився, решти країн світу. Отже, митний союз сприяє підвищенню добробуту й зростанню торгівлі за таких умов:

- чим вищі торгові бар'єри країн-членів до створення блоку, тим більше імовірність того, що формування союзу призведе до розвитку торгівлі між країнами-учасницями;
- більш низькі торгові бар'єри митного союзу на торгівлю з рештою світу зменшують ймовірність переорієнтації торгівлі, що дорого коштує;
- в умовах, коли митний союз містить значну кількість країн, вище ймовірність, що виробники з низькими цінами припинять своє існування всередині блоку;
- економіки країн-членів повинні бути конкуруючими, а не взаємодоповнюючими (наприклад, промислова країна й сільськогосподарська країна, як доповнююча);
- географічно члени митного союзу повинні знаходитися якнайближче один до одного. У цьому випадку транспортні витрати будуть менш перешкоджати росту добробуту при розвитку торгівлі між країнами-членами;

- підвищення добробуту внаслідок створення митного союзу забезпечується у випадку значного обсягу товарообігу до формування союзу та економічного взаємозв'язку між потенційними країнами-членами.

Зниження добробуту в митному союзі відбувається у випадку, коли дешевий імпорт із країн, які не входять у союз, замінюється більш дорогим імпортом із країн-членів. Це є результатом преференційної торгівлі з країнами-членами блоку. Внаслідок цього виробництво переміщується від більш ефективного виробника поза блоку до менш ефективного всередині блоку. Зниження добробуту погіршує міжнародний розподіл ресурсів і відводить виробництво від порівняльної переваги.

4.4.2. Торгове ембарго

Ембарго (торговельне) – заборона однією чи декількома державами всіх торговельних операцій з певною державою. Його мета – здійснити тиск на країну для досягнення політичних цілей і, як наслідок, підірвати економічний добробут конкретної держави, позбавити її ринків збуту.

Ембарго відноситься до агресивної торговельної дискримінації. Обмежуватися або заборонятися може не тільки традиційна торгівля товарами, а й торгівля послугами, продукцією інтелектуальної праці, капіталами (заборона щодо надання кредитів певній країні) [3, с.130-132; 23, с. 198; 35, с.251-256].

Торговельне ембарго класифікують за такими ознаками:

- за походженням рішення щодо введення ембарго: державне та міжнародне. Як правило, міжнародне ембарго вирішує вживати міжнародна організація (наприклад, ООН) стосовно держави, дії якої загрожують міжнародній безпеці. Однак, це рішення має лише рекомендаційний характер, тобто країни самостійно приймають рішення щодо його введення. Державне ембарго вводиться окремою країною;
- за обсягом застосування: повне чи часткове;
- за об'єктом впливу: на експорт, на імпорт, на транзит;
- за умовами застосування: у воєнний час, у мирний час;
- за термінами дії: на визначений термін, на невизначений термін;
- за охопленням предметів торгівлі: на один товар (товарну групу), на кілька товарів (товарних груп), на товари, послуги й продукцію інтелектуальної праці.

Наслідком запровадження ембарго є економічні втрати як для країни, котра його вводить, так і для країни, проти якої воно вводиться. Але для третіх країн, які не приєдналися до ембарго, з'являється можливість отримати додатковий виграш. Важливе значення мають обсяги заборонень. Вони показують, чи буде шкода «цільової» країни достатньою, щоб переважити власні втрати країни, яка ініціювала ембарго. Наприклад, коли країна А приймає рішення про введення ембарго на експорт у країну В, частина світової експортної пропозиції в країні В зникає, її споживачі відчувають дефіцит імпортних товарів, ціна яких підвищується. Країна А

також зазнає втрати, котрі виникають як різниця між втратами виробників і виграшем споживачів та втрата чи надлишок від експорту. Треті країни, котрі не приймають участі в ембарго, виграють завдяки додаткових продажів по вищій ціні. Втрати світу в цілому – це втрата ефективної світової торгівлі.

Успіх чи невдача ембарго залежить від ступеня торговельної еластичності. Успіх ембарго найімовірнішим буде тоді, коли: а) країна, котра вводить ембарго, має високу еластичність експортної пропозиції (може досить безболісно скоротити обсяги свого експорту); б) у «цільової» країні низька еластичність попиту на імпорт, тобто вона надто сильно залежить від зовнішньої торгівлі; в) якщо економічні санкції є масштабними й вводяться без попередження, зненацька.

Країна, яка має значну частку в світовій торгівлі та застосовує ембарго, страждає від нього менше, ніж мала країна. У великій країні більше можливостей маневру на світовому ринку і мала країна може сильно залежати від власної торгівлі з такою країною. Тому США успішно вводять ембарго проти таких малих країн як Куба, Іран, Нікарагуа, Нігерія.

Розрізняють політичний та економічний провал ембарго [35, с. 254]. Політичний провал виникає, коли керівництво в «цільовій» країні поставили на політику, яка є метою ембарго, так багато, що не будуть враховувати надзвичайно високу вартість її проведення (це, наприклад, характерно для диктаторського режиму). Економічний провал виникає, коли ембарго наносить незначну шкоду «цільовій» країні, але може привести до значних втрат у країні, котра його вводить.

4.4.3. Торговельні війни

Торгова дискримінація є характерною рисою торговельних воєн, які виникають внаслідок суперечності між економічними інтересами країн, через різні політичні мотиви. З метою підтримки національних товаровиробників та захисту національних інтересів виникає недопущення товарів певної країни на внутрішній ринок, необґрунтоване підвищення митних ставок, введення квотування, використання демпінгу, ембарго.

Торгові війни є конфліктами вищого рівня напруження, оскільки легко можуть трансформуватися в реальні військові дії. Такі конфлікти часом вимагають для їх врегулювання зусиль міжнародного співтовариства. Торгові війни можуть відбуватися між окремою країною та торговельним блоком, між торговельними блоками, між однією країною та декількома країнами, між двома окремими країнами [36, с.51, с.51-83]. Прикладами значних торговельних воєн є:

- "сталева війна", яка почалася після економічної кризи 1998 р. і не закінчена дотепер. В ній приймають участь США, Бразилія, Росія, Україна, Японія та інші країни. Її причина - введення США імпортних мит на поставки сталі з більшості країн-експортерів. Від цієї війни страждають не тільки американські сталеливарні компанії, а й порти, судноплавні, транспортні підприємства, які спеціалізуються на доставках у країну

імпортної сталі. Сукупні втрати всіх учасників цієї війни орієнтовно оцінюються у 10 млрд дол.;

- "м'ясна війна", яка відбулася між США та ЄС. Її причиною стало використання американськими виробниками яловичини гормонів, щоб тварини набирали вагу. В 1989 р. США взяли зобов'язання експортувати в Європу яловичину без гормонів. Але в травні 1999 р. ЄС звинуватив США в порушенні цієї угоди. У відповідь США підвищили мито на деякі європейські товари і збиралися на 100% підняти мито на продовольчі товари, які експортувалися з ЄС. Війна закінчилася в серпні 1999 р. за посередництвом СОТ. Сукупні збитки всіх учасників цієї війни оцінюють приблизно в 1 млрд дол.;

- «бананова війна» між ЄС і країнами Латинської Америки (1991-2012 рр.). У 1991 р. Європа безмитно відкрила свої ринки виробникам бананів із колишніх африканських колоній, але обклала додатковими митами банани латиноамериканських експортерів. Конфлікт було врегульовано за допомогою СОТ наприкінці 2012 р. підписанням відповідної угоди;

- «текстильна війна» між Японією й США, яка тривала більше 20 років Вона закінчилася примиренською угодою, але надалі була замінена «бойовими діями» на ринку телевізорів, автомобілів, напівпровідників, відеомагнітофонів тощо;

- «податкова війна» між США та ЄС, яка розпочалася в 2000 р., коли ЄС звернувся з проханням до СОТ дозволити застосувати штрафні санкції стосовно американських товарів у розмірі 4,043 млрд дол. Європейці вважали, що США субсидіювали свій експорт до Європи. СОТ попередила США про незаконність такої практики, але ніяких конкретних заходів з боку США не було здійснено. Тому 31 березня 2004 р. торговельні санкції ЄС набули чинності і в цьому році склали 315 млн. дол. Існують аналогічні санкції США проти ЄС на суму 100 млн. дол.

З різних причин така велика держава, як Росія вела й веде торговельні війни з Україною, Білорусією, Грузією, Туркменістаном, Польщею тощо.

Взагалі торговельні війни постійно відбуваються, а кількість зіткнень, як відмічають експерти, збільшується прямо пропорційно збільшенню рівня інтеграції країни у світове співтовариство й підвищенню конкурентоспроможності її товарів на ринку.

Глава 5. Наднаціональний рівень регулювання міжнародної торгівлі. Міжнародні організації з регулювання міжнародної торгівлі

5.1. Регулювання міжнародної торгівлі в системі СОТ

5.1.1. Мета, завдання, принципи діяльності СОТ

Світова організація торгівлі – головний міжнародний регулятор світової торгівлі. Вона здійснює нагляд за багатосторонньою торговельною системою, підтримує торговельні потоки шляхом стимулювання недискримінаційної, прогнозуємої торговельної політики в країнах – членах СОТ, ліквідує торговельні бар'єри за допомогою проведення багатосторонніх переговорів, створює безсторонні процедури розв'язання торговельних конфліктів між країнами-членами.

Головною метою СОТ є лібералізація міжнародної торгівлі, усунення дискримінаційних перешкод на шляху потоків товарів та послуг, вільний доступ до національних ринків і джерел сировини. Досягнення цієї мети забезпечить зміцнення світової економіки, зростання інвестицій, розширення торговельних зв'язків, підвищення рівня зайнятості й доходів в усьому світі.

Завдання СОТ:

- нагляд за станом світової торгівлі й надання консультацій з питань управління в галузі міжнародної торгівлі;
- забезпечення механізмів улаштування міжнародних торговельних спорів;
- розробка й прийняття світових стандартів торгівлі;
- нагляд за торговельною політикою країн4
- обговорення нагальних проблем міжнародної торгівлі.

Головними принципами міжнародної торговельної системи, які виокремлює СОТ, є такі:

- недискримінація, що здійснюється на підставі положень режиму найбільшого сприяння (РНС), який є пріоритетним в угодах ГАТТ, ГАТС, ТРІПС, та національного режиму, який доповнює РНС;

- вільна торгівля. Принцип передбачає проведення раундів багатосторонніх торговельних переговорів, які спрямовані на ліквідацію існуючих торговельних бар'єрів і створення умов для вільної торгівлі. Захист національної промисловості повинен здійснюватися за допомогою тарифів, ставки яких знижується. Застосування кількісних обмежень за винятком небагатьох ситуацій (труднощі з платіжним балансом, сфера сільського господарства) забороняється;

- передбачуваність. Принцип вимагає, щоб тарифні ставки були знижені і зв'язані, для уникнення подальшого підвищення. Передбачуваності розвитку торговельних процесів сприяє також вимога прозорості національної торговельної політики, що досягається шляхом інформування СОТ про застосування урядом певних інструментів торговельної політики та видавництвом законодавчих та нормативних актів з торговельної політики в засобах масової інформації;

- справедлива конкуренція. У широкому значенні «конкурентна політика» охоплює будь-яку політику, пов'язану з конкуренцією на ринку, включаючи торговельну, регуляторну, урядову політику щодо антиконкурентної діяльності державних та приватних підприємств. У вузькому значенні цей термін вживається лише для позначення законодавства або політики в галузі антиконкурентної поведінки підприємства. Основні види підприємницької практики, яка має антиконкуренті наслідки, впливає на міжнародну торгівлі та заборонена більшістю конкурентних законодавств, такі:

а) домовленості між конкурентними фірмами-виробниками ідентичної або подібної продукції;

б) антиконкурентні домовленості між фірмами по всьому виробничо-дистриб`юторському циклу;

в) зловживання домінуючим положенням;

г) злиття компаній;

- сприяння розвитку та економічним реформам. Реалізація цього принципу досягається шляхом створення умов для використання урядами країн-членів потенційних переваг участі в міжнародній торгівлі.

Найважливіші проблеми багатостороннього регулювання міжнародної торгівлі, шляхи її лібералізації вирішується на переговорах (раундах), юридичною основою яких були положення ГАТТ 1947 р. Усього відбулося 9 раундів. Деякі раунди отримали свою назву від прізвищ державних діячів, які суттєво вплинули на їх проведення, чи від назви місць їх початку

Перший раунд пройшов у Женеві в 1947 р., в якому брали участь 23 країн. Було створено Генеральну угоду з тарифів та торгівлі; здійснено 45000 тарифних поступок, які охоплювали майже половину обсягу світової торгівлі. Зниження тарифів у США в 1947 р. склало 21,1%.

Другий раунд розпочався в 1949 р. в Анессі (Франція). До ГАТТ приєдналися 9 країн. Було «здійснено обмін» 5000 тарифними поступками.

Третій раунд відбувся в 1951 р. в Торкі (Велика Британія), на якому до ГАТТ приєдналися 4 країни. Результатом переговорів стало здійснення 8700 тарифних поступок.

Четвертий раунд пройшов у Женеві в 1956 р. До ГАТТ приєдналася ще одна країна; тарифи помірно знизилися. Середньозважений тариф промислово розвинутих країн було знижено до 15%.

П'ятий раунд (1960-1961рр.) відбувся в Женеві та одержав назву «раунд Ділона». В ньому брали участь 34 країни, результати – 4400 тарифних поступок, але не було здійснено ні яких поступок щодо сільськогосподарської продукції та інших чутливих товарів, незважаючи на те, що внаслідок створення ЄЕС, очікувалося підвищення тарифів та торговельних бар'єрів на цю продукцію.

Шостий раунд (раунд Кеннеді) відбувся в Женеві (1964-1967 рр.), у якому брали участь 74 країни. На ньому було запроваджено новий метод ведення тарифних переговорів – формульний (лінійне зниження). Результатом стало зниження середнього рівня тарифів на промислові товари

на 35%. Переговори «позиція за позицією» стосовно сільськогосподарської продукції не були такими успішними. Крім тарифних питань було розглянуто деякі нетарифні заходи та прийнято Угоду про антидемпінгові заходи, Угоду про процедури митної оцінки. На раунді також розглядалися питання, щодо надання преференційного режиму країнам, що розвиваються. Починаючи з цього раунду важлива увага приділяється питанням нетарифних обмежень та проблемам торгівлі сільськогосподарською продукцією.

У *сьомому, Токійському, раунді* (1973-1979 рр.) взяли участь 99 країн, на які припадало 90% обсягів світової торгівлі. Близько 33000 тарифних ліній було зв'язано, на тисячі промислових та сільськогосподарських товарів тарифи було зменшені. Середньозважений імпортний тариф на промислову продукцію промислово розвинутих країн знизився до 6%. Було прийнято угоди, які включали правила щодо преференційних тарифів та нетарифного режиму на користь країн, що розвиваються; угоди щодо нетарифних заходів та специфічних продуктів; угоди про субсидії та компенсаційні заходи, технічні бар'єри в торгівлі, державні закупки, митну оцінку товарів, процедури ліцензування імпорту, антидемпінг, яловичину, молочні продукти, цивільну авіатехніку.

Восьмий, Уругвайський, раунд (1986-1994рр.), у якому приймали участь 117 країн, стимулював подальшу лібералізацію міжнародної торгівлі як за рахунок зниження тарифів, так і усунення тарифів на певні товарні групи. Тарифи на промислові товари промислово розвинутих країн було знижено з 6,4% до 4% (на 40%). ГАТТ 1947 р. була доповнена угодами про перевідвантажувальну інспекцію, правила походження, інвестиційні заходи, врегулювання спорів тощо. ГАТТ у новій редакції 1994 (ГАТТ 1994 р.) є основним зводом правил щодо торгівлі товарами. На цьому раунді були також, прийнято Генеральна угода про торгівлю послугами (ГАТС) та Угода про торговельні аспекти прав інтелектуальної власності (ТРІПС). Для інституційного оформлення створеної торговельної системи та забезпечення функціонування ГАТТ, ГАТС і ТРІПС було створено Світову організацію торгівлі.

Дев'ятий, Доський, раунд (2001-2013 рр.) проходив у м. Доха, Катар. На ньому в 2001 р. була прийнята Декларація IV Конференції Міністрів СОТ, яка визначила напрями для подальших торгових переговорів з таких питань:

- продовження лібералізації торгівлі сільськогосподарською продукцією. Акцент робиться на запобігання виникнення обмежень та диспропорцій на світових сільськогосподарських ринках; поліпшення доступу на ринки; зменшення всіх форм експортних субсидій; застосування особливого та диференційованого режиму для країн, що розвиваються;
- лібералізація торгівлі послугами;
- доступ на ринки несільськогосподарської продукції. Основна увага приділяється зниженню чи, де це необхідно, ліквідації імпортних тарифів, тарифних піків, усуненню нетарифних бар'єрів, зокрема це стосується продукції, яка представляє експортний інтерес для країн, що розвиваються;

- торгові аспекти прав інтелектуальної власності. Підтримка суспільної охорони здоров'я за рахунок забезпечення доступу до існуючих лікарських засобів, розробки нових лікарських препаратів, створення багатосторонньої системи повідомлення та реєстрації географічних зазначень для вин та спиртових напоїв, а також захист географічних зазначень на інші продукти, охорона традиційних знань та фольклору;

- взаємозв'язок між торгівлею та інвестиціями. Забезпечення стабільних умов для довгострокових транскордонних інвестицій, особливо прямих іноземних інвестицій, які сприятиме поширенню торгівлі, а також для активізації технічної допомоги країнам, що розвиваються;

- взаємозв'язок між торгівлею та політикою в галузі конкуренції;

- правила здійснення державних закупівель;

- сприяння торгівлі з метою прискорення товарообігу, складської та митної очистки товарів;

- механізм захисту внутрішніх ринків від недобросовісної конкуренції (антидемпінгові, компенсаційні заходи);

- врегулювання спорів;

- торгівля та навколишнє середовище. Увага приділяється взаємозв'язку між правилами СОТ та конкретними торговельними зобов'язаннями, які закріпленні в багатосторонніх економічних угодах; зниженню чи усуненню тарифних та нетарифних бар'єрів для екологічних товарів та послуг; вплив екологічних заходів на доступ до ринків;

- електронна торгівля;

- взаємозв'язок між торгівлею, заборгованістю та фінансами. Мета – сприяння вирішенню проблеми зовнішньої заборгованості країн, що розвиваються, та найменш розвинутих країн; підвищення узгодженості міжнародної торговельної та фінансової політики для запобігання торговельної системи від впливу фінансової та валютної нестабільності;

- торгівля та передача технологій. Мета – поширення потоку технологій у країни, що розвиваються;

- технічне співробітництво. Розробка нової стратегії технічного співробітництва СОТ для створення зростання та інтеграції.

Однак починаючи з 2008 р. переговори країн-членів щодо розвитку світової торгівлі зайшли у безвихідь. Базу для завершення Доського раунду переговорів створив підписаний країнами СОТ 07.12.2013 р. на о. Балі (Індонезія) так званий Балійський пакет угод. Прийнятий пакет документів має за мету подальшу лібералізацію світової торгівлі, зниження тарифів на торгівлю продукцією сільського господарства і промисловими товарами. Пакет включає угоду зі спрощення процедур у зовнішній торгівлі (скорочення бюрократичних тяганин щодо митного контролю та ін.), п'ять документів сільськогосподарської сфери (у тому числі угода щодо продовольчої безпеки та декларація з експортної конкуренції), а також чотири документа з підтримки найменш розвинутих країн (преференції найбіднішим державам, послаблення заборони на субсидії фермерам, якщо вони здійснюють допомогу голодуючим, тощо).

Цінність Балійського пакету угод полягає в тому, що мова йде про першу глобальну реформу міжнародної торгівлі та про підписання перших юридично зобов'язуючих документів СОТ з моменту створення організації.

Отже, Світова організація торгівлі – це, з одного боку, організація, а, з другого – сукупність міжнародних правових документів, багатосторонніх торговельних договорів, що визначають права та обов'язки країн – членів у сфері міжнародної торгівлі та формування національних торгових політик.

Система СОТ складається з таких багатосторонніх угод:

1) торгівля товарами:

а) Генеральна угода з тарифів і торгівлі (ГАТТ 1994 р.) та пов'язані з нею угоди:

- Угода про застосування Статті VII ГАТТ 1994 (митна оцінка);
- Угода про перевідвантажувальну інспекцію;
- Угода про технічні бар'єри в торгівлі;
- Угода про застосування санітарних та фітосанітарних заходів;
- Угода про процедури ліцензування імпорту;
- Угода про захисні заходи;
- Угода про субсидії та компенсаційні заходи;
- Угода про застосування Статті VI ГАТТ 1994 (антидемпінг)
- Угода про пов'язані з торгівлею інвестиційні заходи;
- Угода про текстиль та одяг;
- Угода про сільське господарство;
- Угода про правила визначення походження

б) домовленості та рішення:

- домовленість про положення ГАТТ 1994 р. щодо платіжного балансу;
- рішення щодо випадків, коли митні адміністрації мають підстави для сумнівів щодо правдивості або точності задекларованої вартості;
- домовленість про тлумачення Статті XVII ГАТТ 1994 р. (державні торговельні підприємства);
- домовленість про правила і процедури врегулювання суперечок;
- домовленість про тлумачення Стаття II: 1 (б) ГАТТ 1994 р. (зв'язування тарифних поступок);
- рішення про торгівлю та охорону навколишнього природного середовища;
- механізм огляду торговельної політики

2) торгівля послугами: Генеральна угода про торгівлю послугами (ГАТС);

3) права інтелектуальної власності: Угода про торговельні аспекти прав інтелектуальної власності (ТРІПС).

До основних правових документів відносяться також багатосторонні торговельні угоди з обмеженою кількістю учасників:

- Угода про торгівлю цивільною авіатехнікою;
- Угода про державні закупівлі.

5.1.2. Регулювання міжнародної торгівлі товарами

Головні правила торгівлі товарами сформульовані в Генеральній угоді з тарифів і торгівлі 1994 р., яка складається з чотирьох частин:

«Загальні положення», «Правила торговельної політики», «Процедурні питання», «Торгівля та розвиток».

У практиці регулювання міжнародної торгівлі існують чотири основних правила, установлених Генеральною угодою з тарифів та торгівлі.

Перше правило: захист національної промисловості здійснюється тільки за допомогою тарифів.

Незважаючи на те, що ГАТТ спрямована на поступову лібералізацію торгівлі, в ній визначається, що країни можуть бути змушені захищати національне виробництво від іноземної конкуренції. Однак ГАТТ вимагає, щоб захист здійснювався за допомогою тарифів. Застосування кількісних обмежень (імпортних квот, ліцензій) забороняється.

Друге правило: тарифні ставки повинні бути зниженні та зв’язані, щоб уникнути подальшого підвищення.

Від країн потрібно, щоб тарифи й інші заходи, що використовуються з метою захисту внутрішнього ринку, були знижені, а там де можна – скасовані шляхом проведення багатосторонніх торгових переговорів. У результаті торговельних переговорів країни-члени СОТ домовляються відкриті свої внутрішні ринки для іноземних товарів і «зв’язують» себе відповідними зобов’язаннями.

Знижені та зв’язані в такий спосіб тарифи не підлягають підвищенню, про що вказується в національному Розкладі поступок країни. Розклад поступок є невід'ємною частиною правової системи ГАТТ.

Третє правило: торгівля на підставі положень режиму найбільшого сприяння (РНС).

Суть положень цього режиму зводиться до того, що торгівля не повинна бути дискримінаційною. РНС – умова, закріплена в міжнародних торгових угодах, що передбачають надання договірними сторонами один одному всіх прав, переваг і пільг, якими користується і/чи буде користуватися будь-яка третя держава.

Четверте правило: торгівля на основі положень національного режиму.

Принцип національного режиму доповнює принцип РНС і припускає, що імпортний товар, що перетинає кордон після оплати мита й інших зборів, повинен одержувати режим не менш сприятливий, ніж режим, який одержують аналогічні товари, виготовлені вітчизняними товаровиробниками. Тому країна не може накладати на імпортні товари, після того як товар надійшов на територію країни після оплати мита на кордоні, внутрішні податки (наприклад податок із продажу) по вищих ставках, ніж ті, що застосовуються до подібних вітчизняних товарів. Аналогічно правила, які регулюють продаж і закупівлю товарів на вітчизняному ринку, не повинні бути більш жорсткими щодо імпортних товарів.

5.1.3. Регулювання міжнародної торгівлі послугами

Міжнародне регулювання сфери торгівлі послугами здійснюється на основі Генеральної угоди про торгівлю послугами (ГАТС). Вона спрямована на сприяння економічному зростанню всіх торговельних партнерів та розвитку країн, що розвиваються, через поширення торгівлі послугами, і намагається досягти цього шляхом застосування до торгівлі послугами правил ГАТТ.

ГАТС охоплює міжнародну торгівлю послугами, за винятком послуг, що надаються органами державної влади, та багатьох авіатранспортних послуг.

ГАТС, по-перше, є комплексною угодою, оскільки містить головні правила, що стосуються всіх видів послуг, додатки щодо специфічних послуг та секторів, схеми специфічних зобов'язань для кожного члена, а, по-друге, рамковою угодою, що забезпечує стартові умови та правила, які сторони надалі будуть уточнювати та корегувати [2, с.287-320; 41, с.203-223].

Структура ГАТС містить 6 частин: «Сфера застосування та визначення», «Загальні зобов'язання і дисципліна», «Конкретні зобов'язання», «Подальша лібералізація», «Інституціональні положення», «Заключні положення».

До найважливіших загальних зобов'язань відносяться такі:

1) забезпечення режиму найбільшого сприяння (РНС);

2) прозорість правил з торгівлі послугами. Це зобов'язання передбачає створення інформаційних і контактних пунктів;

3) взаємне визнання кваліфікації, необхідної для надання послуг;

4) правила щодо монополій, ексклюзивних постачальників послуг та іншої ділової практики, що обмежує конкуренцію;

5) заходи, спрямовані на лібералізацію торгівлі, зокрема, на забезпечення більшої участі країн, що розвиваються.

Конкретні зобов'язання – це зобов'язання, що беруть на себе окремі країни щодо тих чи інших секторів послуг. У кожному з обраних секторів послуг країна зобов'язана брати зобов'язання щодо доступу на ринок, національного режиму та інші зобов'язання.

Постачання послуг здійснюється чотирма способами:

1) транскордонне постачання, тобто надання послуг через кордон. Постачальник і споживач послуги не переміщаються через кордон, його перетинає тільки послуга;

2) споживання за кордоном, тобто переміщення споживачів до країни експорту;

3) комерційна присутність, тобто створення комерційної присутності в країні, в якій повинні надаватися послуги (відкриття філії чи дочірньої компанії);

4) присутність фізичних осіб, тобто тимчасовий переїзд фізичних осіб до іншої країни заради надання там послуг.

Виділення таких способів постачання послуг спрямовано на посилення ідентифікації відповідних заходів регулювання.

5.1.4. Регулювання міжнародної торгівлі продукцією інтелектуальної праці

Необхідність охорони прав інтелектуальної власності пов'язана з поширенням у міжнародному торговельному обігу копій та аналогів товарів, які законно захищені авторськими правами, товарними знаками, патентами.

Будь-яке несанкціоноване використання інтелектуальної власності є порушенням прав власника.

Регулювання міжнародної торгівлі продукцією інтелектуальної праці в правовій системі СОТ здійснюється на основі Угоди про торговельні аспекти прав інтелектуальної власності (Угода ТРІПС). Вона розширює сферу регулювання міжнародних торговельних процесів і суттєво вдосконалює систему захисту прав інтелектуальної власності [2, с.326-363; 41, с.255-267].

Угода ТРІПС складається з 7 розділів: «Загальні положення та основні принципи», «Стандарти щодо наявності, сфери дії та використання прав інтелектуальної власності», «Захист прав інтелектуальної власності», «Набуття та підтримання чинності прав інтелектуальної власності та відповідні процедури INTER PARTES», «Запобігання та врегулювання суперечок», «Домовленості на перехідній період», «Інституційні домовленості: заключні положення».

Угода ТРІПС ґрунтується на положеннях основних міжнародних конвенцій з прав інтелектуальної власності (ПІВ). Її важливою рисою є те, що закладений міжнародними конвенціями стандартний захист одержав правовий захист.

Від країн вимагається не вдавитися до дискримінації іноземців, а також між іноземцями та вітчизняними громадянами щодо набуття, обсягу та збереження прав інтелектуальної власності, тобто від країн вимагається поширення РНС та національного режиму.

До об'єктів інтелектуальної власності в Угоді ТРІПС відносяться: авторське право та суміжні права; товарні знаки; географічні позначення; промислові зразки; патенти; компонування (топографії) інтегральних мікросхем; нерозголошувана інформація.

Права інтелектуальної власності обмежені за термінами. Мінімальний період охорони відрізняється залежно від країни.

Мінімальний період охорони:

- патентів – 20 років з моменту подачі заяви на патент;
- товарних знаків – 7 років з моменту початкової реєстрації і кожного поновлення реєстрації. Реєстрація відновлюється на невизначений термін;
- промислових зразків – щонайменше 10 років.
- авторське право – впродовж життя автора плюс 50 років;
- топології інтегральних схем – 10 років з дати реєстрації або, коли реєстрація не потрібна, 10 років з дати першого використання.

Щоб поліпшений і посилений захист ПІВ не позначався негативно на передачі технологій на розумних комерційних умовах, передбачається, що

країни можуть вживати відповідні заходи, включаючи заходи законодавчого характеру, для запобігання власниками інтелектуальної власності зловживанню своїми правами, а також прийняттю практики, яка стримує торгівлю чи несприятливо впливає на передачу технологій.

В Угоді сформульовано зобов'язання урядів країн-членів передбачати у своєму національному законодавстві процедури і гарантії, спрямовані на те, щоб забезпечити ефективну реалізацію ПІВ.

Виконання положень Угоди допомагає контролювати виробництво та торгівлю підробленими та піратськими товарами, а також удосконалювати комерційним підприємствам свою стратегію продажу на закордонних ринках, для чого їм необхідно вивчати чи підлягають патентуванню або іншому виду захисту ПІВ на конкретному експортному ринку ті процеси, які вони застосовують для виробництва конкретного товару, чи будь-якої його складової.

5.2. Регулювання міжнародної торгівлі в системі ООН

5.2.1. Сприяння розвитку міжнародної торгівлі ЮНКТАД

У регулюванні міжнародної торгівлі важливе місце займає Конференція ООН з торгівлі й розвитку (ЮНКТАД). Це – орган Генеральної Асамблеї ООН, заснований у 1964 р. Її утворення ґрунтувалося на тій підставі, що ГАТТ біла напівзакритою організацією, своєрідним «клубом обраних» вхід до якого був закритим для багатьох країн. Тому за ініціативою соціалістичних і низки країн, що розвиваються, було вирішено створити орган в системі ООН, який би регулював міжнародну торгівлю за принципами, як передбачалося, більш справедливими. Головна ідея полягає в переносі наголосу в механізмі регулювання на користь країн, що розвиваються, особливо найменш розвинутих. Ці принципи знайшли особливе відбиття в «Хартії економічних прав і обов’язків держав», яку було розроблено ЮНКТАД і прийнято Генеральною Асамблеєю в 1976 р.

Головна мета ЮНКТАД – сприяння розвиткові міжнародної торгівлі для прискорення міжнародного розвитку, особливо країн, що розвиваються, допомога їм у вирішенні проблем, які виникають у зв’язку з процесами глобалізації та інтеграції в світову економіку на рівноправній основі.

ЮНКТАД досягає цих цілей шляхом досліджень та аналізу політики, міжурядових нарад, технічного співробітництва та взаємодії з підприємницьким сектором.

Основні завдання ЮНКТАД:

- аналіз тенденцій у глобальній економіці та оцінка їхнього впливу на розвиток;
- сприяння країнам, що розвиваються, зокрема найменш розвинутим країнам у максимальному посиленні позитивного впливу глобалізації та лібералізації торгівлі, а також їхньої інтеграції в міжнародну торговельну систему та активної участі в міжнародних торгових переговорах;

- вивчення глобальних тенденцій у потоках прямих іноземних інвестицій та їхній вплив на торгівлю, технології, економічний розвиток;
- допомога країнам, що розвиваються, в залученні інвестицій;
- допомога країнам, що розвиваються, в розвитку підприємств та підприємництва, зокрема, малих та середніх підприємств;
- допомога країнам, що розвиваються, та країнам з перехідною економікою в підвищенні ефективності установ сприяння торгівлі.

Діяльність ЮНКТАД проводиться за трьома напрямами:

1. Міжурядові наради із залученням експертів. Міжурядові переговори під егідою ЮНКТАД сприяють запровадженню справедливих умов торгівлі. Результати переговорів знайшли відображення у низці важливих документів: принципах «Нового міжнародного економічного порядку» , Угоді про Загальну систему преференцій, яка передбачає пільговий режим для експорту країн, що розвиваються в промислово розвинені країни, Угоді про Глобальну систему преференцій між країнами, що розвиваються, Інтегрованій програмі для сировинних товарів (ІПСТ) тощо.

Крім суто торговельних, ЮНКТАД відає й іншими питаннями міжнародного економічного співробітництва. Це валюта і фінанси; морські перевезення; страхування передачі технологій; міжнародні інвестиції.

2. Проведення досліджень, аналіз стратегій та збір даних, які використовуються при нарадах представників урядів та експертів. Аналітична діяльність охоплює такі сфери: тенденції світової економіки та їх вплив на процес розвитку; макроекономічна політика; конкретні проблеми розвитку, використання успішного досвіду розвитку країнами, що розвиваються, й країнами з перехідною економікою; питання, пов’язані з фінансовими потоками й заборгованостями. За результатами досліджень складається банк інформації, яка надається країнам-членам.

3. Надання технічної допомоги країнам, що розвиваються. Діяльність ЮНКТАД у галузі технічного співробітництва охоплює понад 300 проектів у більш ніж 100 країнах, на які вона щорічно надає близько 24 млрд дол.

Головним завданням ЮНКТАД з початку XXI ст. стало проведення заходів щодо ефективної інтеграції всіх країн у світову торговельну систему.

Нині посилюється роль ЮНКТАД у вирішенні таких питань:

- діагностика причин відсутності прогресу в найменш розвинутих країнах у сфері розвитку та розробка рекомендацій щодо їх ліквідації;
- посилення підтримки співробітництва Південь – Південь;
- поширення міжнародного співробітництва щодо підтримки розвитку сировинного сектору;
- розроблення заходів щодо подолання негативних наслідків зміни клімату для торгівлі та розвитку країн, що розвиваються;
- розвиток енергетичного сектору з позицій залучення нових інвестицій в енергетичну інфраструктуру та розробку альтернативних джерел енергії, а також ефективного енергокористування;
- надання допомоги країнам у постконфліктному та посткризовому відновлюванні економічного механізму, пов’язаному з торгівлею та розвитком;

- розробка механізмів передавання технологій та їх глобального розповсюдження;
- взаємодія з організаціями системи ООН щодо сприяння країнам, що розвиваються, доступу на ринки розвинутих країн, які застосовують різноманітні тарифні бар'єри;
- сприяння лібералізації та поширенню торгівлі країн, що розвиваються в рамках програми «Сприяння торгівлі».

Таким чином, ЮНКТАД виступає в ролі координаційного центру ООН по комплексному розгляду проблем міжнародної торгівлі та розвитку, а також відповідних питань у галузі фінансів, технологій, інвестицій, інновацій.

5.2.2. Специфіка діяльності МТЦ у сфері міжнародної торгівлі

Міжнародний торговельний центр ЮНКТАД/СОТ (МТЦ) є спільним допоміжним органом технічного співробітництва між СОТ та ООН. Був утворений у 1964 р. в рамках ГАТТ, а з 1968 р. увійшов також до структури ЮНКТАД. Членами МТЦ є члени СОТ та ЮНКТАД. Штаб-квартира знаходиться у Женеві.

Головна ціль МТЦ – допомога країнам, що розвиваються, у розробці та впровадженні програм з розвитку експорту та з удосконалення технології імпортування.

Основні завдання МТЦ:
- сприяння інтеграції підприємств країн, що розвиваються, у світову торговельну систему;
- підтримка національних програм реалізації стратегій торговельного розвитку;
- підтримка розвитку торговельної інфраструктури;
- підвищення ефективності експорту в перспективних секторах економіки;
- сприяння розвитку міжнародної конкурентоспроможності країн-членів у цілому та в секторі малих та середніх підприємств зокрема.

Однією з головних програм МТЦ по регулюванню міжнародної торгівлі є «Сприяння торгівлі». Це – комплексна модель технічної допомоги в розвитку експорту, яка є основою його стратегічного розвитку та функціонування. Модель розвиває торговий потенціал країн на трьох рівнях:

I рівень: керівні органи та установи, що приймають стратегічні рішення;

II рівень: установи сприяння торгівлі (УСТ);

III рівень: малі та середні підприємства (МСП).

Мета моделі – допомогти суб'єктам цих трьох рівнів у вивченні цільових ринків, знайти можливості для здійснення ефективних експортних операцій.

Модель технічної допомоги грунтується на трьох стратегічних цілях, восьми підцілях та дев'яти відповідних показниках (табл. 5.1).

Таблиця 5.1

Стратегічні цілі, підцілі та їх показники МТЦ

Стратегічні цілі МТЦ	**Підцілі МТЦ**	**Показники**
1. Підтримка керівних органів щодо інтеграції національного підприємницького сектору в міжнародну економіку	1.1. Розробка керівними органами програм та політичних заходів, спрямованих на розвиток торгівлі	Кількість розроблених та впроваджених стратегічних програм розвитку торгівлі. Кількість національних програм розвитку, які містять заходи щодо розвитку торгівлі за підтримкою МТЦ
	1.2. Розуміння керівними органами потреб бізнесу та створення сприятливих умов для підприємницької діяльності	Кількість національних установ, що діють у рамках багатосторонніх торговельних домовленостей завдяки підтримці МТЦ
	1.3. Залучення підприємницького сектору в процес торговельних переговорів	Кількість випадків, в яких завдяки підтримці МТЦ позиції держави були підкріплені участю підприємницького сектору
2. Розвиток спроможності постачальників послуг у сфері торгівлі до підтримки бізнесу	2.1. Надання УСТ послуг, які відповідають вимогам підприємств-клієнтів	Збільшення кількості УСТ, які завдяки підтримці МТЦ підвищили свій рейтинг відповідно системі оцінювання установ сприяння торгівлі МТЦ
	2.2. Ефективне представництво підприємницького сектору силами УСТ як чинник формування сприятливого для підприємництва середовища	Кількість пропозицій, поданих УСТ компетентним органам
3. Підвищення конкурентоспроможності підприємств на міжнародному ринку	3.1. Розробка підприємствами діючих стратегій розвитку міжнародного бізнесу	Збільшення кількості підприємств, які отримали можливість розробляти діючі стратегії розвитку міжнародного бізнесу завдяки освітнім програмам МТЦ щодо управління експортними операціями
	3.2. Готовність підприємств до здійснення експортних операцій	Збільшення кількості підприємств, які отримали можливість підготуватися до здійснення експортних операцій завдяки освітнім програмам МТЦ
	3.3. Готовність підприємств перетворювати комерційні можливості в комерційну діяльність	Збільшення кількості підприємств, які знайшли потенційних покупців і уклали угоди завдяки підтримці МТЦ

Модель технічної допомоги в розвитку експорту включає п’ять ключових завдань (напрямів діяльності):

- експортна стратегія. Відповідальні особи повинні правильно визначити пріоритети, розробити та реалізувати план розвитку експорту з врахуванням вимог ринку;

- підприємницький сектор у торговельній політиці. Керівні органи повинні інтегрувати підприємницький сектор у торговельну політику, в процес регіональних та багатосторонніх переговорів. Результатом таких заходів повинна стати розробка та реалізація торговельної політики, яка відображає потреби бізнесу;

- посилення позицій установ сприяння торгівлі. УСТ повинні надавати малим та середнім підприємствам, а також урядовим органам більш ефективні послуги, що приведе до збільшення експортних ресурсів МСП і дозволить УСТ організувати зростання торгового потенціалу;

- аналітична діяльність у сфері торгівлі. Необхідно розширити можливості клієнтів щодо одержання аналітичної інформації, яка стосується торговельної сфери, за допомогою МТЦ;

- конкурентоспроможність експортерів. Діючі та потенційні МСП-експортери повинні підвищити показники експортної діяльності та поширити присутність на ринку.

Ці напрями діяльності ґрунтуються на трьох принципах, дотримуючись яких можна досягти більш значних результатів:

- концентрація, тобто розвиток не в ширину, а в глибину і орієнтація на конкретні потреби клієнтів;

- охоплення, тобто розширення охоплювання шляхом розвитку відносин стратегічного партнерства та мобілізації ресурсів;

- інтеграція, тобто відмова від розрізнених заходів на користь ініціативних, орієнтованих на клієнта дій.

Такий підхід дозволяє МТЦ стати провідним партнером-постачальником технічної допомоги у сфері торгівлі та посилити конкурентоспроможність МСП на міжнародному ринку.

МТЦ розроблюються національні, регіональні та міжнародні програми, використання яких допомагає Центру реалізовувати стратегічні цілі та завдання в сфері розвитку торгівлі.

Національні програми. МТЦ розроблена дворівнева методика надання допомоги в торговельній сфері на національному рівні. Вона передбачає цільові заходи на національному рівні та комплексні національні програми. Методика ґрунтується на чотирьох принципах:

- потреби: кожна програма повинна бути орієнтована на вирішення актуальних для країни завдань, які сформульовані в стратегічних документах;

- координація та партнерські відносини: всі заходи повинні бути погоджені з усіма ініціативами МТЦ, а у випадку необхідності – із заходами інших організацій;

- участь та сталість: будь-яка програма повинна реалізовуватися у співробітництві з провідними партнерами в даній країні, що дозволить забезпечити сталий розвиток після завершення проекту;

- результати: для оцінки ефективності програми необхідно складати аналітичний план.

Регіональні програми. В них МТЦ концентрує увагу на таких питаннях:

- розвиток регіональних торговельних потоків з метою реалізації можливостей регіонального ринку;
- формування міжнародних виробничо-збутових мереж з метою підвищення конкурентоспроможності в масштабі регіону;
- розширення ресурсів сприяння торгівлі (шляхом створення регіональних експертних центрів);
- підтримка програм регіональної інтеграції;
- посилення процесу взаємозбагачення національних та регіональних технічних ресурсів у галузі упакування, контролю якості та додержання стандартів, логістики, доступу до торгової інформації та її аналізу;
- сприяння регіональним заходам, спрямованим на ліквідацію торговельних обмежень, з метою спрощення доступу як до внутрішньорегіонального, так й позарегіонального ринку.

Цілі будь-якої регіональної програми повинні відповідати національним та регіональним пріоритетам.

Міжнародні програми МТЦ. Міжнародна діяльність МТЦ поділяється на п’ять напрямів:

1) корпоративна діяльність. У цій напрям включають усі заходи МТЦ, які забезпечують надання технічної допомоги на місцях;

2) експертні наради. Цей напрям передбачає проведення тренінгів, які присвячуються окремим програмам та найважливішим заходам міжнародного значення;

3) веб-сайти, публікації, електронна освіта. Клієнти МТЦ одержують доступ до найважливішої інформації;

4) розробка національних, регіональних та тематичних програм у рамках напрямів діяльності МТ.;

5) фінансування пріоритетних програм

Таким чином, програми МТЦ спрямовані на стратегічне та оперативне вивчення ринкової кон’юнктури; надання кола господарчо-консультаційних послуг; управління торговельною інформацією; розвиток навчання в галузі експорту; розвиток галузевого виробництва та галузевих ринків; торгівлю послугами; управління виробничо-збутовим ланцюжком.

5.2.3 Напрями діяльності ЮНСІТРАЛ в галузі міжнародного торговельного права

Комісія ООН з питань права міжнародної торгівлі (ЮНСІТРАЛ) заснована в 1966 р. Вона є головним правовим органом ООН в галузі питань з права міжнародної торгівлі. Головна мета ЮНІСТРАЛ – зменшувати та усувати розбіжності, що виникають внаслідок застосування законів різних

держав з питань міжнародної торгівлі, які перешкоджають міжнародним торговельним потокам, розвитку міжнародної торгівлі.

Основні завдання ЮНІТРАЛ:

- сприяння узгодженню та уніфікації права міжнародної торгівлі;
- координація роботи міжнародних організацій в сфері права міжнародної торгівлі;
- сприяння широкої участі держав в існуючих міжнародних конвенціях і розробці нових міжнародних конвенцій з права міжнародної торгівлі;
- підготовка кадрів в галузі права міжнародної торгівлі, особливо для країн, що розвиваються.

Діяльність ЮНСІТРАЛ знаходить головне вираження в розробленні й прийнятті конвенцій - документів, у яких містяться узгодженні норми, принципи й стандарти в галузі міжнародного торговельного права.

Законодавство, що розробляється Комісією, поширюється на такі галузі:

1. Міжнародна купівля-продаж товарів та пов'язані з нею угоди. В цій галузі розроблені такі документи:

- Конвенція про позовну давність у міжнародній купівлі-продажу товарів (1974 р.);
- Конвенція ООН про договори міжнародної купівлі-продажу товарів (Віденська конвенція, 1980 р.);
- Правовий порадник з міжнародних зустрічних торговельних угодам (1992 р.);
- Керівництво ЮНСІТРАЛ для законодавчих органів щодо забезпечених угод (2009 р.).

2. Міжнародні перевезення. Основні документи цієї галузі:

- Конвенція ООН про морське перевезення вантажів («Гамбурзьке право», 1978 р.);
- Конвенція ООН про відповідальність операторів транспортних терміналів у міжнародній торгівлі (1992 р.).
- Конвенція ООН про договори повністю або часткового морського міжнародного перевезення вантажів (2008 р.).

3. Міжнародний торговельний арбітраж та погоджувальні процедури. Комісією розроблено:

- Арбітражний регламент ЮНСІТРАЛ (1976 р.);
- Погоджувальний регламент ЮНСІТРАЛ (1980 р.);
- Типовий закон ЮНСІТРАЛ про міжнародний торговельний арбітраж (1985 р.);
- Коментарії ЮНСІТРАЛ щодо організації арбітражного розгляду (1996 р.);
- Типовий закон ЮНСІТРАЛ про міжнародну комерційну погоджувальну процедуру (2002 р.).

4. Державні закупівлі та розвиток інфраструктури. Основні документи:

- Типовий закон ЮНСІТРАЛ про закупівлю товарів (робот) та послуг (1994 р.);

- Порадник ЮНСІТРАЛ для законодавчих органів по проектам в галузі інфраструктури, які фінансуються з приватних джерел (2001 р.).

5. Контракти на капітальне будівництво. У 1988 р. було опубліковано Правовий порадник ЮНСІТРАЛ зі складання міжнародних контрактів на будівництво промислових об'єктів.

6. Міжнародні розрахунки. Документи цієї галузі:

- Конвенція ООН про міжнародні перевідні векселі й міжнародні прості векселі (1988р.);
- Типовий закон ЮНСІТРАЛ про міжнародні кредитні перекази (1992 р.);
- Конвенція ООН про незалежні гарантії та резервні акредитиви (1995 р.);
- Конвенція ООН про поступку дебіторської заборгованості в міжнародній торгівлі (2001р.).

7. Електронна торгівля. В цій галузі розроблено закони:

- Типовий закон ЮНСІТРАЛ про електронну торгівлю (1996 р.);
- Типовий закон ЮНСІТРАЛ про електронні підписи (2001 р.).

8. Транскордонна неплатоспроможність. До цієї галузі відносяться:

- Типовий закон ЮНСІТРАЛ про транскордонну неплатоспроможність (1997 р.);
- Посібник для законодавчих органів з питань законодавства про неплатоспроможність (2004р.). Його мета – створення ефективної законодавчої бази з питань фінансових труднощів, які зазнають боржники.
- Практичне керівництво з питань співробітництва у справах транскордонної неплатоспроможності (2009 р.).

Важливим напрямом діяльності ЮНСІТРАЛ є технічне співробітництво та допомога в застосування законодавчих актів. Про успішне застосування законів свідчить використання їх різними державами. Вони беруться за основу при удосконаленні торговельного законодавства. ЮНСІТРАЛ розповсюджує інформацію про зміст правових документів із зазначенням їх переваг. Технічне співробітництво та допомога країнам реалізуються шляхом виконання різних заходів: сприяння процесам регіональної гармонізації торговельного законодавства на основі відповідних документів Комісії, контроль за розробкою конкретних законів, які вводять у дію типові закони ЮНСІТРАЛ, тощо.

Розділ III. Торгова політика Європейського Союзу

Глава 6. Єдина торгова політика ЄС як основа європейської інтеграції

6.1. Формування і організація єдиної торгової політики

Єдина торгова політика ЄС є, по суті, політикою в сфері регулювання зовнішньоторговельних відносин. Вона виникла і розвивається з другої половини XX ст. у зв'язку з формуванням і поширенням процесів інтеграції в Європі.

У всіх регіонах світу наприкінці 1980-х рр. стала прослідковуватися та домінувати тенденція до уніфікації економічної політики. В цих умовах стала необхідною подальша координація зусиль європейських країн у зовнішньоекономічній діяльності для забезпечення успішного функціонування компаній із країн Європейського співтовариства на зовнішньому та внутрішньому ринках. Для країн Європейського співтовариства була характерна висока залежність від зовнішнього ринку та зовнішньоекономічної діяльності. Це ще більше загострило проблеми підтримки конкурентоспроможності європейських компаній на світовому ринку і їх захисту на внутрішньому ринку. Причиною низької конкурентоспроможності європейських фірм тривалий час була відособленість національних ринків і застосування ними різноманітних захисних та стимулюючих заходів. Це обумовлювалося таким:

- економічний розвиток окремих країн ЄС не дозволяв у повній мірі протистояти основним конкурентам – США та Японії, а в останні роки новим індустріальним країнам;
- різниця в правилах застосування захисних заходів дозволяла конкуруючим фірмам проникати на ринки одних країн через ринки інших, які були менш захищеними від іноземної конкуренції;
- неузгодженість заходів стимулюючого характеру збільшувала кількість дрібних конкурентів на ринку одного товару, що підсилювало конкурентні позиції американських та японських ТНК [8,с.125].

Основними передумовами розробки єдиного підходу до захисту національного, тобто європейського, ринку стали:

- загострювання конкуренції;
- вихід країн на новий рівень протекціоністського захисту;
- залучення до конкуренції сфери послуг та науково-технічних знань.

Принципи і правила формування єдиної зовнішньоторговельної політики, що були закладені в основу Римського договору про створення Європейського економічного співтовариства, були переглянуті та доповнені. Вони знайшли відображення в Маастріхському та Амстердамському договорах. Поняття «зовнішньоторговельна політика» було розширено, а узгоджені дії стали поширюватися на всі сфери зовнішньоекономічної діяльності. В рамках ЄС було розроблено єдину комерційну політику відносно третіх країн. Вона узагальнила досвід захисту конкурентних переваг європейського ринку.

Розширювання міжнародної торгівлі та посилення конкуренції перетворили єдину торгову політику ЄС у найважливіший напрям інтеграційної взаємодії. Об'єднання зусиль в області міжнародної торгівлі сприяло підвищенню авторитету ЄС у світі. Перспектива поширення та консолідації єдиного ринку посилила позиції ЄС як на двосторонніх переговорах з окремими партнерами, так і на багатосторонніх переговорах у рамках ГАТТ. Так, зокрема СОТ вважає, що в перспективі модель взаємодії та лібералізації торгівлі в рамках ЄС може слугувати прикладом для оформлення співробітництва між членами СОТ.

Оскільки ринок ЄС є найбільшим, він суттєво впливає на стан світової торгівлі та розробку правил її регулювання. Однак. в окремих випадках цей вплив може мати асиметричний характер, тобто ринок ЄС і його регулювання більш важливі для інших країн, ніж ринок цих країн - для ЄС. Прикладом цього може слугувати Австралія. Так на частку ЄС припадає 15% обсягу австралійського експорту і 24% австралійського імпорту. при цьому частка Австалії в загальному обсязі європейської торгівлі становить лише 2% [8, с. 127].

Важливу роль для багатьох країн, які не входять у ЄС, грають питання зовнішньоторговельного регулювання. Шляхом послідовного проведення переговорів Євросоюзом була сформована система зовнішньоторговельних відносин з окремими країнами, яка приймала до уваги їхню специфіку та значення для європейського ринку. Для кожної групи країн, що мають спільні специфічні риси і значення для ЄС як торгових партнерів, було розроблено особливі форми відносин і визначені преференції. Це стало важливою конкурентною перевагою ЄС порівняно з заокеанськими конкурентами, оскільки дозволило у визначених межах закріпити свої позиції на найцікавіших для них ринках.

Торгова політка ЄС одночасно виступає результатом і інструментом європейської інтеграції. Вона слугує не тільки головним регулятором інтеграції, сприяє її розвитку, а й відображає та втілює її результати і потреби. Чим тісніше торгова політика зв'язана з процесами, що відбуваються в суспільстві, повніше віддзеркалює умови та потреби розвитку, тим більш успішно впливає на процеси, які вона регулює.

Правове регулювання торгівлі ЄС не відміняє і не замінює правові норми держав-членів. Воно виходить з того, що завдання формування єдиного ринку може бути виконано лише у випадку, якщо визначальні його правові норми єдині в головному і схожі в решті. Інтереси зовнішньої торгівлі ЄС потребують, щоб загальний ринок функціонував у межах єдиного правового простору.

Із самого початку формування єдиної торгової політики виходили з того, що слід добитися зближення права країн-учасниць у той мірі, яка необхідна для належного функціонування єдиного ринку. Країни ЄС, з одного боку, не відмовлялись від свого права, а з другого - погодились з тим, що у сфері зовнішньої торгівлі повинно відбуватися зближення національних торгових систем.

Вихідні положення з питання гармонізації національних законодавств викладено у Римському договорі. Особлива увага приділялася тому, щоб національні правові акти не порушували умови конкуренції в рамках єдиного ринку. Якщо таке мало місце - даний акт повинно було відміняти.

Розвиток і поглиблення інтеграції сприяло посиленню контролю за відповідністю норм національного права принципам єдиного ринку. Відмова будь-якої країни від виконання заходів щодо гармонізації національних законодавств стає предметом особливого розгляду. Згода на застосування національних норм права дається тільки після надання доказів того, що ці норми не є засобом необґрунтованої дискримінації або прихованих обмежень у торгівлі між державами-членами.

Правове регулювання міжнародної торгівлі реалізується насамперед шляхом розподілу повноважень між ЄС та країнами-учасницями. Внаслідок цього склалися три сфери повноважень: в першу входять виняткові повноваження ЄС, у другу - спільні повноваження, в третю – повноваження, які країни-члени зберігають за собою і на які не розповсюджується торгова політика ЄС [8.с.129].

Торгова політика ЄС формується і реалізується за допомогою двох типів законодавства: первинного та вторинного.

До первинного законодавства відносяться засновницькі договори ЄС, договори, які вносять до них зміни (ревізійні договори), договори про вступ нових країн-членів у ЄС. Відповідно з ними регулювання відносин з третіми країнами та іншими суб'єктами міжнародних економічних відносин здійснюється погоджено. Компетенція єдиної торгової політики поширюється на торгівлю товарами, послугами, продукцією інтелектуальної власності. До інших питання, які частково відносяться до компетенції єдиної торгової політики, відносяться: непряме оподаткування, застосування стандартів і заходів технічного регулювання, патентна політика та додержування зобов'язань прав інтелектуальної власності.

Акти вторинного законодавства з питань торгової політики мають такі основні правові форми:

- регламенти. Вони є обов'язковими і мають пряму дію в країнах-членах ЄС, тобто підлягають застосуванню владою і судовими органами всіх держав-членів незалежно від того, чи виступала дана держава за їхнє прийняття чи ні. Їхня реалізація не потребує прийняття спеціальних рішень;

- директиви. Їх головна відмінність від регламенту полягає в тому, що в директиві, як правило, вказуються мета і результати, які повинні бути досягнуті. Вони потребують транспонування в національні правові системи і є обов'язковими для виконання країнами-членами, але національні органи влади мають право самостійно визначати форми та методи реалізації поставлених завдань. Виділяють два види директив:

- рамкові директиви, які утворюють самостійну групу актів, які ієрархічно не підпорядковані регламенту, і звичайні директиви, які можуть містити більш детальну регламентацію, особливо якщо вони приймаються на основі й на виконання регламенту (у цьому випадку має місце ієрархічна

підпорядкованість). Директиви можуть бути адресовані як всім , так і окремим державам-членам ЄС;

- рішення. Це акти індивідуального, а не загального характеру. Вони обов'язкові для виконання тими, кому адресовані. Причому адресатом не обов'язково повинна виступати держава, це можуть бути певні категорії юридичних осіб або навіть окремі юридичні особи;

- рекомендації, які не є обов'язковими документами і мають рекомендаційний характер.

Оскільки торгова політика ЄС реалізується за допомогою різних за типами правових актів, то це дозволяє приймати рішення і контролювати їхнє додержування на всіх рівнях інтеграційної взаємодії.

У торгову політику залучені різні інститути ЄС. До наднаціональних органів ЄС, компетенцією яких є проведення і регулювання єдиної зовнішньоторговельної політики, відносяться Європейська комісія, Європейська рада, Європейський парламент.

Компетенцією Європейської комісії у даній сфері є:

- підготовка та пророблення всіх питання, які стосуються єдиної торговельної політики, а також контролює її здійснення як на рівні ЄС у цілому, так і на рівні окремих країн;

- підготовка пропозицій для Європейської ради щодо проведення переговорів з третіми країнами чи міжнародними організаціями;

- постійна взаємодія з державами-членами з метою виявлення та вирішування проблем, які пов'язані з розбіжностями у національному та наднаціональному законодавстві;

- надання рекомендацій країнам ЄС розроблювати заходи, які необхідні для здійснення координації зовнішньоторговельної політики;

- взаємодія з представниками асоціацій підприємців, торгових палат, профспілок та інших недержавних організацій;

- вивчення та оцінка заходів, які передбачається прийняти. Це здійснюється з метою аналізу економічних, соціальних, екологічних наслідків укладання угод з третіми країнами чи здійснення будь-яких заходів у рамках ЄС.

До компетенції Європейської ради відноситься:

- приймання рішень щодо зміни ставок митного тарифу, укладання тарифних і торговельних угод щодо торгівлі товарами та послугами, укладання і виконання угод щодо обміну інтелектуальної власністю, уніфікації заходів з лібералізації торгівлі, експортної політики та застосування захисних заходів, насамперед антидемпінгових та компенсаційних;

- затвердження рішень та пропозицій Європейської комісії;

- видавання Європейській комісії мандату на проведення переговорів з третіми країнами та організаціями

- делегування Комісії в окремих випадках повноважень щодо прийняття рішень.

Європейський парламент розглядає питання за такими типами процедур:

- процедура консультацій, яка передбачає одержання висновку Парламенту до того, як пропозиція Комісії буде затверджена Радою;
- процедура співробітництва, яка дозволяє Парламенту вносити поправлення з метою удосконалення законодавства;
- процедура прийняття спільних рішень, яка передбачає розподіл законодавчих повноважень між Парламентом та Радою;
- процедура одержання згоди, яка необхідна при підписанні міжнародних угод.

Розглянуті повноваження наднаціональних органів щодо торгової політики ЄС свідчать про те, що всі рішення приймаються узгоджено усіма країнами угрупування і відображають спільну позицію країн. Взагалі ЄС і його органи намагаються, щоб ця політика була максимально прозорою і враховувала інтереси всіх зацікавлених сторін.

6.2. Особливості єдиної торгової політики ЄС

Із самого початку метою загальної торгової політики Співтовариства було гармонійний розвиток світової торгівлі, прогресуюче усунення обмежень в міжнародній торгівлі і зниження митних бар'єрів. Договір про заснування ЄЕС (Римський договір) встановив тісний взаємозв'язок між реалізацією загальної торгової політики Співтовариства і поглибленням митної інтеграції держав-членів. Торгова політика ЄС спрямовується на полегшення здійснення торгівлі всередині угрупування та розробку єдиного підходу до третіх країн. Це сприяє захисту виробників країн-членів і укріпленню позиції ЄС у світі. Тим самим загальна торгова політика стає невід'ємною частиною формування внутрішнього ринку Євросоюзу.

Внутрішній ринок ЄС розглядається як «простір без внутрішніх меж, в якому забезпечується вільний рух товарів, осіб, послуг та капіталів»; він є вищою формою економічної інтеграції порівняно із спільним ринком. У 1985 р. було прийнято офіційний документ «Завершення формування внутрішнього ринку», в якому викладено програму створення внутрішнього ринку. Вона містить 300 директив і передбачала усунення фізичних і технічних бар’єрів торгівлі, свободу руху капіталу, гармонізацію акціонерного права, податкову гармонізацію.

Створення внутрішнього ринку стало важливим стимулом для розвитку європейської торгівлі, що призвело до значного зменшення витрат виробництва і просування товарів на ринок.

Єдина торгова політика спрямована на розвиток і укріплення раніше створених торговельних союзів, посилення конкурентоспроможності європейських фірм. Вона базується на двох основних принципах. Перший принцип: країни - члени приймають участь у створенні системи гармонічних міжнародних торгових відносин і поступово усувають торгові бар’єри в світовій торгівлі, тобто в основу єдиної зовнішньоторговельної політики ЄС

закладено норми і правила ГАТТ. Однак, схильність ЄС до норм і правил ГАТТ значно менша ніж у її конкурентів (наприклад, у США), оскільки вважає, що регулювання міжнародної торгівлі повинно здійснюватися насамперед виходячи з інтересів національного ринку. Таким чином, європейські країни намагаються захиститися від введенні «чужих правил» і забезпечити себе свободу у виборі засобів і методів захисту свого внутрішнього ринку. Саме це обумовлює диференційований підхід до застосування окремих заходів зовнішньоторговельної політики країн ЄС. Діюче торгове законодавство країн ЄС, як правило, орієнтовано на захист внутрішнього ринку, який зараз має значні переваги перед експортерами з третіх країн. Другий принцип: сприяння посиленню конкурентоспроможності європейських держав і їхніх фірм шляхом усунення взаємних торгових бар'єрів. Це буде сприяти більш ефективному використанню переваг європейського ринку.

Слід звернути увагу на сферу розповсюдження єдиної торгової політики, яка передбачає узгодження: зміни тарифних ставок Єдиного митного тарифу ЄС; укладання тарифних і торговельних угод; заходів щодо лібералізації торгівлі; прийняття захисних заходів, у тому числі застосування антидемпінгових і компенсаційних мит; проведення експортної політики (Римський договір). Маастрихтський договір (1992 р.) значно обмежив правомочність держав-членів вводити захисні торгові заходи (тепер такі заходи можуть прийматися тільки за наявності попереднього дозволу Комісії), а також ввів положення про митну співпрацю, співпрацю в боротьбі з незаконним обігом наркотиків та іншими формами міжнародних злочинів, зокрема в митній сфері. Амстердамський договір (1997 р.) вніс положення, що стосуються сфери торгівлі послугами і сфери інтелектуальної власності. Це відповідало розвитку міжнародного торгового права після створення СОТ. Ніццький договір (2001 р.) поширив сферу узгодження дій і включив до неї регулювання торгівлі послугами і інтелектуальною власністю. Лісабонський договір (2007р.) включив положення про укладання угод з третіми країнами та контроль за їх виконанням, підкреслив значення нетарифного регулювання, а також включив питання щодо прямого інвестування. Крім того, згідно з цим договором Євросоюзу надано статус самостійного суб'єкта міжнародного права, тобто усі зовнішньоторговельні угоди підписуються тільки уповноваженим представником ЄС, а не представниками країн-членів.

У Євросоюзі розроблена Стратегія щодо доступу на ринки третіх країн, метою якої є відкриття для ЄС нових ринків і підвищення конкурентоспроможності його товарів і послуг в третіх країнах. Ставиться завдання знизити рівень протекціонізму з боку ЄС, оскільки без цього неможливо очікувати аналогічних поступок з боку третіх країн. Особливий акцент у стратегії робиться на двосторонніх відносинах зі США та Китаєм, які є основними партнерами і конкурентами. В основу Стратегії покладені такі завдання:

- додержуватися норм і принципів СОТ і багатосторонньої системи регулювання торгівлі;

- продовження роботи щодо узгодження двосторонніх угод з країнами і регіональними угрупованнями, які є головними торговельними партнерами ЄС. Основним критерієм створення зон вільної торгівлі з іншими країнами і угрупованнями є потенціал ринку цих країн;

- ініціювати новий етап переговорів із захисту прав інтелектуальної власності з метою її незаконного використання і усунення цієї проблеми в торгових відносинах з головними партнерами;

- переглянути Стратегію з точки зору застосування нетарифних заходів. Європейські виробники повинні чітко визначити ключові сектори економіки і основні проблеми, які потребують вирішення. Нова стратегія повинна забезпечити ефективний доступ європейських компаній до ринку державних замовлень;

- виявити можливі напрямки реформування антидемпінгової політики і практики застосування захисних заходів, оскільки більшість компаній ЄС є транснаціональними і мають філії і дочірні компанії в багатьох країнах світу.

Слід зазначити, що на торгову політику ЕС суттєво вплинула світова фінансова криза 2008-2009 рр., в результаті якої значно зменшився внутрішній попит. Такий розвиток подій показав, що тільки прискорене економічне зростання в світі та використання переваг глобального ринку дозволить багатьом європейським компаніям зберегти свої позиції. В цих умовах для виробників найважливішим завданням стало стимулювання попиту та пошук нових ринків збуту товарів і послуг. У той же час експорт європейських товарів не може бути ефективним без розробки нової стратегії щодо імпорту. Більша відкритість європейського ринку важлива тому, що 2/3 товарів, які імпортуються, використовуються для подальшої переробки і виробництва інших товарів, у тому числі експортних. Тому наприкінці 2010 р. Євросоюз опублікував нову концепцію торговельної політики, яка розрахована на період 2011-2020 рр. Її основними напрямками є:

- суворе виконання зобов’язань, які прийняти в рамках багатосторонніх угод з третіми країнами, у тому числі угод Доського раунду;

- реалізація нового підходу до країн, які розвиваються, зокрема реформа Генеральної системи преференцій . Це дозволить врахувати усі вимоги Доських переговорів і поширити ініціативи щодо підтримки інтеграції цих країн у світову економіку;

- пошук ефективних шляхів реалізації інтересів і досягнення компромісу з партнерами на двостороннєм рівні [7].

Отже, сучасна торгова політика ЄС являє собою комплексну стратегію, яка включає інструменти досягнення підвищення конкурентоспроможності європейської економіки в умовах глобалізації, сприяє розвитку бізнесу в країнах-членах, скороченню бідності в світі. Взагалі до сучасних особливостей зовнішньоторговельної політики ЄС можна віднести:

1) відсутність обмежень всередині ЄС. Так, зняти митні та кількісні обмеження на взаємну торгівлю; країни-члени взяли на себе зобов’язання

щодо проведення послідовної гармонізації всіх заходів зовнішньоторговельної політики. Ці заходи знайшли відображення в Програмі формування єдиного внутрішнього ринку ЄС, який почав функціонувати з 1 січня 1993 р. З метою поступової ліквідації податкових бар'єрів проводиться гармонізація податкових систем. Формування внутрішнього ринку підвищило роль, авторитет та конкурентоспроможність європейських країн у світовій економіці;

2) єдина зовнішньоторговельна політика країн-членів. Ринок ЄС - найкрупніший у світі і тому є привабливим середовищем для здійснення міжнародного бізнесу. Гравці на цьому ринку повинні знати норми і правила, які на ньому діють, і пам'ятати, що вони установлені виходячи з інтересів 28 держав і узгоджені ними на рівні законодавчих органів влади;

3) постійне поширення угрупування, що має як позитивні, так і негативні наслідки для основних партнерів і конкурентів ЄС;

4) особливості використання інструментів, заходів зовнішньоторговельної політики і преференцій за групами країн. В ЄС діє особлива схема взаємовідносин з основними торговельними партнерами, яка враховує в кожному окремому випадку специфіку того чи іншого партнера [8, с.146].

ЄС відіграє важливу роль у формуванні світової торговельної системи і тому слід вказати на деякі особливості сучасної торгової політики у рамках СОТ. Сам ЄС безпосередньо декларує свою прихильність вільного та ліберального торговельного розвитку, виступає ініціатором певних рекомендацій та рішень, які б сприяли та заохочували розвиток стосунків у рамках СОТ. Проте чисельні лібералізаційні заходи одночасно поєднуються з протекціоністськими, що суттєво утруднює доступ на європейські ринки товарів і послуг з інших країн. Використовуючи свою економічну та політичну могутність, а також досконале володіння юридичними інструментами щодо вирішення торговельних спорів, ЄС має можливість використовувати різні інструменти захисту свого внутрішнього ринку.

Торгова політика ЄС не може здійснюватися з відривом від інших сфер економіки і тому постійно узгоджується з конкурентною політикою, інноваційним розвитком, підтримкою малих та середніх підприємств тощо.

Глава 7. Основні інструменти торгової політики ЄС

7.1. Інструменти тарифного регулювання в ЄС

Найважливішим інструментом тарифного регулювання в ЄС є Єдиний митний тариф (ЄМТ). Його введення було неодмінної умови формування митного союзу. Єдиний митний тариф відноситься до основних ознак розвитку європейської інтеграції. Він розповсюджується на всі товари, що ввозяться на територію ЄС, і базується на принципі режиму найбільшого сприяння. До основних завдань застосування ЄМТ і стягнення митних зборів відносяться:

— підвищення вартості імпортних товарів і, тим самим, підтримка внутрішнього виробництва (протекціонізм);

— отримання доходів до бюджету (до бюджету ЄС поступає 90% зібраних митних зборів);

— боротьба з торговою практикою, що порушує справедливу конкуренцію в світовій торгівлі (демпінг або субсидії);

— досягнення політичних переваг: зміцнення позицій на світовій торговій арені з метою отримання вигіднішого доступу на іноземні ринки в ході міжнародних торгових переговорів;

— створення механізму для економічної інтеграції (митні союзи, зони вільної торгівлі) і допомоги країнам, що розвиваються;

— забезпечення активного платіжного балансу шляхом зниження об'єму імпорту і тим самим зменшення відтоку валюти в країни-експортери;

— можливість введення надзвичайних захисних заходів проти товарів, що завдають збитку внутрішнім товаровиробникам;

— можливість реагувати на порушення зобов'язань країнами-партнерами по ВТО;

— утруднення експорту сировинних матеріалів, продуктів харчування і інших товарів за цінами нижчим, ніж середні ціни світового ринку і, тим самим, запобігання дефіциту подібних товарів на внутрішньому ринку (шляхом стягування експортних мит);

— стимулювання розвитку окремих регіонів (особливі економічні зони, вільні зони);

— стимулювання розвитку окремих галузей виробництва шляхом надання сприятливих тарифних режимів.

Митний тариф складається з двох основних частин:

1) товарна номенклатура — систематизований і класифікований перелік товарів, що переміщуються через митний кордон; товари розбиті на великі видові групи (розділи), які, у свою чергу, поділяються на більш специфічні групи (позиції і субпозиції) з привласненням їм цифрових кодів;

2) ставки митних зборів, а також звільнення від мит, що відповідають найбільш специфічним товарним позиціям (субпозиціям) в товарній номенклатурі.

Товарна номенклатура використовується не тільки з метою стягування митних зборів, але й для позначення товарів, що підлягають обкладенню акцизами, пільговими ставками ПДВ, імпортним і експортним обмеженням та іншим заходам торгової політики, а також для ведення зовнішньоторговельної статистики.

У ЄС використовуються такі види товарної номенклатури:

1) комбінована номенклатура (КН), яка є основою ЄМТ, ґрунтується на Гармонізованій системі опису і кодування товарів (введена Регламентом № 2658/87 від 23 липня 1987 р.) і містить 8-значні товарні коди;

2) номенклатура Інтегрованого тарифу Співтовариства (ІТС), яка розроблена на основі КМ. Вона містить 10-значні коди, що вказуються при імпорті товарів, а також в статистичних цілях; іноді містить додаткові коди для позначення особливих заходів торгової політики (сільськогосподарські мита, антидемпінгові мита, заходи по контролю за товарами подвійного призначення, експортні відшкодування і т. п.).

Стягування митних зборів в ЄС проводиться на підставі ЄМТ. Існує декілька критеріїв класифікації видів мит:

1) за характером зовнішньоторговельної операції: імпортні і експортні мита. В даний час в ЄС експортні мита використовуються в рідкісних випадках (в основному для сировинних продуктів з метою недопущення їх дефіциту на внутрішньому ринку ЄС), оскільки їх стягування суперечить принципам ГАТТ/ВТО);

2) за способом встановлення ставки: адвалерні, специфічні, змішані мита;

3) за метою стягування розрізняють:

а) нормальні мита:

- мита ЄМТ, які поділяються на автономні і конвенційні (договірні). Конвенційні мита розповсюджуються на товари, що походять з країн, які приймають участь у ГАТТ або мають угоди щодо надання РНС; автономні мита застосовуються у рідких випадках, коли вони нижчі, ніж договірні, або застосовуються до групи товарів, за якими не є договірних мит;

- сільськогосподарські мита, що стягуються в рамках загальної аграрної політики ЄС;

б) преференційні мита — пільгові мита, що відповідають міжнародним зобов'язанням або одностороннім заходам ЄС;

в) захисні мита:

- антидемпінгові,

- компенсаційні,

- репресивні (застосовуються у випадках недотримання країнами-торговими партнерами ЄС своїх міжнародних зобов'язань).

У ЄМТ в основному використовуються адвалерні мита, які розповсюджуються на 90% товарної номенклатури, відносно невеликої кількості товарів застосовуються специфічні (6,5% тарифних позицій) і змішані мита (2,8% тарифних позицій). Специфічні і змішані мита застосовуються до сільськогосподарських товарів, більша частка яких є об’єктом тарифних квот.

В ЄС також діє (з 1 січня 1988 р.) Інтегрований тариф Співтовариства, який ґрунтується на Комбінованій номенклатурі та є основним інструментом практичної реалізації ЄМТ і загальної торгової політики ЄС. Він об'єднує тарифні і нетарифні заходи регулювання імпорту та експорту товарів. Отже, ІТС складений так, щоб для кожної товарної позиції відображати всі вживані в ЄС заходи відносно імпорту, а іноді, й експорту. Тобто, окрім власне імпортних (і експортних) митних зборів, ІТС містить всі діючі преференційні заходи, а також нетарифні заходи ЄС. При цьому, на відміну від регламентів ЄС в сфері Єдиного митного тарифу, ІТС не володіє прямою дією; його використання обов'язкове тільки для митних органів держав-членів і для статистичних цілей.

Крім Комбінованої номенклатури і ставок ЄМТ, ІТС включає: тарифні винятки (звільнення від імпортних мит для окремих товарів), тарифні преференції (автономні і конвенційні), тарифні квоти (кількісні або вартісні межі для пільгового або безмитного ввезення товарів в рамках тарифних винятків і тарифних преференцій), антидемпінгові і компенсаційні мита, митні збори в державах-членах, заборони на імпорт і експорт, кількісні обмеження імпорту і експорту (квоти, ліцензії, сертифікати), заходи безпеки імпорту і експорту, випадки повернення митних платежів при експорті, інші заходи торгової і сільськогосподарської політики.

ІТС публікується щорічно в офіційних виданнях ЄС. Поточні зміни в тарифі доступні державам-членам і приватним особам в електронному вигляді, зокрема в мережі Інтернет.

Важливою особливістю митного регулювання в ЄС є застосування принципу *свободи переміщення товарів*, які походять з третіх країн. У митному праві ЄС існує поняття «митний статус товару». Розрізняють два митні статуси товарів:

1) товари ЄС - це товари: а) повністю виготовлені на митній території ЄС і не включають до себе товарів, імпортованих із-за меж митної території ЄС; б) імпортовані з країн і територій, що не входять до складу митної території ЄС, і випущені у вільний обіг в ЄС; в) виготовлені на митній території ЄС з товарів, вказаних в п. «б», або з поєднання товарів, вказаних в п. «а» і «б»;

2) іноземні товари - всі інші товари, що не відповідають визначенню «товари ЄС».

Через поняття «товари ЄС» реалізується взаємозв'язок зовнішніх і внутрішніх аспектів митного союзу: товари з третіх країн, що отримали статус «товарів ЄС» в результаті митного оформлення в ЄС, дістають можливість безперешкодного обігу по всій території митного союзу, користуючись саме принципом свободи переміщення товарів.

Для митного тарифу ЄС, як і для тарифів інших розвинутих країн, характерна *тарифна ескалація* – підвищення рівня митного обкладання товарів у міру зростання ступеня їхнього оброблення. В ЄС застосовується змішана ескалація, тобто низькі тарифні ставки на сировину, трудомісткі

вироби і промислові товари, за виключенням текстильних виробів. Це свідчить про те, що ЄС зацікавлений у імпорті цих товарів.

ЄС може іноді знижувати або взагалі скасовувати мита на окремі комплектуючі частини для створення складних виробів, що сприяє зниженню витрат виробництва і підвищує конкурентоспроможність кінцевого продукту. Це характерно для таких галузей, як хімічне виробництво, мікроелектроніка, авіа- та суднобудування, високотехнологічні та наукоємні виробництва. Таким чином, в ЄС при розробці підходів до митного регулювання враховуються інтереси промислової політики.

Слідуючи домовленостям, досягнутим в ході торгових переговорів в рамках ГАТТ/СОТ, ЄС послідовно знижує ставки імпортних мит. Значний ряд товарів отримує в ЄС *тарифні преференції*. Під тарифними преференціями розуміються пільгові ставки митних зборів, вживані відносно імпорту товарів з окремих країн, груп країн або територій. Вони можуть бути автономними (прийнятими в односторонньому порядку) і конвенційними (заснованими на міжнародних угодах). Щоб надання тарифних преференцій не суперечило принципу найбільшого сприяння, необхідне дотримання ряду умов, головним чином правил походження товарів: для того, щоб товар, що імпортується з якої-небудь країни, міг скористатися тарифною преференцією, цей товар повинен бути виготовлений на території даної країни.

Для обмеження преференційного доступу товарів використовуються тарифні квоти: пільговий режим імпорту товару діє тільки до досягнення певної кількісної або вартісної межі, після чого товар імпортується на загальних, не преференційних підставах.

До механізмів реалізації торгової політики ЄС через ЄМТ відносяться також тарифні франшизи (безмитне ввезення деяких товарів за спеціальним рішенням Ради ЄС) і автономні тарифні винятки (тимчасове зниження імпортних або експортних мит, вживане в автономних цілях ЄС). Більшість тарифних винятків вводяться окремими нормативними актами Ради ЄС. Іноді тарифні винятки застосовуються у поєднанні з тарифними квотами, тобто мита знижуються тільки до тих пір, поки об'єм імпорту (експорту) товару не досягне певного кількісного ліміту, встановленого на даний часовий період. За загальним принципом тарифні винятки можуть бути надані тільки сировинним продуктам, напівфабрикатам і компонентам, аналогів яких не існує на ринку ЄС.

У теперішній час за даними СОТ, середньозважений рівень тарифного захисту становить 3% (майже найнижчий показник у світі), по сільськогосподарським товарам - 11,8%, по промисловим товарам - 2,4% [55].

Важливим завданням зовнішньоторговельної політики ЄС є максимізація об’єму експорту. Експорт у треті країни здійснюється без обмежень. При тарифному регулюванні експорту товарів, ЄС послідовно проводить політику відмови від експортних мит, що повністю відповідає цілям і принципам ГАТТ. Експортні мита застосовуються тільки у виняткових випадках для запобігання відтоку життєво важливих продуктів із Євросоюзу.

7.2. Застосування кількісних обмежень у зовнішній торгівлі ЄС

Загострення конкуренції на світових ринках вимагає від ЄС використання значного числа кількісних обмежень, які застосовуються на базі загально прийнятих принципів СОТ.

Найбільш поширеною формою кількісних обмежень є *квотування* — встановлення для певного періоду часу граничних об'ємів імпорту (експорту) окремих товарів з розподілом об'ємних часток (квот) між конкретними імпортерами (експортерами). Квотування використовується і як міра тарифного регулювання, визначаючи граничні об'єми імпорту товарів, на які розповсюджуються тарифні преференції і тарифні винятки. Надання імпортерам (експортерам) права на імпорт (експорт) квотованого товару в межах розподілених між ними квот називається *ліцензуванням.*

Діюча система квотування базується на загальній торговій політиці з урахуванням принципу вільного переміщення товарів усередині ЄС. Загальна схема розподілу квот така: Комісія ЄС публікує повідомлення про відкриття квоти в Офіційному віснику ЄС, вказуючи при цьому метод розподілу квоти, умови видачі ліцензій, строки подачі заяв на видачу ліцензій, список уповноважених органів держав-членів, які розглядають заяви. Розподіл квот проводиться серед компаній-претендентів, що отримали ліцензії, або одноразово, або поетапно. Нерозподілені і невикористані квоти підлягають повторному розподілу Комісією.

Розподіл квот здійснюється одним з трьох методів:

- метод традиційного розподілу. Він полягає в тому, що квоти на імпорт (експорт) товарів в пріоритетному порядку розподіляються між так званими «традиційними» імпортерами (експортерами). «Традиційними» є ті імпортери (експортери), які можуть довести, що протягом певного попереднього періоду часу вони регулярно імпортували (експортували) товари даного виду;
- метод розподілу квот в порядку надходження заяв. Претенденти, які першими подали заяви на виділення квоти, першими отримують ліцензії. Кількість квотованого товару є однаковою для всіх ліцензіатів та встановлюється Комісією залежно від конкретного виду квотованого товару. Після повного використання ліцензіатами їх квот вони можуть звернутися з повторними заявами;
- пропорційний метод. Уповноважені органи держав-членів інформують Комісію про кількість поданих заяв і про запитувану в них кількість товару. На основі цієї інформації Комісія розподіляє квоти пропорційно поданим заявам.

Ліцензії дійсні на всій території ЄС, за винятком випадків, коли вони видані для окремих держав-членів або регіонів ЄС. Загальний термін дії ліцензій — чотири місяці.

Останніми роками в ЄС широко використовуються тарифні квоти, які розраховуються на рік. Їх застосовують відносно 48% тарифних позицій, головним чином на сільськогосподарські товари. Крім того, діють квоти,

які установлюються в рамках угод про «добровільне» обмеження експорту (ДОЕ) з третіх країн; експортні квоти. Слід зазначити, що відповідно до вимог СОТ (рішення Уругвайського раунду 1994 р.) Європейська комісія прийняла постанову про скасування з 1 січня 2005 р. квот на імпорт одягу та інших текстильних виробів з країн-членів СОТ. Ці товари почали вільно ввозитися в ЄС, і їхня торгівля регулюється правила ГАТТ.

Важливе місце в системі кількісних заходів займають угоди про «добровільне» обмеження експорту. Вони не підпадають під дію правил ГАТТ, оскільки мають двосторонній характер і тягнуть за собою введення обмежень на експорт. У цьому і полягає їхня привабливість. Передбачається, що держави-члени ЄС не повинні укладати особливі торгові угоди з третіми країнами, проте вони іноді проводять переговори про ДОЕ з експортерами, ввезення продукції яких загрожує або наносить збиток найважливішим галузям. В міру формування єдиного європейського ринку, угоди про ДОЕ усуваються, оскільки процедура їхнього застосування стає більш централізованою. Однак на національному рівні угоди про ДОЕ ще зберігаються. Так, у Франції ними охоплено 71 вид продукції, зокрема вимірювальні прилади, часи, побутова електроніка, транзистори, інтегральні схеми, в Італії - 48 видів товарів, у інших країнах, за винятком Іспанії і Португалії, - менше 10 кількісних обмежень [8, с.193].

Крім двосторонніх угод про ДОЕ, ЄС укладає так звані секторальні угоди з окремими партнерами, які ґрунтуються на механізмах квотування і ліцензування торгівлі окремими товарами.

Умови застосування кількісних обмежень повністю відповідають положенням Угоди про захисні заходи ГАТТ/СОТ щодо членів СОТ: наявність зростання імпорту і умов, які наносять або загрожують нанести значний збиток галузі національного виробництва. Щодо країн, які не є членами СОТ, достатньо однієї умови: або зростання імпорту, або умов, в яких він виробляється.

Кількісні обмеження застосовуються до імпортованого товару незалежно від каїни його походження і їх вводять на термін не більший, ніж 4 роки. Проте цей термін можна продовжити ще на 4 роки при умові, що розслідування встановило необхідність продовжити цей захід. У деяких випадках квотування може розповсюджуватися на конкретний регіон, а не на всю територію ЄС. Це здійснюється на основі порівняльного аналізу, який встановлює, що застосування квот у визначеному регіоні буде більш ефективним і вони мінімально вплинуть на єдність ринку ЄС.

Експорт ЄС, як правило, звільняється від кількісних обмежень. Однак існують деякі випадки, коли експортний контроль і кількісні обмеження зберігаються: для виконання міжнародних зобов’язань ЄС, які переважно стосуються хімічних виробів і радіоактивних відходів, деяких видів озброєння; при експорті деяких видів товарів, виробництво яких недостатньо в ЄС; при вивезенні творів мистецтва, які мають особливу цінність; при вивезенні предметів, пов’язаних з безпекою держав-членів.

7.3. Система захисних заходів у торговій політиці ЄС

Основною метою застосування заходів захисту є протидія несправедливій конкуренції. Несправедлива конкуренція – це здійснення демпінгового або субсидованого імпорту, до яких застосовуються відповідно *антидемпінгові чи компенсаційні заходи*, а також наявність зростаючого імпорту , проти якого вживають *спеціальні захисні заходи.*

Відповідно до підсумків Уругвайського раунду багатосторонніх торгових переговорів ЄС ввів в дію нові правові норми в сфері антидемпінгових (Регламенти Ради № 384/96, 905/98, а також Регламенти, що їх доповнюють: № 2238/2000, № 1972/2002, № 461/2004, № 2117/2005) і компенсаційних (Регламент Ради № 2026/97, № 1973/2002, № 461/2004) заходів. За допомогою даних правових норм ЄС імплементував міжнародні угоди, прийняті в рамках ГАТТ. Вказані регламенти розрізняються, головним чином, за правилами розрахунку мит; питання розгляду збитків та процедурні правила регулюються однаково.

Антидемпінгові заходи і заходи, компенсуючи субсидії, застосовуються у вигляді антидемпінгових і компенсуючи мит після проведення відповідних розслідувань. Вони направлені на боротьбу з різними видами несправедливої торгової практики. Антидемпінгові заходи спрямовані на компенсацію торгового дисбалансу, викликаного діями компаній третіх країн на ринку ЄС. Компенсаційні заходи переслідують мету ліквідації торгового дисбалансу всередині ЄС, що виник у зв'язку з несправедливим субсидуванням експорту в ЄС урядами країн-експортерів. Регламенти ЄС забороняють застосування обох видів захисних заходів відносно одного і того ж продукту. На практиці ЄС в подібних випадках обмежується застосуванням заходів антидемпінгового захисту.

Застосування спеціальних заходів щодо зростаючого імпорту регулюється Регламентом № 3285/94. Зростаючий імпорт - це здійснення імпорту в обсягах та за умов, що заподіюють значну шкоду або створюють загрозу заподіяння значної шкоди європейським виробникам відповідних товарів. До спеціальних заходів відносяться обмеження строків дії дозволів на імпорт, режим квотування імпорту, спеціальне мито. Ці заходи здійснюються після проведення спеціального розслідування.

Отже, імпортні операції в ЄС регулюються на основі принципу вільної торгівлі, прийняття захисних і обмежувальних заходів у виняткових випадках, тобто для введення будь-якої захисного захисту необхідно провести розслідування, в межах якого установлюється : збиток, його вид, зв’язок з імпортними операціями і наявність нечесної ділової практики. Як свідчить практика, ЄС використовує увесь комплекс заходів захисту внутрішнього ринку. Однак на протязі останніх років найважливіше значення зберігають антидемпінгові заходи; середня щорічна кількість ініційованих розслідувань становить 18. Практично жодне розслідування за фактом субсидованого імпорту не закінчилось введенням заходів, а спеціальні заходи взагалі не застосовувались.

Окрім захисту від демпінгу і субсидування, законодавство ЄС допускає вживання у відповідь *заходів, направлених на протидію неправомірним обмеженням доступу товарів з ЄС на ринки третіх країн*. Такі обмеження в праві ЄС називаються «іноземними торговими бар'єрами» і включають будь-які, як тарифні, так і нетарифні заходи третіх країн, що прямо або опосередковано спрямовані на обмеження імпорту товарів із ЄС.

У ЄС розроблено механізм, що дозволяє учасникам економічної діяльності і державам-членам вимагати від інститутів ЄС вжиття захисних заходів у відповідь на торгові бар'єри, що створені третіми країнами та призводять до збитків або інших несприятливих наслідків для експортерів і виробників ЄС. У зв'язку з цим прийняті Регламент № 3286/94 (доповнений Регламентом № 356/95), що встановлює правила і процедури в рамках загальної торгової політики по забезпеченню прав ЄС як учасника світової торгівлі, особливо тих прав, які засновані на нормах СОТ. Цей регламент діє відносно тих торгових бар'єрів, які ускладнюють або можуть ускладнити експорт товарів із ЄС в треті країни. Особливістю Регламенту є поширення його дії, окрім товарів, на деякі види експорту послуг.

Важлива увага в ЄС приділяється використанню *заходів технічного регулювання* для захисту свого внутрішнього ринка від імпорту товарів, які не відповідають суворим нормам і високим вимогам ЄС до якості продукції. Ці питання вирішуються , як правило, шляхом укладання двосторонніх угод про взаємне визнання стандартів. Такі угоди ЄС уклав з Австралією, Новою Зеландією, Канадою, Ізраїлем, Японією, США, Швейцарією. Вони розповсюджуються переважно на медичне, телекомунікаційне, електротехнічне обладнання. Як член СОТ ЄС застосовує усі норми і правила Угоди про технічні бар’єри у торгівлі, основною метою якої є забезпечення того, щоб технічні регламенти і стандарти, процедури, що використовуються для оцінки відповідності до таких норм, вимог та стандартів, не формулювались і застосовувались задля створення зайвих перешкод торгівлі. Це – зовнішній аспект у галузі технічного регулювання.

Слід звернути увагу і на другий аспект, пов’язаний з обігом європейських товарів на внутрішньому ринку ЄС. Торгівля між країнами ЄС могла б щорічно збільшуватися на 150 млрд євро, якби країни-члени не вимагали виконувати національні стандарти. Це ускладнює торгівлю на єдиному внутрішньому ринку, оскільки заходи технічного регулювання і процедури відповідності ще не гармонізовані у всіх секторах економіки.

Крім технічних стандартів у торговій політиці ЄС діє велика кількість санітарних і фітосанітарних заходів. Правову базу їх застосування представляє Регламент ЄС № 178/2002. Він гармонізує принципи і процедури прийняття та використання стандартів безпеки і продовольства, і ґрунтується на таких принципах: додержування високого рівня безпеки на всіх стадіях; аналіз можливих ризиків; відповідальність операторів за безпеку товарів, які імпортуються, виробляються; чіткий розподіл витрат за усіма стадіями вартісного ланцюжка; право громадян на отримання повної і регулярної інформації про продукцію, яка виробляється.

Усі товари, які виробляються чи імпортуються на ринок ЄС, повинні відповідати жорстким заходам регулювання. Продовольство, яке імпортується, повинно відповідати нормам забезпечення безпеки або положенням двосторонніх угод між ЄС і країною, що експортує. Питання санітарного контролю є предметом двосторонніх угод з Канадою, Новою Зеландією, США, а також містяться у торгових угодах з Чілі, Мексікою, Швейцарією.

В ЄС діють і інші нормативні акти, що стосуються санітарних і фітосанітарних норм. Так, правила офіційного контролю за імпортом продуктів з третіх країн наведено в Регламенті ЄС № 882/2004; імпорт і виробництво товарів рослинного походження регламентує Директива № 2000/29/ЄС; Регламент №1829/23 регламентує обіг генетично модифікованих продуктів тощо. Однак, ЄС починає відчувати деяку «надмірність» власних стандартів, які стосуються овочів та фруктів. Вони створюють певні проблеми як для громадян, так і для компаній всередині і за межами європейського ринку. Тому Єврокомісія запропонувала відмінити 26 із 36 розпоряджень з бобових, цвітної капусти, диням, огірків. Це не було підтримано Німеччиною, Італією, Іспанією, Францією, Угорщиною, на думку яких можуть постраждати споживачі внаслідок низької якості продукції.

Хоча ЄС у багатьох випадках дотримується міжнародних стандартів, він веде постійну роботу по узгодженню та уніфікації стандартів у регіональному масштабі. У роботі зі стандартизації активну роль грають європейські організації стандартизації та європейські асоціації виробників.

7.4. Фінансові методи торгової політики ЄС

Серед фінансових методів регулювання зовнішньої торгівлі ЄС важливу роль грають субсидії. Вони являють собою приховану форму протекціонізму і захищають внутрішній ринок від іноземної конкуренції. Субсидії, маючи риси угод, розглядаються як внутрішня економічна політика певної країни, що створює комерційні бар'єри поза міжнародних угод (докладніше див. п.4.3.3).

Субсидії використовуються в електронній, текстильній, вугільній, сталеливарній, паперовій промисловості.

З метою стимулювання експорту в деяких країнах ЕС з боку держави надається допомога також суднобудівній і судноремонтній промисловості Так, верфі країн-членів отримують від держави таку суму субсидій, що можуть покрити 10% витрат на суднобудування. Це серйозно порушує інтереси третіх країн. Форми цієї допомоги різноманітні: субсидування реструктуризації національного суднобудування, прямі та непрямі субсидії на поповнення оборотного капіталу та інвестиційні проекти, внутрішнє кредитування, субсидування експортних кредитів і державне володіння верфями.

Зараз ЕС під тиском третіх країн змушений заявляти про намір відмовитися від такої практики, але поки знаходить нові аргументи для її

збереження. Наприклад, відмова від субсидування суднобудування і судноремонту ставиться в залежність від «припинення нечесної практики» державної підтримки в інших країнах.

Експортні субсидії використовуються і у сільському господарстві країн-членів. Ці субсидії застосовуються на молоко і молочні продукти, яловичину, телятину, свинину, птицю, пшеницю, рапсову та маслинову олію, цукор, рис, тютюн-сирець, алкоголь. У 2012 р. підтримка виробника становила 74,2 млрд євро [33].

Субсидії на сільськогосподарську продукцію надаються у різних формах:

- повернення витрат фермерам на придбання сільськогосподарського устаткування, добрива, засобів захисту рослин;
- проведення державами безплатних робот, які пов'язані з підвищенням якості грунта, споруд, доріг, іригаційних систем тощо;
- оплата послуг фермерам за різницю між мінімальними цінами, які установлені державою на визначений продукт, і фактичними ринковими цінами.

Практика надання експортних субсидій, як вже відмічалося, суттєво впливає на інтереси торгових партнерів ЄС. Зокрема, ЄС є провідним учасником світового ринку молочних продуктів; його частка у світовому експорті сухих вершків складає 25% загального обсягу. При цьому головними конкурентами ЄС є Нова Зеландія, Австралія. Крім того, ЄС є великим експортером м'яса (близько 1/5загального обсягу ринка), конкуруючи з Австралією, Новою Зеландією, США. В ході Уругвайського раунду країни ЄС погодились взяти на себе зобов'язання щодо скорочення сукупних бюджетних витрат на експортні субсидії на сільськогосподарську продукцію на 36% і скорочення сукупного обсягу експорту, охопленого субсидіями на ту саму продукцію, на 21%. Тому їм дозволено використовувати шість категорій субсидій, щодо яких і діють зобов'язання:

- надання урядом прямих субсидій, які залежать від показників експорту;
- продаж урядами некомерційних запасів (що перебувають у державній власності) сільськогосподарської продукції за ціною, нижчою за порівнянну, що призначається на аналогічний товар, коли він продається покупцям на внутрішньому ринку;
- виплати при експорті певного сільськогосподарського товару, які фінансуються за підтримки уряду, незалежно від того, чи має місце витрата державних коштів чи ні, в тому числі виплати, які фінансуються за рахунок надходжень від зборів, стягнутих із такого самого товару або з якого виробляється експортний товар;
- надання субсидій на скорочення витрат, пов'язанних зі збутом та експортом сільськогосподарської продукції;
- витрати на внутрішні перевезення та фрахт за експортних поставок, які надаються урядом на умовах, сприятливіших, ніж для поставок на внутрішній ринок;

- субсидії на сільськогосподарську продукцію, які залежать від її включення до виробництва товарів на експорт [2, с. 159].

У країнах ЄС, крім експортних субсидій, широко використовуються дешеві і безвідсоткові експортні кредити. Операції, які здійснюються за допомогою цих кредитів, не оподатковуються.

Важливе місце серед непрямого субсидування займають фінансові концесії. Вони спрямовані на прискорення амортизації. Використовуючи цей вид непрямих субсидій, держава дає можливість компаніям включати у фонд амортизації частину прибутку без оподаткування. Така амортизація виконує дві функції: 1) зменшує витрати компаній на податки та 2) дає компаніям можливість отримати обладнання і відремонтувати обладнання по більш низьким цінам. Як результат – зменшення витрат компаній і підвищення їхньої конкурентоспроможності [49].

Одним із завдань європейської інтеграції в Римському договорі визначена гармонізація непрямого оподаткування. Ключове місце в гармонізації непрямого оподаткування займають податок на додану вартість (ПДВ) і акцизи. Ці податки регулюються Директивами Ради ЄС: ПДВ – Директивами 2006/112/ЄС, 2008/8ЄС, 2008/9/ЄС, 2008/117ЄС, акцизи – Директивами 91/12/ЄЕС, 92/80/ ЄЕС, 92/83/ ЄЕС, 92/84/ ЄЕС, 95/59/ЄС тощо.

ПДВ нараховується за єдиною системою, однак зберігається значна диференціація за кількістю та рівнями ставок. Використовуються базові, знижені, найбільш знижені ставки. Базові ставки коливаються у межах 12-14%, підвищені ставки встановлено на паливо, бензин, алкоголь, пільгові – на продукти харчування, ліки. Країни ЄС можуть знижувати ставку ПДВ до 5% на такі товари і послуги, як продукти харчування, ліки, книги, квітки у театри і кіно, зняття готельних номерів, оплата ресторанних рахунків тощо. Ставки ПДВ на них у різних країнах ЄС становлять 17-21% [19, с.265]. Значні розбіжності існують і в акцизах. Це викликає значні відхилення у цінах на той самий товар у різних країнах. Тому Європейською Комісією було запропоновано комплекс заходів щодо зближення ставок ПДВ і акцизів у рамках створення єдиного режиму.

Відповідно до принципу національного режиму, усі країни ЄС застосовують ПДВ, який дорівнює ПДВ на подібні товари, що постачаються на ринок власними виробниками. ПДВ сплачується при митній очистці імпортних товарів. Існує два варіанти митної очистки. Вона може здійснюватися в тій країні ЄС, кордон якої товар перетинає першим, після чого він надходить у вільний обіг на всій митній території ЄС, або здійснюватися в країні, куди товар постачається.

Поставки товарів у межах ЄС зараз оподатковуються у країні споживання. Поставки товарів звільняються від ПДВ у країні походження (члени ЄС), якщо покупець є зареєстрованим платником ПДВ в іншій країні ЄС і товари фізично залишили територію країни походження. Таким чином ПДВ сплачує кінцевий споживач і кінцеву суму ПДВ сплачує країна, у якій відбувається кінцева поставка. У перспективі в рамках ЄС передбачається перехід на уніфіковану систему збору ПДВ, при якій податок буде збиратися

у країні походження товару. Тобто при продажі товару із однієї європейської країни в іншу, продавець буде включати в ціну товару ПДВ, а покупець буде отримувати податкове відрахування у розмірі сплаченого ПДВ також, як і при торгівлі всередині країни [32]. Це призведе до скорочення операційних витрат при торгівлі між країнами ЄС.

У країнах ЄС існують спеціальні умови щодо оподаткування товарів, які були у вжитку, у тому числі мистецькі вироби, колекційні речі та антикваріат. З 2000р. звільнена від ПДВ купівля золота (злитків, монет). Для спрощення процедури оподаткування або запобігання певним видам ухилення від сплати податків країни ЄС можуть впроваджувати окремі винятки із загального режиму стягнення ПДВ, але на це необхідно одержати дозвіл Ради ЄС.

Питання стягнення ПДВ стає важливим в умовах продажу товарів засобами електронної торгівлі. Товари, які постачаються в ЄС, включаючи ті, що були придбані у іноземних компаній за допомогою електронної торгівлі, підлягають обкладанню ПДВ на кордоні. У випадку, коли дистанційний продаж здійснюється між країнами ЄС і поставка не перевищує встановлених країною призначення максимальних вартісних обсягів, ПДВ стягується у країні походження товару, за умови, що цей товар не є підакцизним. При перевищенні максимально дозволеної вартості, продавці повинні зареєструватися як платники ПДВ у країні призначення (члені ЄС), а також, якщо необхідно, мати у цій країні своє представництво для здійснення відповідних податкових процедур (виплат).

У Євросоюзі загальні домовленості по акцизам характеризуються більшою конкретністю. Гармонізація торкається не тільки процедур стягнення, а й рівня ставок. В основному, акцизи стягуються з тютюнових виробів, алкогольних напоїв, пальна, автомобілів. Ставки акцизів, які країни ЄС застосовують щодо імпортних товарів, не відрізняються від ставок на подібні товари місцевого виробництва.

Гармонізації акцизних зборів сприяють діючі на території ЄС положення, які стосуються:

- узгодження структури акцизних зборів по виробництву тютюну в країнах-членах;
- зближення акцизного збору на цигарки;
- зближення акцизів на виробництво тютюну, крім цигарок. Встановлюється мінімальний акцизний збір на ці вироби. Країни-члени мають право використовувати специфічний акцизний збір, нарахований на основі максимальної роздрібної ціни, або поєднувати обидва акцизи;
- узгодження структури акцизного збору на спирт та алкогольні напої;
- зближення ставок та встановлення мінімальних ставок на пиво, спирт та алкогольні напої. Ставки переглядаються кожні два роки з урахуванням потреб та особливостей внутрішнього ринку;
- узгодження структур акцизних зборів на нафтопродукти та встановлення мінімальних акцизних ставок на нафтопродукти для етилового бензину, дизельного пального та парафіну (у якості пального), побутового

бензину, дизельного пального та парафіну. Країни-члени мають право застосовувати на деякі нафтопродукти для особливих цілей знижені акцизні ставки чи звільнення від акцизу. Ставки переглядаються кожні два роки причому враховується стан внутрішнього ринку;

- спільних правил щодо податкового маркування газойлю та керосину, які не несли акцизу по повному тарифу, що застосовується до нафтопродуктів, коли вони використовуються як ракетне паливо.

Акцизна політика розвивається у напрямку забезпечення податкових прибутків, гарантування добрих економічних умов на національному рівні, збереження принципу сумісності з політикою ЄС у інших галузях.

Про процес гармонізації непрямих податків у ЄС свідчить зменшення середнього відхилення по них з 6,2 до 5,0. Це перевищує аналогічні показники в цілому по Європі та країнах ОЕСР [19, с. 264]. Наведені дані свідчать про високий ступінь інтегрування економік цих країн.

Політика ЄС у сфері непрямого оподаткування спрямована на максимально можливу ступінь уніфікації податків та врахування інтересів країн-членів. Механізм проведення цієї політики передбачає спочатку прийняття принципових рішень на рівні декларації, як повинно бути вирішене те чи інше питання, а потім проводиться довготривала та поступова робота по гармонізації національного податкового законодавства.

Розділ IV. Організаційні аспекти міжнародної торгівлі

Глава 8. Форми міжнародної торгівлі: сутність та особливості

Залежно від предмету та характеру здійснення зовнішньоторговельних операцій існують різноманітні форми міжнародної торгівлі. Найчастіше їх класифікують за двома ознаками - предметом торгівлі та способом і організаціє взаємовідносин між партнерами. Аналіз форм міжнародної торгівлі дозволяє докладніше охарактеризувати обсяги та структуру торгівлі окремої країни, групи країн і світу в цілому, а також визначити певні переваги або недоліки для експортера чи імпортера.

8.1. Форми міжнародної торгівлі щодо предмету торгівлі

Відносно предмета торгівлі виокремлюють чотири форми міжнародної торгівлі:

І. Торгівля промисловими товарами, машинами, устаткуванням, у тому числі:

а) товарами широкого вжитку. Наприклад, одяг, взуття, мийні засоби, меблі, побутова техніка, товари для особистої гігієни, парфуми і косметика, аксесуари, ювелірні прикраси, хутряні вироби, автомобілі;

б) машинно-технічною продукцією, в тому числі:

- готовою продукцією. Це - постачання машин і устаткування в готовому до експлуатації виді. Наприклад, транспортні засоби, продукція верстатобудування, технічні товари культурно-побутового призначення;
- продукцією в розібраному вигляді. Ця форма торгівлі особливо розвинута в автомобільній промисловості (частка автомобілів у розібраному вигляді і комплектуючих виробів на даному ринку становить 40-50%), у виробництві тракторів, мотоциклів, електропобутових приладів, радіо- та електронної апаратури, сільськогосподарських машин;
- комплектним устаткуванням. Під комплектними об'єктами розуміють промислові чи інші підприємства в цілому, окремі цехи, установки, агрегати, що утворюють готовий технологічний комплекс чи його самостійну частину. При цьому комплектним устаткуванням вважається набір органічно пов'язаних єдиним технологічним процесом машин і устаткування, що забезпечують випуск готової продукції чи завершують технологічну стадію. До обсягу постачання в контрактах на комплектне устаткування входять: проектна, технологічна документація (інженерно-консультаційні послуги); устаткування визначеної продуктивності із зазначенням витрат сировини, палива і виходу готової продукції, технічні послуги (монтаж, налагодження, пуск устаткування в експлуатацію, навчання фахівців).

ІІ. Торгівля сировинними товарами: мінеральною сировиною, продуктами її збагачення і перероблення (чорними й кольоровими металами), сільськогосподарською сировиною рослинного й тваринного походження та

продуктами їхнього первинного перероблення, а також продовольчими товарами.

III. Торгівля послугами. Наприклад, транспортні послуги, туризм, оренда, комп'ютерні, фінансові, інженерні послуги, послуги зв'язку тощо.

IV. Торгівля продукцією інтелектуальної праці. Об'єктами купівлі-продажу виступають науково-технічні знання, що є результатами наукових досліджень, проектних конструкторських робіт і досвіду їхнього промислового освоєння. Торгівля продукцією інтелектуальної праці включає торгівлю патентами, ліцензіями, товарними знаками, промисловими зразками, науково-технічними послугами (інжиніринг).

8.1.1. Міжнародні торгові класифікатори

Міжнародна торгівля промисловими та сировинними товарами ґрунтується на міжнародних торгових класифікаторах. В них усі товари поділяються на розділи, підгрупи тощо за тими чи іншими ознаками. Перелік товарних найменувань у відповідній класифікаційній системі називається товарною номенклатурою. Міжнародні товарні номенклатури використовуються як основа побудови митного тарифу (чим докладніше є товарна номенклатура, тим ефективніше тариф може бути використаний у протекціоністських цілях), застосовуються для класифікації товарів у статистиці, в транспортних тарифах.

Для класифікації товарів у міжнародній торгівлі використовують: Міжнародну стандартну торгову класифікацію (МСТК) ООН (4-а редакція 2008 р.), Гармонізовану систему опису і кодування товарів (ГС); Класифікація товарів за широкими економічними категоріями (КТШЕК) ООН (редакція 2002 р.).

У МСТК класифікація товарів на рівні груп здійснюється: за видами сировини, з якої виготовлено товар; за ступенем оброблення товару; за призначенням товару; за місцем товару в міжнародній торгівлі (табл. 8.1).

Таблиця 8.1

Схема класифікації 4-ої редакції МСТК

Коди розділів та їх найменування	Кількість			
	відділів; їхні коди	груп	підгруп	позицій
0. Продовольчі товари та живі тварини	10(00-09)	36	132	335
1. Напої та тютюн	2(11-12)	4	11	21
2. Сировина непродовольча, крім палива	9(21-29)	36	115	239
3. Мінеральне паливо, мастила та аналогічні матеріали	4(32-35)	11	22	32
4. Тваринні та рослинні олії, жири та віск	3(41-43)	4	21	41
5. Хімічні речовини та аналогічна продукція, що не включені в інші категорії	9(51-59)	34	132	467

6.Промислові товари, класифіковані переважно за видом матеріалу	9(61-69)	52	229	767
7.Машини та транспортне обладнання	9(71-79)	50	217	642
8. Різні готові вироби	8(81-89)	31	140	420
9. Товари та операції, які не включені в інші категорії МСТК	4(91,93,96, 97)	4	4	6
Разом	**67**	**262**	**1023**	**2970**

Класифікатор використовується для публікації даних щодо зовнішньої торгівлі країнами-членами ООН і міжнародними організаціями. На основі цієї класифікації визначаються порівняльні показники обсягу і структури експорту й імпорту різних країн, крім того, за допомогою спеціального «ключа» можна робити перегрупування товарів в інші класифікації.

Гармонізована система опису і кодування товарів являє собою міжнародні вимоги до класифікації і статистичної інформації, щодо товарів, які надходять у зовнішню торгівлю (табл. 8.2).

Таблиця 8.2

Класифікаційна схема ГС

Найменування розділів	**Кількість**		
	Групи (коди)	**Позиції**	**Субпозиції**
I. Живі тварини і продукти тваринництва	5(01-05)	14	194
II. Продукти рослинного походження	9(06-14)	790	270
III. Жири та олії тваринного і рослинного походження; продукти їх розщеплення; готові харчові жири; віск тваринного або рослинного походження	1(15)	22	53
IV. Продукти харчосмакової промисловості; алкогольні та безалкогольні напої; тютюн і штучні замінники тютюну	9(16-24)	56	181
V. Мінеральні продукти	3(25-27)	67	151
VI. Продукція хімічної та суміжних галузей промисловості	11(28-38)	176	759
VII. Пластмаса та вироби з неї; каучук і гумові вироби	2(39-40)	43	189
VIII. Шкіряна сировина; шкіра; хутро; хутряна сировина; вироби з хутра; шорно-сідельні вироби та упряж; дорожні речі; сумки та аналогічні товари; вироби з кишок	3(41-43)	21	74
IX. Деревина і вироби з неї; деревне вугілля; корок; вироби з корка; вироби з соломи, лози та інших матеріалів для плетіння; кошики та інші плетені вироби	3(44-46)	27	79
X. Паперова маса з деревини або інших целюлозно-волокнистих матеріалів; паперова й картонна макулатура; папір, картон і вироби з них	3(47-49)	41	149
XI. Текстиль і вироби з нього	14(50-63)	149	809

XII. Взуття, головні убори, парасольки, палиці, прути та їх частини; оброблене пір'я та вироби з нього; штучні квіти, вироби з волосся	4(64-67)	20	55
XIII. Вироби з каміння, гіпсу, алебастру, цементу, азбесту, слюди або подібних матеріалів; керамічні вироби, скло та вироби з нього	3(68-70)	49	138
XIV. Перли натуральні чи культивовані, напівкоштовне і коштовне каміння, дорогоцінні метали, неблагородні метали, лаковані дорогоцінні метали та вироби з них; біжутерія і монети	1(71)	18	52
XV. Чорні й кольорові метали та вироби з них	11(72-76,78-83)	157	587
XVI. Машини, обладнання й механічні пристосування, електрообладнання та їх частини; звукозаписувальна і відтворювальна апаратура; відеоапаратура та її частини	2(84-85)	133	762
XVII. Засоби наземного, повітряного, космічного, водного транспорту, обладнання та частини до них	4(86-89)	38	132
XVIII. Прилади та апарати оптичні, фотографувальні й кінематографічні, вимірювальні, контрольні, прецизійні, медикохірургічні інструменти та апарати; годинники; музичні інструменти та їх частини.	3(90-92)	56	230
XIX. Зброя та боєприпаси, їх частини	1(93)	7	17
XX. Різні готові вироби	3(94-96)	32	131
XXI. Товари мистецтва, предмети для колекціонування та антикваріат	1(97)	6	7
Разом	**96**	**1241**	**5019**

Гармонізована система була розроблена Комітетом з гармонізованої системи Ради по митному співробітництву (РМС). РМС — це міжурядова організація, що відіграє провідну роль у роботі з багатостороннього регулювання митно-тарифної практики, що є координаційним і методичним центром у галузі митного контролю. РМС у 1983 р. прийняла Міжнародну Конвенцію про ГС, яку наприкінці 1987 р. ратифікувало 53 країни і країни-члени ЄС. З 1 січня 1988 р. більшість країн світу перейшла на новий митний тариф, побудований за ГС. Усі країни-члени СОТ, на частку яких припадає понад 90% світової торгівлі, прийняли Гармонізовану систему.

Метою ГС є:

- спрощення складання й оброблення комерційних і митних документів;
- скорочення витрат по переписуванню, класифікації й обліку зовнішньоторговельних вантажів за обсягом, вартістю, країнами призначення та іншими параметрами;
- спрощення збору, обліку даних, проведення економічного аналізу про зовнішню торгівлю;
- спрощення обміну тарифними знижками в рамках СОТ.

Структура номенклатури Гармонізованої системи (НГС) складається із системи класифікації і системи кодування.

Система класифікації складається з 21 розділу, 96 груп, 33 підгруп, 1241 товарної позиції, 3553 підпозицій, 5019 субпозицій, тобто система має 6 ступенів. Товари в НГС групуються за такими ознаками:

- походження (продукти рослинного, тваринного походження);
- призначення (продовольчі товари і напої; промислова сировина; паливо і мастильні матеріали; машини й устаткування, які включають інструменти; транспортні засоби; промислові товари народного споживання);
- ступінь оброблення (сировинні товари виробничого і невиробничого призначення; напівфабрикати виробничого і невиробничого призначення; готові вироби).

Гармонізована система містить докладні пояснення, що сприяють однаковому розумінню класифікаційних угруповань, визначенню ставок мита, порівнянності статистичних даних по зовнішній торгівлі.

Система кодування в ГС дає змогу надати інформацію в зручній формі для збирання, передачі й оброблення, а також здійснювати її комп'ютерне оброблення.

Отже, ГС сприяє уніфікації, вдосконалюванню статистичного обліку і посиленню контролю за експортно-імпортними операціями.

Класифікація товарів за ШЕК заснована на товарах, включених у МСТК і ГС. Усі товари розподілені відповідно до їх призначення на 7 груп, а всередині кожної групи — за ступенем оброблення. Крім того, деякі товари об'єднані в групи за ознакою промислового чи особистого споживання залежно від терміну використання (табл. 8.3). Головне призначення КТШЕК - це складання даних з міжнародної торгівлі за широкими економічними класами товарів. Крім того, вона повинна слугувати засобом перетворення даних МСТК з міжнародної торгівлі в категорії кінцевого використання, які виділяються в рамках Системи національних рахунків, тобто які відповідають трьом класам товарів: засобам виробництва, проміжнім та споживчим товарам. Це буде сприяти при проведенні економічного аналізу на національному, регіональному та міжнародному рівнях розглядати і порівнювати зовнішньоторговельні статистичні дані разом з іншими загальноекономічними статистичними даними, такими як національні рахунки, промислова статистика тощо. Статистична комісія ООН вважає, що КТШЕК також може слугувати керівництвом для національних класифікацій імпорту по широким економічним категоріям, але вона не повинна розглядатися як стандартна (наприклад, як МСТК).

Таблиця 8.3

Класифікація за широкими економічними категоріями

1. Продовольчі продукти і напої
1.1. Сировинні
1.1.1. Головним чином для промисловості
1.1.2. Головним чином для особистого споживання
1.2. Оброблені
1.2.1. Головним чином для промисловості
1.2.2. Головним чином для особистого споживання
2. Вихідні продукти для промисловості, не включені в інші категорії
2.1. Сировинні
2.2. Оброблені
3. Паливо та мастильні матеріали
3.1. Сировинні
3.2. Оброблені
3.2.1. Автомобільний бензин
3.2.2. Інші
4. Капітальне обладнання (крім транспортних засобів) і деталі та приладдя до нього
4.1. Капітальне обладнання (крім транспортних засобів)
4.2. Деталі та приладдя
5. Транспортні засоби і деталі та приладдя до нього
5.1. Легкові автомобілі
5.2. Інші
5.2.1. Промислове
5.2.2. Непромислове
5.3. Деталі та приладдя
6. Споживчі товари, не включені в інші категорії
6.1. Тривалого користування
6.2. Середньотермінового користування
6.3. Короткотермінового користування
7. Товари, не включені в інші категорії

8.1.2. Міжнародна торгівля промисловими товарами, машинами, устаткуванням

До промислових товарів, згідно з Міжнародною стандартною торговельною класифікацією, відносяться хімічні речовини, матеріали та продукція (розділ 5), промислові товари, класифіковані переважно за матеріалами (розділ 6), машини та транспортне обладнання (розділ 7), різні готові вироби (розділ 8).

У структурі міжнародної торгівлі промисловими товарами переважає торгівля машинами, устаткуванням і транспортними засобами (приблизно 51,5%), на другому місці — промислові вироби розділів 6 і 8 — (35,82%) і на третьому — хімічні товари (12,68%).

Висока частка в міжнародній торгівлі промисловими товарами машин, устаткування, транспортних засобів свідчить про сучасний рівень виробництва, наукоємності продукції.

Для міжнародної торгівлі промисловими товарами характерні такі особливості, які зумовлені новими вимогами ринку:

- зниження життєвого циклу більшості видів товарів;

- зростання виробництва високотехнологічних виробів, що забезпечує неухильну диференціацію напівпродуктів і кінцевих продуктів;

- спостерігається процес постійної диверсифікованості виробництва на якомога дрібніші галузі і підгалузі, відгалужування яких автоматично породжують потребу в обміні продукцією таких виробництв, що дедалі більш вузько спеціалізується. Відбувається постійне відновлення номенклатури й асортименту продукції;

- розвиток внутрішньогалузевої торгівлі, що витісняє традиційну міжгалузеву;

- зростання у верстатобудівній продукції частки відновленого устаткування;

- перехід від одиничних до системних продажів. Основний товар пропонується з комплектуючими і супутніми виробами;

- підвищення вимог до техніко-економічних показників виробів;

- машинно-технічна продукція повинна відповідати вимогам Міжнародної організації стандартів;

- зростання торгівлі товарами виробничого призначення випереджає зростання торгівлі машинно-технічними виробами культурно-побутового призначення;

- посилення тиснення соціального фактора, який виявляється в дефіциті і дорожнечі кваліфікованої праці;

- розроблення нових, ефективніших інструментальних конструкційних матеріалів;

- потреба швидкого виконання заходів з передаванням креслень виробів замовнику по Інтернету і поставкою продукції за системою “точно в термін”;

- гнітюча частина світового експорту й імпорту машинно-технічної продукції зосереджена в індустріально розвинутих країнах;

- торговельна політика держав спрямована на стимулювання експорту машинно-технічної продукції і захист національного товаровиробника;

- зростання на світовому споживчому ринку частки контрафактної (фальсифікованої) продукції.

На світовому ринку промислових товарів торгівля машинно-технічною продукцією поділяється на торгівлю готовою продукцією, продукцією в розібраному вигляді і комплектним устаткуванням.

Для *міжнародної торгівлі готовою продукцією* характерні такі особливості:

- зростання обсягу світового виробництва готових виробів випереджає зростання обсягу світового виробництва продукції сировинних галузей;

- випереджаюче зростання експорту готових виробів порівняно з експортом мінеральної сировини й аграрних продуктів;

- реальне постачання, наприклад, технологічного устаткування, є, власне кажучи, початковою стадією взаємин експортера й імпортера. Використання цього устаткування за призначенням потребує проведення

таких взаємопогоджуваних дій: монтажу і пуску устаткування в експлуатацію, технічного обслуговування, забезпечення запчастинами. Отже, передбачаються супровідні сервісні послуги (технічне обслуговування в гарантійний і післягарантійний періоди, навчання персоналу, створення оптимальних складських запасів запчастин). Подібна взаємодія партнерів після постачання готового товару вигідна обом сторонам. Експортер закріплюється на новому ринку, збільшує обсяг продаж, надавши повний комплекс необхідних послуг конкретному споживачеві. Імпортер одержує поряд з устаткуванням і набір кваліфікованих послуг від постачальника, що знає всі особливості використання даного товару, для забезпечення заданих експлуатаційних характеристик і, отже, для досягнення економічних результатів.

Розвиток *міжнародної торгівлі машинно-технічною продукцією в розібраному вигляді* зумовлений особливостями міжнародного поділу праці в сучасних умовах. Об'єктивно склалися умови для розчленовування виробничого процесу на окремі операції і виділення їх у самостійні виробництва, а також обміну між такими ланками єдиного технологічного циклу їхньою продукцією (компонентами кінцевого виробу).

Експорт готової продукції в розібраному вигляді підвищує її конкурентоспроможність; допомагає перебороти різні митні й адміністративні протекціоністські бар'єри, спрямовані на обмеження імпорту готової продукції; знижує майже в 2 рази транспортні витрати внаслідок того, що вузли і деталі, як більш компактний вантаж, перевозяться в контейнерах. Імпорт готової продукції у вигляді вузлів і деталей, звичайно, супроводжується зниженим митом, що сприяє організації складальних виробництв, отже, розвитку національної промисловості та підвищенню зайнятості робочої сили. Поставляючи вузли і деталі на складання, експортер забезпечує проникнення на ринок і збільшення обсягу продаж складених готових виробів.

Така форма торгівлі часто проходить по внутрішніх каналах тієї чи іншої транснаціональної корпорації (ТНК). Так, частка вузлів і деталей у загальному обсязі експорту країнами ОЕСР машин і транспортних засобів складає приблизно 30%. В деяких країнах, що розвиваються, де діють філії західних ТНК, ця частка вища: у Тайвані — 36,3%, Французькій Гвіані - 49, Гонконгу – 46,2, Барбадосі — 61,6, Нікарагуа -81,6. Це істотно збільшує масу товарів, що просуваються між країнами, міцно прив'язують національні господарства таких країн.

Складальне підприємство у формі спільного підприємства найчастіше організовано за принципом прогресивного складання, що припускає поступове і поетапне витиснення імпортованих деталей і вузлів деталями і вузлами національного виробництва. Основними принципами складальних виробництв спільного підприємства є:

- деталі і вузли повинні бути підготовлені таким чином, щоб наступне складання не потребувало витрат на підготовку висококваліфікованих працівників;

- деталі і вузли вітчизняного виробництва повинні мати якість не нижчу від імпортної і бути точно взаємозамінними без будь-якого ручного припасування;

- терміни постачання вузлів і деталей повинні бути ритмічними і з встановленим оптимальним складським запасом.

Розвиток *міжнародної торгівлі комплектним устаткуванням* пов'язаний з виникненням і функціонуванням ринку комплектних об'єктів (товарів-об'єктів). Комплектне устаткування, як відзначалося раніше, являє собою єдиний технологічний комплекс підприємства або споруджуваного об'єкта. Його постачання нерозривно пов'язано з наданням проектно-дослідницьких, конструкторських, технологічних послуг, виконанням пусконалагоджувальних робіт, передачею супутніх ліцензій, організацією навчання адміністративно-виробничого персоналу.

Експортер комплектного устаткування одержує можливість істотно розширити експортні можливості за рахунок нестандартного, більш дорогого устаткування, супутніх послуг, у тому числі ноу-хау, патентів.

Імпортеру постачання комплектного устаткування дає змогу в короткий термін одержати технологічно налагоджений набір основного і допоміжного устаткування, навчити виробничий персонал і після пуску об'єкта в експлуатацію приступити до виробництва готової продукції.

Частка постачань комплектного устаткування в загальному обсязі світового експорту машин і устаткування знаходиться на рівні 10-15%. Така форма торгівлі широко розповсюджена як у промислово розвинутих країнах, так і в країнах, що розвиваються, насамперед, в Індії, Бразилії, Аргентині, Мексиці.

Торгівля комплектним устаткуванням здійснюється за такими умовами генерального підряду:

- будівництво об'єктів «під ключ». Під такими постачаннями розуміють угоду, за якою контрагент замовника бере на себе відповідальність за спорудження об'єктів промислового і невиробничого призначення і представляє замовника у відносинах з іншими юридичними особами, що беруть участь у спорудженні об'єкта. Контрагент передає замовникові об'єкт, готовий до експлуатації;

- будівництво об'єктів за умовою «під готову продукцію». Ця угода передбачає обов'язок підрядчика забезпечити експлуатацію підприємства до досягнення ним проектної потужності й освоєння випуску продукції погодженої номенклатури, якості і кількості;

- будівництво об'єктів на умовах «під випуск і реалізацію продукції». Контракти такого типу припускають широкий спектр зобов'язань і відповідальності постачальників. Постачальник забезпечує не тільки експлуатацію підприємства в початковий період, а й збут його продукції;

- постачання комплектного устаткування на умовах BOT (від англ. слів build - будувати, operate - експлуатувати, transfer- передавати). Під терміном BOT розуміється залучення міжнародного консорціуму для фінансування всіх витрат, пов'язаних з будівництвом об'єкта «під ключ», а також з

експлуатацією й обслуговуванням об'єкта під гарантію уряду в придбанні продукції цього підприємства упродовж 10-15 років за цінами, що забезпечують відшкодування витрат і одержання встановленого прибутку учасникам будівництва об'єкта. Експортер за цієї форми постачань має можливість реалізувати свою продукцію на ринку іншої країни й одержати заздалегідь погоджений дохід, а імпортер — одержує готовий об'єкт без значних фінансових витрат і не зазнає труднощів при введенні його в експлуатацію [23, с.258].

Міжнародна торгівля промисловими товарами за регіонами світу характеризується даними табл.8.4.

На світовому ринку промислових товарів до країн, для яких експорт цих товарів є пріоритетним (понад 50% загального обсягу експорту товарів і послуг), відносяться: Білорусь, Німеччина, Ізраїль, Індія, Італія, Канада, Китай, Латвія Литва, Пакистан, Республіка Корея, Росія, США, Сінгапур, Фінляндія, Чехія, Швеція, Японія тощо.

Серед основних тенденцій розвитку торгівлі промисловими товарами експерти СОТ відмічають підвищення частки країн ЄС у світовому експорті автомобілів до 51, 2% - при зниженні частки Японії і США відповідно до 11,7 і 9,3%, а також рекордні темпи зростання світового експорту одягу та текстильних виробів – на 17% (до 725 млрд дол.) у т.ч. з Китаю – на 20% (до 248 млрд дол.).

Таблиця 8.4

Світовий експорт промислових товарів за регіонами світу

Регіони світу	Експорт промислових товарів (частка в світовому експорті товарів, %)						
	з них						
	Усього	Чорні метали та вироби з них	хімічні продукти	офісне та теле-комунікаційне устаткування	автомобільні товари	Текстиль	Одяг
Світ	64,1	3,7	10,9	9,3	7,2	1,6	2,4
Північна Америка	66,7	1,4	10,9	9,9	11,4	0,7	0,5
Центральна та Південна Америка	26,6	2,6	6,7	0,8	3,4	0,6	2,1
Європа	74,1	3,1	16,3	5,6	9,9	1,3	2,0
СНД	23,2	6,6	6,3	0,5	0,7	0,5	0,4
Африка	16,4	1,4	3,4	0,5	1,5	0,5	1,6
Середній Схід	19,7	0,5	6,4	1,1	1,0	0,5	0,8
Азія	78,3	3,0	8,0	19,0	6,0	3,0	4,4

Джерело: [53]

8.1.3. Міжнародна торгівля сировинними товарами

Під сировиною, як правило, розуміють продукти видобувної промисловості і сільського господарства. Тому основними ринками сировинних товарів є: ринки продовольства, ринки сільськогосподарської сировини, ринки руд і металів, палива.

Торгівля сировинними товарами характеризується рядом особливостей:

- попит та пропозиція на сировинні товари залежать від кліматичних умов, природних запасів, політико-економічних криз, особливо в найважливіших сировинних регіонах. Тому в цілому міжнародна торгівля сировинними товарами характеризується нестабільністю ринку;
- спостерігається довгострокове перевищення пропозиції сировинних товарів над попитом. Це призводить у ряді випадків до сировинної кризи в країнах, що розвиваються, з вузькою сировинною спеціалізацією, оскільки експорт сировинних ресурсів забезпечує їм від 50 до 100% експортних доходів;
- партнери прагнуть установити досить тривалі відносини на підставі довгострокових міжнародних контрактів, у яких експортеру забезпечується стабільний збут, а імпортеру — гарантоване регулярне постачання. На довгострокові контракти припадає близько 30% світового сировинного експорту, при цьому на природний газ - 100%, мідні, олов'яні, свинцево-цинкові концентрати — 90%, кам'яне вугілля -75%, залізну руду - 60%, марганцеву руду - 30%;
- купівля-продаж сировинних товарів тісно пов'язана з постачанням інших видів товарів, є частиною комерційних операцій, складних видів зовнішньоекономічного співробітництва (техніко-економічного, науково-технічного), великомасштабних угод на компенсаційній основі;
- знижуються темпи зростання експорту сировинних товарів при абсолютному збільшенні розмірів торгівлі даної товарної групи;
- темпи зростання торгівлі паливом і сировиною мінерального походження випереджають темпи зростання торгівлі продовольством і сільськогосподарською сировиною;
- зростає торгівля напівфабрикатами, виготовленими на основі мінеральної і рослинної сировини, а також сировиною глибокої обробки/переробки і спеціально підготовленими матеріалами підвищеної якості;
- підвищуються вимоги імпортерів до екологічної безпеки товарів, що поставляються;
- високий ступінь монополізації. Найбільші торговельні і промислові компанії прагнуть установлювати монопольно високі ціни на сировинних ринках. При цьому внутрішньокорпораційні постачання сировини ведуться за зниженими трансфертними цінами;
- зростає державне втручання у визначення обсягів, напрямів, форм і методів торгівлі сировинними і продовольчими товарами.

Експорт сировинних товарів становить майже 20% світового експорту, а з урахуванням торгівлі напівфабрикатами (чорними і кольоровими металами і хімічними товарами) — близько 40%.

На світовому ринку сировинних товарів до країн, для яких експорт цих товарів є пріоритетним (понад 50% загального обсягу експорту товарів і послуг), відносяться Албанія, Болівія, В'єтнам, Гана, Гваделупа, Гвінея, Замбія, Ісландія, Куба, Монголія, Намібія, Нігер, Нікарагуа, Нова Зеландія, Перу, Сомалі, Судан, Танзанія, Того, Уганда, Чад, Чилі, Екваторіальна Гвінея тощо.

У міжнародній торгівлі до продовольчих товарів, відповідно до СМТК, відносять: продовольчі товари і живих тварин (розділ 0): живі тварини, м'ясо і м'ясопродукти; молочні продукти і яйця; риби і морепродукти; зернові і продукти з зерна, овочі і фрукти; цукор і мед; кава, чай, какао, спеції; корми для худоби; різні продовольчі товари; напої і тютюн (розділ 1); олійні (розділ 2, група 22); жири, олії, воски рослинного і тваринного походження (розділ 4).

На світовому ринку продовольства основне місце посідають товари розділів 0 і 4. Швидкими темпами розвивається торгівля продовольством, готовим до вживання.

Основні експортери та імпортери на світовому ринку окремих видів продовольства представлені в табл. 8.5.

Таблиця 8.5

Основні експорти та імпортери на 13 ринках продовольства

Найменування ринку	Основні експортери (Е) та імпортери (І)
1. Ринок живих тварин, у т.ч.: - великої рогатої худоби; - овець; - свиней.	США, Канада, країни ЄС Е: Австралія, Туреччина І: Близький Схід
2. Ринок м'яса, у т.ч.: яловичина і телятина; свинина; баранина і козлятина; м’ясо птахи	Е: Австралія, Бразилія, ЄС, США, Аргентина Е: Данія, Канада, США, країни Бенілюксу Е: Австралія, Нова Зеландія Е: США, ЄС, Бразилія; І: Росія, Китай, ЄС, країни Б. і С. Сходу
3. Ринок молочних продуктів, у т.ч.:вершкової олії;сиру;молока (сухого чи порошку конденсату).	Е: країни ЄС, Нова Зеландія, США, Австралія, Аргентина
4. Ринок яєць	Е: США, Китай, Нідерланди (понад 70% світового експорту). І: Японія, країни ЄС, Канада, Гонконг.
5. Ринок зернових, у т.ч.: - пшениці; - кукурудзи - рису	Е: США, Канада, Австралія, Аргентина, Україна, країни ЄС. І: Мексика, США, СНД, Японія, КНР, ЄС Бразилія, Єгипет, Індонезія, Алжир. Е: США Е: Таїланд, В’єтнам, КНР, Пакистан І: Індонезія, Ірак, Нігерія, Ірак
- жита	Е: ЄС, Канада І: Японія, Польща, Респ. Корея, КНР, США

6. Ринок цитрусових і бананів	Е: Середземноморські країни, Лат. Америка. І: країни Європи і Північної Америки.
7. Ринок цукру	Е: Куба, Бразилія, Китай, Індія(з цукрового очерету) Тенденції розвитку ринку і цін залежать від обсягів виробництва і розмірів закупівлі цукру Росією та Китаєм.
8. Ринок олієнасіння, рослинних олій, у т.ч.: - соя; - рапс - соняшник (насіння) - маслинова олія - арахісова олія	 Е: США, Китай, Бразилія, Аргентина І: європейські країни, Японія. Е: Канада, Австралія, СНД, США Е: Центральна Європа, Росія, Україна, США, Аргентина І: ЄС, Туреччина Е: ЄС, Іспанія, Італія, Греція, Туніс. І: ЄС, США, Сирія, Марокко. Е: Сенегал, Аргентина, КНР, Індія, США. І: ЄС, Індонезія, Канада, Росія, Мексика, Японія, країни Північної Африки
9. Ринок риб'ячого жиру	Е: Перу І: Норвегія, ЄС, Канада, Мексика, Японія
10. Ринок тютюнового листа	Е: Бразилія, США, Зімбабве, Китай, Італія, Індія І: Велика Британія, Німеччина, Росія, США, Японія, Нідерланди.
11. Ринок чаю	Е: Індія, КНР, Шрі-Ланка, Індонезія. Пропозиція чаю вищих сортів на світовому ринку скорочується. Посилюється конкуренція між основними імпортерами, що викликає зростання цін на чай і скорочення його споживання
12. Ринок какао	Е: Кот-д`Івуар, Гана, Нігерія, Індонезія, Бразилія І: США, Німеччина, Нідерланди, Велика Британія, Швейцарія. Країни-експортери з метою регулювання ринку уклали з країнами-імпортерами в 1972р. Міжнародну угоду по какао
13. Ринок кави	Е: Бразилія, Колумбія, Мексика, Кот-д`Івуар, Індонезія , Індія І: Німеччина, Японія, Франція, Італія, Іспанія

Джерело**:** [23, с.265]

Серед регіонів світу в експорті продовольчих товарів лідирують Центральна та Південна Америка (23,8%), Північна Америка (9,0%), Європа (8,8%) [23, с.260].

На ринках продовольства існує цінова проблема, тому що ціни піддаються значним коливанням, що важко спрогнозувати. Ціноутворення на ринках продовольства характеризується рядом особливостей: ціни на окремі продовольчі товари орієнтуються на біржові ціни або ціни аукціонів; ціни вирізняються нестабільністю; множинність цін у зв'язку з наявністю різноманітних сортів, центрів торгівлі, розходженнями в термінах постачання; сильний вплив конкуренції з боку штучних і синтетичних замінників; вплив зовнішньоторговельної політики.

На світовому ринку сільськогосподарської сировини представлені такі товарні групи розділу 2 МСТК: шкіри, хутро ; каучук, корка і дерево; целюлоза і макулатура; текстильні волокна і відходи; сировина тваринного і рослинного походження, в іншому місці не пойменована.

Світовий експорт сільськогосподарської сировини за регіонами світу становить (млрд дол.): Північна Америка – 251, Центральна та Південна Америка – 206, Європа – 670, Африка – 59, Близький Схід – 32. Азія – 382 [17, с.119].

Ринки сільськогосподарської сировини розвиваються під впливом тих самих макроекономічних чинників, що й ринки продовольства. Лідируючі позиції посідають натуральний каучук, дерево, бавовна, вовна .

Центром світового виробництва *натурального каучуку* є Південно-Східна Азія. До найбільших його виробників відносяться Таїланд, Індонезія, Малайзія, на котрі припадає ¾ світового виробництва.

Основні імпортери натурального каучуку – промислово розвинуті країни (на країни Америки припадає 23% світового споживання, Європи - 18%, Японію - 12%) і азіатські країни, що розвиваються.

Динаміку цін на натуральний каучук визначає збільшення або зниження запасів під впливом співвідношення попиту і пропозиції. Скорочення світових запасів зумовило нині різке підвищення цін на цей товар.

Контроль за стабільністю цін на ринку натурального каучуку здійснює Міжнародна каучукова організація (INRO), яка створена в 1980 р.

Світове виробництво *лісових товарів* постійно зростає. Найбільш динамічно ця галузь розвивається в США і Канаді.

У структурі асортименту лісових товарів останніми роками відбулися зміни: підвищилася частка сировини для целюлозно-паперового виробництва і дров і знизилася частка сировини для механічного оброблення деревини.

В міжнародній торгівлі *текстильними волокнами* близько половини припадає на бавовну (волокно). Світове виробництво бавовни становить 27,4 млн. т на рік. Основні продуценти – Китай, Індія, США, Бразилія, Австралія, Узбекистан, які виробляють близько 87% бавовни в світі. Найкрупніші споживачі – Китай, Індія, Пакистан, Туреччина, Бангладеш.

Провідними центрами світової торгівлі бавовною є Нью-Йоркська біржа бавовни, Чиказька біржа рису і бавовни та посередницький ринок Асоціації бавовни в Ліверпулі.

До найдорожчих видів текстильної сировини належить вовна. Світове виробництво вовни становить близько 2 млн. т на рік, а частка в загальному обсязі споживання всіх текстильних волокон — близько 5%. Основні виробники вовни: Австралія, Нова Зеландія, Аргентина, Уругвай, ПАР, СНД. Важливу роль у торгівлі вовною відіграють аукціони і торговельні доми.

Ринок руд і металів включає ринок чорних металів і ринок кольорових металів, серед яких до лідерів відносяться: ринок сталі (52,7%), золота (14,9), міді (9,6), алюмінію (7,6), срібла (2,1), нікелю (2,0%). Світовий

ринок металів за останні п’ять років у середньому зріс на 28%. Найвищі темпи приросту спостерігаються по ринку золота (212%), срібла (182), олова (47), сталі (25), міді (22%) [17, с.121].

На світовому ринку кольорових металів основними експортерами й імпортерами виступають:

- ринок мідних концентратів і рафінованої міді: експортери – США, Чилі, Португалія, Філіппіни, Росія, Канада, Казахстан; імпортери – Японія, Німеччина, Іспанія, Республіка Корея;
- ринок алюмінію: експортери – Росія, Австралія, Норвегія, Бразилія; імпортери – Японія, США, Німеччина, Італія, Бельгія, Франція, Нідерланди, Велика Британія;
- ринок рафінованого свинцю: експортери – Австралія, Канада, Мексика; імпортери – США, країни ЄС;
- ринок цинкових руд і концентратів: експортери – Канада, Швеція, Перу, Мексика; імпортери – Німеччина, Франція, Бельгія, Японія;
- ринок олов'яних концентратів і рафінованого олова: експортери – Австралія, Перу, Болівія, Канада; імпортери – країни ЄС, США, Японія;
- ринок нікелю: експортери – Канада, Нова Каледонія; імпортери – Японія, США, Німеччина;
- ринок золота: експортери – ПАР, США, Австралія, Канада

Особливістю ринку кольорових металів є відсутність світових цін на сировину кольорових металів. Це пов'язано з наявністю великого розмаїття якісних характеристик вихідної сировини. Ціни на сировину прямо залежать від цін на рафінований метал.

Світовий ринок палива включає торгівлю товарами розділу 3 МСТК: вугілля, кокс, брикети ; нафта, нафтопродукти і подібні їм товари; природний і штучний газ; електричний струм.

Провідна роль на цьому ринку належить нафті (близько 40% світового виробництва і споживання), кам’яному вугіллю (близько 31%), газу (близько 23%).

До найбільших експортерів *нафти і нафтопродуктів* належать Саудівська Аравія (17,6%), Росія (14,8%), Нігерія (6,5%), Іран (5,6%), а імпортерів - США (21,9%), Китай (11,2%), Японія (8,3%).

ОПЕК забезпечує 36,5 % загального попиту на нафту країн-споживачів. На найближчі 5 років цей показник зросте до 40 % і упродовж 10 років перевищить 50 %. Згідно з прогнозом, попит на нафту збільшується в середньому на 1,6 % щорічно і до 2030р. становитиме 120 млн бар. на добу. Для забезпечення такого зростання попиту знадобляться великі інвестиції. Понад 60 % приросту потреби нафти припадатиме на країни, що розвиваються (особливо азіатські). Частка країн, що розвиваються, у світовому попиті підвищиться в 2030р. до 43 % [17, с.122].

У наступному десятилітті нафта з часткою в 40 % збереже домінуючу роль у глобальному споживанні первинних енергоносіїв. Її ціна залишиться еталоном на світовому ринку паливно-енергетичних товарів.

Міжнародна торгівля *кам'яним вугіллям* має тенденцію до розширення. За останні 10 років обороти ринку вугілля зросли майже на 50% і в 2013 р. становили 1млрд т. Це пов'язано з тим, що запаси вугілля в світі великі і вони відносно легкодоступні; є можливість диверсифікувати його поставки; він знаходить збут по всьому світі за досить стабільними цінами.

Основними експортерами вугілля є Австралія, США, ПАР, Індонезія, Південна Америка, Канада, СНД, а імпортерами – країни Західної Європи, Японія, Південна Корея, Тайвань.

У ціновій боротьбі на світовому ринку виграють країни, що добувають вугілля відкритим способом (ПАР, Австралія).

Світовий ринок *природного газу* розвивається під впливом змін на ринку рідкого палива. Особливий інтерес виявляється до зрідженого природного газу, оскільки його використання на електростанціях, в автомобілях, літаках, вертольотах постійно зростає. Торгівля зрідженим газом зосереджена в основному в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні і становить близько 75% світової торгівлі цієї продукції. Світовий експорт зрідженого газу становить близько 90млн т., а вартість його світового товарообігу перевищує 10 млрд дол.

До 2020р. частка газу у світовому енергозабезпеченні зросте до 26-28 %, а вугілля – знаходитиметься в межах 19-24 %.

Провідні експортери природного газу в континентальні західноєвропейські країни – Росія, Норвегія, Нідерланди.

Нині за рахунок нафти, газу та вугілля покривається 85 % попиту на енергію, а через 50 років їх сумарна частка становитиме 60 %.

Світовий експорт палива за регіонами світу становить (млрд дол.) : Північна Америка - 400, Центральна та Південна Америка - 323, Європа – 822, Африка – 382, СНД – 521, Близький Схід – 847, Азія – 700 [17, с.123].

Щоб стабілізувати розвиток міжнародної торгівлі сировиною, країни укладають різні міжнародні угоди:

- стабілізаційні угоди, призначені для забезпечення стабілізації і рівноваги попиту та пропозиції. Ними передбачаються квоти на обсяг сировини. Вони укладаються стосовно міді, олова, цинку, нікелю, алюмінію, кави, какао, каучуку;
- адміністративно-товарні угоди, призначені для статистичного аналізу сировинних ринків і вироблення рекомендацій з ведення торгівлі окремими видами товарів, наприклад, цукром, пшеницею й іншими зерновими;
- міжнародні товарні угоди щодо заходів розвитку, котрі призначені для створення і розвитку експортоорієнтованих виробництв сировини. Вони укладаються, наприклад, щодо джуту, деревини коштовних порід, рослинною і маслиновою олії та ін.

8.1.4.Світові ціни на промислові та сировинні товари

Національні ринки конкретних товарів, які утворюють світовий товарний ринок, мають певну специфіку. Ця специфіка зумовлює різноманіття комерційних і торгово-політичних факторів, що впливають на динаміку й рівень світових цін. Для світового ринку характерна множинність застосовуваних цін, тобто наявність ряду цін на той самий товар або товари однакової якості в одній і тій самій сфері обертання (експортні, оптові, роздрібні), на однаковій транспортній базі. При виокремленні з безлічі цін світової ціни застосовують, як правило, два критерії:

- за цією ціною проходять великі комерційні угоди;
- світовими визнаються ціни угод, укладених у найважливіших центрах світової торгівлі, таких як Чиказька торгова біржа, Лондонська біржа металів тощо [42, с. 72].

Для окремих товарів як світові ціни виступають експортні чи імпортні ціни основних імпортерів або експортерів.

Таким чином, світові ціни — це ціни реалізації товарів на світовому ринку, де торговельні операції повинні здійснюватися на регулярній основі; носити роздільний комерційний характер; виконуватися в умовах вільного торговельно-політичного режиму; здійснюватися у вільно конвертованій валюті.

Розрізняють такі види цін:

- ціни за торговельними угодами з платежем у вільно конвертованій та неконвертованій та в частково конвертованій валюті;
- ціни за клірингoвими угодами;
- ціни трансфертні;
- ціни за програмами в рамках державної допомоги та ін.

При визначенні рівня цін орієнтуються на опубліковані і розрахункові ціни.

Публіковані (друковані ціни) - це ціни, про рівень яких повідомляється в спеціальних і фірмових джерелах інформації. Вони, зазвичай, відображають рівень світових цін. До публікованих цін відносять:

- довідкові ціни (ціни товарів у внутрішній оптовій чи зовнішній торгівлі іноземних країн), які друкуються в економічних газетах, журналах, спеціальних бюлетенях, фірмових каталогах, прейскурантах;
- біржові котирування (ціни товарів, що є об'єктом біржової торгівлі);
- ціни аукціонів і торгів;
- ціни фактичних угод, що не публікуються регулярно, але їх зіставляють з довідковими для встановлення більш реальної контрактної ціни;
- ціни пропозиції великих фірм.

Розрахункові ціни застосовуються до нестандартного устаткування і розраховуються фірмами-експортерами. Відомості про них трапляються в друку епізодично, тому їх неможливо використовувати для порівняння під час вибору рівня цін.

При проведенні аналізу світових цін їх поділяють на дві групи: ціни на продукцію обробної промисловості і на сировину.

На продукцію обробних галузей світовими цінами виступають, зазвичай, експортні ціни великих фірм-виробників і їх експортерів. Базою експортних цін є ціни на внутрішньому ринку, що розраховуються за методами повних і прямих витрат.

Відповідно до методу повних витрат, підсумовуються всі витрати (матеріали, робоча сила, непрямі витрати), пов'язані з виробництвом продукції. До них додається величина очікуваного прибутку і визначається доход, очікуваний від реалізації продукції. Розділивши величину очікуваного доходу на щомісячний випуск продукції, одержуємо фабричну ціну одиниці виробу.

При використанні цього методу норма завантаження виробничих потужностей приймається за 75-85%. До фабричної ціни додається надбавка (знижка) на прибуток. Ця надбавка визначається як відношення реального прибутку до інвестованого капіталу (у відсотках). Це співвідношення розраховується на перспективу і називається «цільовою» нормою прибутку, її величина не постійна і може змінюватися залежно від положення тієї чи іншої компанії на ринку, характеру цінової політики її та держави. Прикладом такої надбавки може бути акциз, а знижки — корекція на оптового покупця.

Більш повний облік умов ринку на початковій стадії формування ціни забезпечує метод прямих витрат. Він заснований на розподілі всіх витрат на накладні (постійні) і прямі (змінні) витрати (табл. 8.6) [23, с. 276].

Таблиця 8.6

Визначення ціни методом прямих витрат (щомісячні витрати, дол.)

Витрати	Варіанти			
	I	II	III	IV
Очікуваний обсяг продаж, шт.	400	600	800	900
Передбачувана ціна за одиницю.	18,0	16,0	15,0	14,0
Сума прямих (змінних) витрат	8,58	8,46	8,4	8,34
«Маржинальний прибуток» на одиницю продукції	9,42	7,54	6,6	5,66
Сумарний «маржинальний прибуток»	3768	4528	5280	5094
Постійні витрати за 100% використання виробничих потужностей	3000	3000	3000	3000
Реалізований прибуток	768	1524	2280	2094

За методом прямих витрат визначається кілька варіантів передбачуваних цін і відповідні передбачувані обсяги продаж. Потім підраховується сума прямих витрат і визначається «маржинальний» (доданий) прибуток на одиницю продукції (різниця між цінами реалізації і змінними витратами), а далі — на весь обсяг прогнозованих продаж за передбачуваною ціною. Потім з отриманого сумарного «маржинального прибутку», віднімаються постійні витрати і визначається розмір доходу від реалізації продукції. З розрахунків видно, що максимальний прибуток буде отримано при продажі 800 виробів за ціною 15 дол. за одиницю. За цим методом можна визначити оптимальне поєднання обсягу виробництва, цін

реалізації і витрат, однак він складний для використання, тому що фірми, як правило, не знають величини попиту й обсягів продаж своєї продукції.

Кращим є метод повних витрат. Оскільки на ціноутворення впливає багато факторів, ціни, розраховані із застосуванням описаних методів, слугують лише основою для подальшого маневрування на ринку з постійно мінливою кон'юнктурою. Компанії уточнюють ці ціни за допомогою розгалуженої системи знижок і надбавок за зміну якості, умов постачання, упаковування, маркування і т. ін. Відтак за прейскурантними цінами здійснюється мало операцій. Великі партії товарів реалізуються зі знижкою від прейскурантних цін або за договірними цінами.

При формуванні світових цін на сировинні ресурси основну роль відіграють не величина внутрішніх витрат, а:

- співвідношення попиту та пропозиції на ринку сировинних товарів;
- поєднання цін пропозиції основних виробників (експортерів) і біржових котирувань або цін аукціонів;
- множинність цін основних виробників (експортерів), що визначаються специфікою регіональних ринків, розходженням у використанні валюти при розрахунках, порушенням балансу попиту та пропозиції на сировинні товари;
- особлива роль держави чи груп держав — провідних експортерів і/чи імпортерів відповідних товарів у формуванні світових цін. Групи держав (основних виробників і експортерів) можуть створювати міждержавні зовнішньоторговельні асоціації з контролю за рівнем виробництва і даного виду продукції, що впливають на формування і динаміку світових цін (наприклад, Організація країн-експортерів нафти - ОПЕК).

Механізм формування світових цін на сировинні товари свідчить про розбіжність світових і внутрішніх цін на однорідні товари. Як правило, внутрішні ціни вищі від світових, що більше характерно для імпортних і менше — для експортних цін. Однак за окремими сировинними товарами, наприклад, нафти, спостерігається зворотна картина: світові ціни перевищують внутрішні. Це пов'язано з митними бар'єрами між країнами, діяльністю на світовому ринку найбільш конкурентоспроможних фірм, залежністю рівня світових цін від цінових показників на продукцію лідерів ринку.

Провідні експортери та імпортери у міжнародній торгівлі товарами представлені в табл. 8.7.

Таблиця 8.7

Головні країни-експортери та країни-імпортери в світовій торгівлі товарами в 2012 р.

Країни-експортери	Обсяг, млрд. долл.	Доля, %	Країни-імпортери	Обсяг, млрд. долл.	Доля, %
Китай	2049	11.1	США	2336	12,6
США	1546	8.4	Китай	1818	9,8
Німеччина	1407	7,6	Німеччина	1167	6,3
Японія	799	4,3	Японія	886	4,8
Голландія	656	3,6	Велика Британія	690	3,7
Франція	569	3,1	Франція	674	3,6
Корея	548	3,0	Голландія	591	3,2
Росія	529	2,9	Гонконг	553	3,0
Італія	501	2,7	Корея	520	2,8
Гонконг	493	2,7	Індія	490	2,6
Велика Британія	474	2,6	Італія	487	2,6
Канада	455	2,5	Канада	475	2,6
Бельгія	447	2,4	Бельгія	437	2,4
Сінгапур	408	2,2	Мексика	380	2,0
Саудівська Аравія	388	2,1	Сінгапур	380	2,0
Мексика	371	2,0	Росія	335	1,8
ОАЕ	350	1,9	Іспанія	335	1,8
Тайбей	301	1,6	Тайбей	270	1,5
Індія	294	1,6	Австралія	261	1,4
Іспанія	294	1,6	Таїланд	248	1,3
Австралія	257	1,4	Туреччина	237	1,3
Бразилія	243	1,3	Бразилія	233	1,3
Таїланд	230	1,2	ОАЕ	230	1,2
Малайзія	227	1,2	Швейцарія	198	1,1
Швейцарія	226	1,2	Малайзія	197	1,1
Індонезія	188	1,0	Польща	196	1,1
Польща	183	1,0	Індонезія	190	1,0
Швеція	172	0,9	Австрія	178	1,0
Австрія	166	0,9	Саудівська Аравія	156	0,8
Норвегія	161	0,9	Чехія	141	0,8
Чехія	157	0,9	Південна Африка	124	0,7
Туреччина	152	0,8	В’єтнам	114	0,6
Катар	133	0,7	Угорщина	95	0,5
Кувейт	119	0,6	Данія	92	0,5
Світ	**18401**	**100,0**	**Світ**	**18601**	**100,0**

Джерело: [43]

З таблиці видно, що з перших 20 провідних країн-експортерів та імпортерів шість розміщені в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні (24,3% світового експорту), сім - в ЄС (23,1%), що свідчить про ключову роль цих регіонів у світовій економіці. Сукупний експорт цих 20 країн становить 68,8% світового експорту, а сукупний імпорт – 72,9% світового імпорту.

8.1.5. Міжнародна торгівля послугами

Світовий ринок послуг являє собою сферу обміну послуг між країнами. Поряд зі світовими товарними ринками він є невід'ємною частиною міжнародних економічних відносин.

Предметом обміну на цьому ринку є послуги. Вони є результатом функціонування найважливіших сфер людської діяльності: науки, техніки, виробництва, управління.

Послуга – це виконання, згідно з договором, однією стороною (виконавцем) за завданням другої сторони (замовника) певних дій або здійснення певної діяльності, що споживаються в процесі їхньої реалізації. Послуги як результат трудової діяльності відображаються в корисному ефекті, особливій споживчій вартості. Послуги у зовнішньоекономічній діяльності – це економічні відносини між двома сторонами-резидентами та нерезидентами.

Послуги і торгівля ними якісно відрізняються від товарів і торгівлі товарами.

Головними характеристиками послуг є те, що їх не можна, на відміну від товарів, побачити і відчути на дотик; вони не піддаються збереженню; торгівля послугами пов'язана з їх виробництвом; експорт послуг означає надання послуги іноземцю, тобто нерезиденту, навіть якщо він знаходиться на митній території країни. Однак вищенаведений опис характеристик має обмеження. Деякі послуги можна побачити (наприклад, звіт консультанта на дискеті), деякі з них зберігаються (наприклад, система телефонного автовідповідача).

Різниця між товарами і послугами полягає також у тому, як, яким чином уряд надає захист власному виробнику. Якщо виробничі галузі промисловості відгороджуються через встановлення тарифів, кількісних обмежень тощо, то сфера послуг відгороджується головним чином національними нормативами і правилами відносно прямих іноземних інвестицій і участі іноземних постачальників послуг у діяльності національних підприємств.

Захист сфери послуг не можна забезпечити заходами на кордонах через нематеріальний характер послуг, а також тому, що небагато операцій з послугами пов'язані з перетинанням кордонів.

Міжнародні організації ***систематизують і класифікують*** послуги, які є предметом міжнародної торгівлі.

Міжнародним валютним фондом розроблений посібник зі складання платіжного балансу, в якому представлений склад послуг, що входять у рахунок поточних операцій. Класифікація послуг, яка прийнята МВФ, показує платежі між резидентами та нерезидентами і містить 11 секторів:

I. Транспортні послуги

А) пасажирські перевезення (Міжнародні перевезення пасажирів всіма видами транспорту і надання супутніх послуг);

Б) вантажні перевезення (Міжнародні перевезення вантажів всіма видами транспорту і надання супутніх послуг)

II. Послуги, пов'язані з поїздками

А) послуги пов'язані з діловими поїздками [Товари і послуги, придбані нерезидентами, які подорожують у справах (відрядження)];

Б) послуги пов'язані з особистими поїздками [Товари і послуги, придбані нерезидентами, які подорожують в особистих справах (туризм)].

III. Послуги зв'язку (Послуги поштового, кур'єрського, телефонного та іншого зв'язку між резидентами і нерезидентами).

IV. Будівництво (Будівництво об'єктів за рубежем, здійснюваного на тимчасовій основі резидентами).

V. Страхування (Страхування нерезидентів страховими компаніями – резидентами).

VI. Фінансові послуги (Фінансове посередництво між резидентами і нерезидентами (комісія за відкриття акредитивів, за обмін валюти, брокерські послуги тощо).

VII. Комп'ютерні та інформаційні послуги (Консультації в галузі комп'ютерних програм, інформаційні послуги (оброблення даних, користування базами даних, передплата на інформаційні лінії), обслуговування комп'ютерів).

VII. Роялті і ліцензійні платежі (Користування правами власності (торговельна марка, патент, копірайт тощо) та використання оригіналів або прототипів (фільмів, рукописів) на основі ліцензії).

IX. Інші бізнес-послуги

А) посередницькі послуги (Комісія з посередництва);

Б) лізинг (Лізинг і фрахт суден, літаків без екіпажів та іншого транспортного устаткування);

В) інші ділові, професійні та технічні послуги (Правові, бухгалтерські, управлінські, рекламні та інші послуги, а також послуги з проектування, картографії, нагляду за будівництвом, захистом врожаю)

X. Особисті, культурні та рекреаційні послуги

А) аудіовізуальні послуги (Виробництво фільмів, радіо та телевізійних програм, компакт-дисків, гонорари артистів)

Б) інші послуги (Показ виставок, проведення спортивних та інших заходів)

XI. Урядові послуги (Поставка товарів до посольств, консульств, представництв міжнародних організацій, операції ООН по підтримці миру).

Всесвітній банк класифікує послуги за укрупненими угрупуваннями, при цьому до числа послуг включається рух доходу. Послуги поділяються на дві групи:

I група — факторні послуги, до яких відносяться платежі, що виникають у зв'язку з міжнародним рухом факторів виробництва — капіталу, робочої сили (доходи на інвестиції, ліцензійні платежі, заробітна плата, виплачувана нерезидентом тощо).

ІІ група — нефакторні послуги, до яких відносяться інші види послуг (транспорт, подорожі, інші нефінансові послуги), не пов'язані з факторами виробництва [23, с. 280].

Світовою організацією торгівлі в ГАТС запропонована класифікація послуг за 12 секторам (1. Комерційні послуги; 2 Послуги зв'язку; 3. Послуги з будівництва та суміжні інженерні послуги; 4. Послуги дистриб'юторів; 5. Послуги у сфері освіти; 6. Послуги з охорони довкілля; 7. Фінансові послуги; 8. Послуги у сфері охорони здоров'я та соціальній сфері; 9. Послуги, пов'язані з туризмом; 10. Послуги з організації відпочинку, культурних та спортивних заходів; 11. Транспортні послуги; 12. Інші послуги, які не зазначені вище) і 155 підсекторам.

Різні характеристики послуг впливають на спосіб, яким здійснюються міжнародні операції у сфері послуг. Якщо міжнародні операції з товарами передбачають їх фізичне переміщення з однієї країни до іншої, то тільки деякі види операцій з послугами передбачають рух через кордони. Однак для більшості операцій у сфері послуг час і місце споживання не можна відокремити, що вимагає наближення постачальника послуг до споживача.

Послуги на міжнародному рівні надаються із застосуванням чотирьох способів: транскордонне постачання, споживання за кордоном, комерційна присутність, присутність фізичних осіб (див. главу 5, п.5.1.3).

Загальна кількість послуг, якими торгують останніми двома способами, значно вища від тих, котрими торгують у випадку застосування перших двох. Однак новітні досягнення комунікаційних технологій і розвиток електронної торгівлі створюють дедалі більше можливостей для компаній надавати послуги в режимі транскордонного переміщення, не створюючи комерційної присутності в країні-імпортері.

Можливі випадки, коли для надання послуги може використовуватись не лише один спосіб постачання. Наприклад, певна консультаційна послуга може бути надана засобами телекомунікації і безпосередньо присутніми фізичними особами.

Надання послуг є найбільш динамічною статтею зовнішньої торгівлі. Дедалі більша кількість видів послуг стає ринковим товаром і реєструється на рахунку поточних операцій платіжного балансу країни.

Експорт послуг у 2012р. становив майже 4,4 трлн дол. або 23,7% усього обсягу світового експорту товарів і послуг, а імпорт – 4,12 трлн дол. або 18,1% світового імпорту товарів та послуг. При цьому торгівля послугами постійно зростає досить високими темпами (табл. 8.8, 8.9).

Таблиця 8.8

Основні країни-експортери і країни-імпортери в світовій торгівлі послугами в 2012 р.

Імпортери	Обсяг, млрд. дол.	Експортери	Обсяг, млрд. дол.
Усього (світ)	4 116, 4	Усього (світ)	4 363,0
США	416,5	США	628,2
Німеччина	302,2	Велика Британія	289,1
Китай	281,0	Німеччина	263,4
Японія	182,8	Франція	200,4
Велика Британія	174,3	Китай	195,3
Франція	173,8	Індія	145,0
Індія	128,9	Іспанія	135,7
Сінгапур	118,4	Японія	131,0
Ірландія	111,8	Сінгапур	118,7
Канада	107,0	Республіка Корея	109,6
Республіка Корея	107,0	Ірландія	106,6
Російська Федерація	106,6	Голландія	102,9
Італія	104,9	Італія	102,0
Голландія	93,7	Бельгія	101,4
Бельгія	93,1	Гонконг	97,8
Іспанія	90,0	Канада	82,5
Бразилія	77,7	Люксембург	71,7
Гонконг	73,2	Швейцарія	68,5
Австралія	63,4	Данія	65,9
Данія	58,1	Швеція	61,4
Швеція	54,4	Російська Федерація	61,4
Таїланд	52,8	Австрія	57,5
Швейцарія	52,6	Австралія	51,7
Саудівська Аравія	49,8	Таїланд	49,3
Норвегія	48,2	Туреччина	42,6
Австрія	44,8	Норвегія	38,9
Люксембург	42,2	Бразилія	38,1
Малайзія	42,2	Польща	37,8
Індонезія	33,8	Малайзія	37,8

Джерело: [52]

Таблиця 8.9

Динаміка розвитку світової торгівлі послугами за регіонами

Регіони світу	Темпи приросту %					
	Експорт			Імпорт		
	2005-2012	2011	2012	2005-2012	2011	2012
Північна Америка	8	9	5	6	8	8
Центральна і Південна Америка	10	19	4	15	23	18
Європа	7	12	-2	6	3	9
СНД	14	20	9	14	18	19
Африка	9	0	6	14	11	12
Близький Схід	-	11	13	-	12	15
Азія	12	12	6	11	21	14
Світ у цілому	9	11	2	9	10	11

Джерело: [53]

У структурі світового експорту послуг найбільша частка припадає на поїздки – 25,6% і транспортні послуги – 20,6%, потім йдуть послуги: фінансові – 7,4%, роялті та ліцензійні платежі – 6,4%, комп'ютерні та інформаційні – 6,0%, зв'язку – 2,5%, будівельні – 2,4%, страхування – 2,1%, персональні, культурні та рекреаційні – 1,3%. Решта послуг (25,7%) припадає на категорію «Інші ділові послуги» (збутові, лізингові, юридичні, аудиторські, рекламні, управлінські, інженерні тощо). У структурі імпорту послуг на транспортні послуги припадає 27,9%, на поїздки – 24% [53].

Частка транспортних послуг і поїздок у загальному обсязі торгівлі послугами та їхня динаміка за регіонами світу наведена в табл. 8.10, 8.11.

Таблиця 8.10

Частка транспортних послуг і поїздок у експорті та імпорті послуг окремих регіонів світу в 2012, %

Експорт		Регіони	Імпорт	
Транспортні послуги	Поїздки		Транспортні послуги	Поїздки
10,9	17,4	Північна Америка	10,9	13,6
3,2	4,4	Південна і Центральна Америка	4,8	4,4
46,7	38,6	Європа	31,8	38,1
41,8	33,2	ЄС	29,5	34,1
4,4	2,2	СНД	2,5	5,6
3,0	3,8	Африка	5,5	2,6
3,6	4,6	Близький Схід	9,6	6,8
28,3	29,0	Азія	34,9	28,8

Джерело: [53]

З таблиці 8.10 видно, що найбільша частка в експорті та імпорті транспортних послуг і поїздок припадає на країни Європи та Азії.

Таблиця 8.11

Динаміка розвитку світової торгівлі окремими видами послуг за регіонами, %

	Усього	Північна Америка	Латинська Америка	Європа	СНД	Африка	Близький Схід	Азія
Комерційні послуги								
2005-10	9	8	10	7	14	9	-	12
2011	11	9	19	12	20	0	11	12
2012	2	5	4	-2	9	6	13	6
Транспортні послуги								
2005-10	7	6	9	6	13	9	9	9
2011	9	11	17	10	16	6	22	4
2012	1	3	-1	-2	5	9	13	4
Туризм								
2005-10	6	4	7	3	9	8	15	13
2011	12	10	8	13	28	-4	2	18
2012	4	8	5	-2	12	6	6	10
Інші комерційні послуги								
2005-10	11	10	16	10	19	11	-	13
2011	12	8	30	12	20	3	14	14
2012	2	4	6	-2	11	4	20	6

Джерело: [53]

За період 2005-2012 рр. темпи розвитку світової торгівлі комерційними послугами щорічно зростають. Найвищі темпи торгівлі як у цілому, так і за основними видами послуг , характерні для країн СНД, Латинської Америки, Азії.

Зростання торгівлі послугами зумовлено такими факторами:

- революційними технологічними змінами;
- підвищенням темпів розвитку технологічних програм у галузі телекомунікацій та інформації;
- збільшенням попиту на фінансові, страхові, банківські послуги.

Для світового ринку послуг характерною рисою є розвиток швидкими темпами ринку фінансових послуг. Так, протягом найближчих 15 років, як вважають експерти “Mercer Oliver Wyman”, темпи приросту сектора світових фінансових послуг значно прискориться і до 2020 р. його частка становитиме майже 10% світового ВВП. Загальний обсяг доходів сектора світових фінансових послуг збільшиться в 3 рази (з 2 трлн до 6 трлн дол. до 2020 р.)

Доходи сектора фінансових послуг у країнах Північної Америки та країнах Західної Європи зростатимуть на 5,5% щорічно. В інших регіонах цей показник буде зростати ще вищими темпами (наприклад, у Росії, Бразилії, Індії та Китаю він зростатиме удвічі швидше, ніж в інших країнах світу). У 2010 р. сектор фінансових послуг Китаю був майже таким, як в Італії, а до 2020 р. він зможе обігнати сектор фінансових послуг Німеччини.

Менше сприятливою буде ситуація на ринку фінансових послуг країн Латинської Америки та Африки.

Прогнозується, що обсяг роздрібних банківських операцій буде зростати швидше, ніж оптовий банківський бізнес або страхування. Доходи від надання роздрібних іпотечних кредитів та кредитних карт щорічно до 2020 р. будуть зростати на 4%. Аналогічні темпи зростання будуть характерні для послуг у сфері медичного та пенсійного страхування. Повільні темпи розвитку послуг (2%) очікуються в оптовому банківському бізнесі [23, с.286].

Останніми роками спостерігається зменшення обсягу імпорту між країнами ЄС, що відображає зміцнення торговельних зв'язків ЄС з іншими країнами. Слід відзначити, що загальноєвропейський ринок послуг ще не створено. Причиною цього є наявність численних національних бар'єрів у цій сфері, починаючи від створення нової компанії, що регулюється різними правовими нормами, до встановлення продажних цін, на рівень яких впливають різні податкові режими. Відсутність єдиного ринку ЄС породжує ряд негативних моментів. По-перше, у зв'язку з тим, що роль послуг у сукупному валовому продукті країн ЄС досягає 70 %, проблеми, з якими зіштовхуються певні компанії, впливають на економіку регіону в цілому. По-друге, компанії, особливо дрібні, не мають можливості для розширення ринків збуту своєї продукції і несуть додаткові витрати. По-третє, для споживачів утруднюється доступ до більш кваліфікованих і дешевих послуг, котрими вони б змогли скористатися в умовах загальноєвропейської конкуренції між компаніями. По-четверте, постачальники послуг зазнають складностей у проведенні рекламних компаній всередині ЄС, а також існують численні бюрократичні формальності при укладанні контрактів на роботу і різні ставки непрямих податків.

Зовнішня торгівля послугами відіграє важливу роль у розвитку сектора послуг у країнах ОЕСР. Близько 6% загального обсягу послуг, що виробляється в цих країнах, експортується і темпи зростання постійно збільшуються. Найбільшу частку в торгівлі послугами складають послуги у сфері транспорту, туризму та деякі види ділових послуг. Кожний з цих видів послуг у займає в експорті та імпорті послуг 21-27%. Найвищими темпами зростає торгівля страховими, комп'ютерними та інформаційними послугами. Важливим початком продажу послуг є іноземні філії компаній. Частка обороту через зарубіжні філії в загальному обороті сектора послуг перевищує 20% в Угорщині, Бельгії, Ірландії, Чехії, Польщі, Італії [23, с.287].

Країни, що розвиваються, на ринку послуг пропонують послуги з тих секторів, у яких є потенціал розвитку експортної торгівлі. Наприклад, фінансові, телекомунікаційні, будівельні, медичні й інші сектори. Велика кількість цих країн значною мірою залежить від імпорту послуг, від лібералізації якого отримують переваги, їх імпорт послуг постійно зростає, оскільки продуктивність промисловості тісно пов'язана з доступними і недорогими фінансовими, комп'ютерними та інформаційними послугами.

Підприємства в пошуках іноземних ринків мають витрачати значно більше, ніж раніше, на маркетингові та наукові дослідження, рекламу тощо.

Технологічний прогрес у галузі комунікацій дає постачальникам, які були раніше прив'язані до національних ринків, можливість діяти на міжнародній арені. Банки і страхові компанії, застосовуючи факсимільний зв'язок, електронну пошту можуть діяти значно ефективніше. За допомогою сучасних інформаційних технологій архітектори, інженери можуть передавати свої проекти і наглядати за ходом будівництва з тисячокілометрової відстані.

Міжнародні транспортні послуги

Міжнародний транспорт – це послуги всіх видів транспорту з переміщення предмета транспортної операції, що надаються резидентами однієї країни резидентам іншої країни.

Спектр транспортних послуг широкий. Послуги класифікуються залежно від:

- виду транспорту: водний (морський, річковий); наземний (залізничний, автомобільний); повітряний (авіаційний); космічний; трубопровідний;
- предмета транспортної операції(вантаж, пасажир, багаж);
- транспортної характеристики товару: сухий (вугілля, руда), насипний (зерно, цемент), штучний, наливний (нафта, рослинні олії);
- періодичності перевезення (регулярні і нерегулярні);
- порядку проходження кордону (перевантажувальні і без перевантажувальні);
- виду транспортно-технологічної системи (контейнерна, поромна, ліхтерна й ін.);
- виду повідомлення (пряме, непряме та ін.);
- географічних районів перевезення (міждержавні, міжконтинентальні).

Наразі широко використовуються так звані транспортні коридори, що поєднують на визначених напрямках відразу кілька видів транспорту для перевезень через територію ряду країн з відповідним фінансовим і правовим забезпеченням.

Транспортні послуги розрізняються за такими категоріями:

- пасажирські перевезення;
- вантажні перевезення;
- послуги з оренди суден (морських, річкових, повітряних), наземного транспорту з командою та оператором;
- послуги з лагодження та ремонту транспорту;
- маневрові послуги (для залізничного транспорту);
- послуги щодо спуску на воду та буксирування (для морського та річкового транспорту);

- допоміжні послуги (послуги з оброблення вантажів, зі зберігання, упаковки/розпаковки, навігації, лоції, техобслуговування, комісійні платежі тощо).

На обсяги міжнародної торгівлі можуть істотно впливати транспортні витрати. Транспортні витрати (витрати на доставку товару від виробника до споживача, що включають вартість фрахту, страхування, навантаження/розвантаження, упакування/розпакування й інші супутні витрати) бувають настільки великими, що роблять експорт і імпорт товарів невигідними, тобто перетворюють товари з «ринкових» у «неринкові». Це призводить до зниження обсягів торгівлі, рівня спеціалізації країн, розмірів виграшу від торгівлі.

Транспортні витрати можуть впливати на територіальний поділ праці. Так, у видобувних галузях транспортні витрати на перевезення готових виробів є нижчими, ніж на перевезення сировини, з якої вони виготовлені. Оскільки кінцева продукція цих галузей значно легша і дорожча від сировини, переробні підприємства намагаються розташовуватись поблизу джерел видобутку сировини. В обробних галузях транспортні витрати на перевезення готової продукції вищі, ніж на перевезення складових частин, з яких вона виготовлена. Тому складальні підприємства розташовують поблизу ринків збуту. Наприклад, концентрати соків випускаються головною фірмою в країні базування, а філії, розташовані в інших країнах поруч з ринками збуту, одержуючи концентрат, виготовляють з нього прохолодні напої, які реалізують у місцевому оптовому і роздрібному продажу [23, с.289].

Головне місце на ринку транспортних послуг посідають морські перевезення, на які припадає 80% усього вантажообігу світової торгівлі.

Ринок морських перевезень класифікують:

- за типами фрахтованих суден (перевезення танкерами, суховантажниками, лісовозами, рефрижераторами, поромами та ін.);
- за формами організації перевезень (ринки лінійного чи регулярного, трампового чи нерегулярного тоннажу);
- за видами суден (рейсові, орендовані);
- за географією (північноєвропейський, середземноморський, далекосхідний та ін.).

Обсяг міжнародних морських перевезень щорічно зростає на 3,9%. Це здійснюється завдяки збільшенню тоннажу розвинутих країн, на які припадає понад 70% світового торговельного флоту: Греції, Японії, США, Великої Британії, Норвегії, Китаю, Росії, Німеччини.

Найбільший торговельний флот у світі – в Японії. Тоннаж країн Східної і Центральної Європи становить 4% загального світового торговельного тоннажу країн, що розвиваються, – 19,7%.

За останні 10 років тоннаж світового торговельного флоту зріс на 23 %, маса перевезених вантажів – на 45 %, вантажообіг морського транспорту – на 34 %. Розвиток науково-технічного прогресу привів до здешевлення морських транспортних перевезень, що дозволило знизити транспортну складову у вартості обсягу світової торгівлі.

Змінилася товарна структура міжнародних морських перевезень: якщо раніше у фізичному обсягу переважали наливні вантажі (в основному нафтопродукти), що становили 56 %, то зараз $^{2}/_{3}$ припадає на сухі вантажі.

Динаміка морських перевезень у регіональному розрізі вирізняється нерівномірністю. За останні три десятиліття частка промислово розвинутих країн в обсягу вивантажених вантажів скоротилася з 79,9 до 62,4 %, а в обсязі відвантажених вантажів – навпаки, зросла з 31,1 %до 42,5 %. Найбільш швидкими темпами зростають морські вантажоперевезення країн Азії: частка країн, що розвиваються, даного регіону зросла в 3,5 разу – з 6,4 до 20,6 %, а країн з перехідною економікою – з 1,2 до 6,2%.

Понад $^{3}/_{4}$ світових морських вантажоперевезень становлять частку 25 країн, при цьому 5 найбільших країн (США, Німеччина, Японія, Велика Британія і Франція) контролюють майже 40 % вантажообігу і 30 % наявного тоннажу [23, с.290].

Ринок морських перевезень регулюється Брюссельською конвенцією про уніфікацію деяких правил про коносамент (1924р.) зі змінами відповідно до Брюссельського протоколу 1968р., що визначає взаємини учасників договору морського перевезення і правовий статус коносамента, відповідальність морського перевізника за вантаж. Морські перевезення пасажирів і багажу регулюються Афінською конвенцією про морські перевезення пасажирів, багажу, транспортних засобів і ручної поклажі.

Міжнародні поїздки

Значну частину світового ринку послуг посідають послуги, пов'язані з міжнародними поїздками. Міжнародні поїздки розглядаються в міжнародній торгівлі як міжнародні економічні операції, і являють собою товари і набір послуг, що здобуваються мандрівниками за рубежем, якщо вони знаходяться там менше року і вважаються нерезидентами. Серед мандрівників розрізняють туристів, тобто мандрівників, що провели одну і більше ночей у країні відвідування, і екскурсантів, тобто мандрівників, що провели за кордоном менше ніж 24 години.

Міжнародні поїздки поділяються на:

- ділові поїздки, до яких відносяться всі особисті витрати мандрівників, що знаходяться за кордоном у справах, на оплату товарів і послуг. При цьому витрати, вчинені мандрівником від імені і за рахунок організації, що відряджає, у ділові поїздки не включаються;
- особисті поїздки, до яких відносяться всі особисті витрати мандрівників, що знаходяться за кордоном в особистих справах, на оплату товарів і послуг (послуги готелів, ресторанів, бюро подорожей, екскурсійних бюро, пов'язані з відпочинком, подарунками й іншими товарами, придбаними і вивезеними з відвідуваної країни). При цьому витрати, пов'язані з перевезенням мандрівників за кордон і назад, в особисті поїздки не включаються. Вони включаються в послуги пасажирського транспорту [23, с.291].

Найшвидше розвиваються ділові поїздки, їх темпи вдвічі перевищують інші види туризму, що пов'язано з інтернаціоналізацією бізнесу. Це торкається як ТНК так і спільних підприємств.

Туризм є самим швидкозростаючим сектором світової економіки. Більше 9% усього світового ВВП доводиться саме на нього. Вартість туристичних послуг постійно збільшується, оскільки сучасні готелі потребують дуже дорогого устаткування, а створення туристичних центрів - розвитку інфраструктури, що ґрунтується на новітній інформаційній технології, витрати на яку іноді в 2 рази перевищують безпосередні інвестиції в будівництво. Великими є витрати на підготовку кадрів.

Особливістю туристичних послуг як товару є те, що більша їх частина виробляється з мінімальними витратами на місці і, як правило, без використання національної валюти.

Щорічний темп зростання турпотоків на світовому турринку за останні 5 років становив 104%, у т.ч. в Європі - 104%, в Азії -107%, в Америці - 103%, Африці - 105%, на Близькому Сході - 108% .

Приблизно ¾ послуг у сфері міжнародних поїздок надається розвинутими країнами, ¼ - країнами, що розвиваються, і країнами з перехідною економікою.

Найпопулярніші туристські напрямки до 2020 р. показано в табл. 8.12.

Таблиця 8.12

Найпопулярніші туристські напрямки

Країна	Кількість туристських прибуттів, млн. дол.	Частка на світовому туристському ринку, %	Динаміка росту 1995-2020 рр., %
Китай	137,1	8,6	8,0
США	102,4	6,4	3,5
Франція	93,3	5,8	1,8
Іспанія	71,0	4,4	2,4
Гонконг	59,3	3,7	7,3
Італія	52,9	3,3	2,2
Великобританія	52,8	3,3	3,0
Мексика	48,9	3,1	3,6
Росія	47,1	2,9	6,7
Чеська Республіка	44,0	2,7	4,0
Усього	708,8	44,2	-

Джерело: [http://tourlib.net/books_tourism/kvartalnov_tourism17.htm]

Країни-лідери турринку витрачають десятки мільйонів доларів на некомерційну рекламу своїх туристичних можливостей: Туреччина, наприклад, виділяє 70 млн. дол. з бюджету на рекламу і розвиток індустрії

туризму, Австрія – 140 млн. дол., Іспанія – 45 млн. дол., Румунія – 3 млн. дол., Україна – 2,4 млн. дол.

Сучасний світовий ринок послуг являє собою цілісну систему, що складається з таких підсистем, як транспортні, туристичні, фінансові, будівельні, страхові та інші послуги. Вони тісно взаємопов'язані між собою, чутливі до ринкових змін, причиною яких є постійні коливання в попиті та пропозиції послуг на ринку, характеризуються високою швидкістю обороту капіталу, що пов'язані з коротким виробничим циклом у сфері послуг, а також постійним зростанням асортименту.

8.1.6. Міжнародна торгівля продукцією інтелектуальної праці

Міжнародний ринок продукції інтелектуальної праці утворює торгівля нематеріальними видами технологій (міжнародний технологічний обмін), а також торгівля науково-технічними, інжиніринговими, консультаційними послугами.

До нематеріальних видів технологій відносяться:

- патент — свідоцтво, яке видається відповідною державною установою винахідникові, і засвідчує його монопольне право на використання цього винаходу;
- ліцензія — дозвіл, який видається власником технології (ліцензіаром), захищеної чи незахищеної патентом, зацікавленій стороні (ліцензіатові) на використання цієї технології упродовж визначеного часу і за визначену плату;
- копірайт — ексклюзивне право автора літературного, аудіо чи відео-продукту на показ і відтворення своєї роботи;
- товарний знак — символ (малюнок, графічне зображення, поєднання букв тощо) певної організації, що використовується для індивідуалізації виробника товару і який не може бути використаний іншими організаціями без офіційного дозволу власника;
- ноу-хау — надання технічних знань, практичного досвіду технічного, комерційного, управлінського, фінансового й іншого характеру, що є комерційною цінністю, застосовуються у виробництві і професійній практиці і не забезпечені патентним захистом.

Розвиток міжнародного ринку продукції інтелектуальної праці зумовлений прискоренням науково-технічного прогресу (НТП). Розширення науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт (НДДКР) потребує величезних фінансових витрат, дорогого устаткування, висококваліфікованих кадрів. Це змушує фірми брати участь у міжнародному науково-технічному поділі праці. Швидкий розвиток торгівлі технологіями, науково-технічними знаннями значною мірою пов'язаний з істотними розходженнями в технічному рівні окремих країн. В умовах прискорення НТП передова техніка і технологія сконцентровані в невеликій групі промислово розвинутих країн, що витрачають величезні кошти на НДДКР. Так, у США витрати на НДДКР перевищують витрати на ці цілі в Німеччині, Франції,

Англії, Італії, Японії разом узяті. Тому в США зосереджена велика частина передових наукових досліджень. Широко використовує іноземні науково-технічні знання Японія, що дало їй можливість випускати нову продукцію, удосконалену за рахунок власних наукових досліджень. Міжнародний технологічний обмін успішно використовується і Німеччиною, яка за допомогою іноземних ліцензій модернізувала виробничу базу транспортного машинобудування, хімічної, електротехнічної галузей.

Країни, що розвиваються, щоб бути конкурентоспроможними на світовому ринку, змушені розвивати свою технічну базу в тому самому напрямі, що й розвинуті країни. Купівля передової іноземної технології є важливим засобом подолання технічної відсталості, створення власної промисловості, яка здатна задовольнити потреби внутрішнього ринку і зменшити залежність від імпорту.

Поглиблення міжнародного науково-технічного поділу праці призводить до дедалі більшої спеціалізації фірм у вузьких галузях науки і техніки.

Обмін науково-технічними знаннями забезпечує окремим країнам, що не мають достатньо фінансових ресурсів для проведення НДДКР, досягнення високих темпів економічного розвитку за рахунок використання передових технологій інших країн.

У сучасних умовах міжнародному технологічному обміну притаманні такі особливості [23, с.294]:

1. Розвиток ринку наукоємних технологій. Прогресивною вважається тенденція не просто зростання експортного потенціалу країни, а його «інтелектуалізація», тобто збільшення частки наукоємних високотехнічних товарів у загальній структурі експорту. Це є чинником економічного зростання. Загальновизнаною класифікацією високих технологій для експорту та імпорту продуктів, що втілюють нову та лідируючу технологію, є класифікація, розроблена в США, яку використовують міжнародні організації для виконання статистичних порівнянь різних країн. Ця класифікаційна система дозволяє дослідити торгівлю продуктами високих технологій у 10 головних технологічних галузях: біотехнологія, технології наук про життя людини, оптоелектроніка, комп'ютери і телекомунікація, електроніка, комп'ютеризоване виробництво, нові матеріали, аерокосмічні технології, озброєння, атомні технології.

Для оцінювання обсягів технології, що передається через торгівлю високотехнологічними товарами використовується класифікація технологічної ємності торгівлі (ТЄТ), розроблена ЮНКТАД. Під технологічною ємністю торгівлі розуміють частку витрат на дослідження і розробки в загальному обсязі виробництва і торгівлі товарами окремих галузей. Показник ТЄТ розраховується по кожній країні в розрізі галузей виробництва й окремих товарів, а потім визначається середнє значення ТЄТ.

Високотехнологічноємними вважаються товари і галузі, чиї ТЄТ перевищують середнє значення для даної країни, групи країн чи галузі; середньотехнологічноємними — якщо ТЄТ близька до середнього значення;

низькотехнологічноємними — якщо ТЄТ значно нижча від середнього значення. Наприклад, у країнах ОЕСР високотехнологічно ємною вважається торгівля аерокосмічним устаткуванням (22,7% витрат на науково-дослідні розробки в загальному обсязі виробництва), офісним устаткуванням і комп'ютерами (17,5%); середньотехнологічноємна — торгівлі автомобілями (2,7%), хімікатами (2,3%); низькотехнологічноємна - торгівля цеглою, глиною (0,9%), продуктами харчування (0,8%), папером (0,3%) і т.д. При цьому середня ТЕТ для високотехнологічних товарів становить 11,4%, середньотехнологічних — 1,7%, низькотехнологічних - 0,5%.

2. Монополія найбільших фірм на ринках технологій. Наукові дослідні розробки концентруються в найбільших фірмах промислово-розвинутих країн, оскільки тільки вони володіють достатніми фінансовими коштами для проведення дорогих досліджень. Транснаціональні корпорації активно залучають у проведення НДДКР свої закордонні філії, дочірні компанії, для яких характерне підвищення частки витрат на наукові розробки в загальній сумі цих витрат ТНК.

3. Технологічна політика ТНК. Останнім часом відбулися зміни в напрямках НДДКР, проведених ТНК. Дослідження зміщуються в галузі, що визначають успіх у виробничій і збутовій діяльності:

- удосконалювання традиційних видів виробів для їх кращого пристосування до вимог світового ринку за показниками матеріалоємності, енергоємності, безпеки, надійності тощо;
- створення принципово нових товарів, дослідження ринків, де можна очікувати високих прибутків;
- удосконалювання існуючої і створення нової технології.

ТНК використовують нові підходи до передачі науково-технологічних досягнень:

- продаж ліцензій на початкових етапах життєвого циклу товарів, з метою встигнути окупити частину витрат на НДДКР доходами від реалізації їх результатів;
- встановлення монопольно високих цін на запатентовану продукцію й обмеження виробництва і випуску нової продукції покупцями ліцензій;
- укладання угод між ТНК для одержання ексклюзивного права на блоки патентів на найбільш важливі винаходи. Укладаються угоди між окремими ТНК з метою утворення патентних пулів[2]. Права на винаходи одержують усі учасники пула шляхом видачі взаємних ліцензій. Використання нових винаходів, створених поза пулом, припиняється;
- використання патентів для контролю за розвитком техніки або для гальмування цього розвитку;
- позбавлення дочірніх компаній ТНК самостійності у виборі техніки і технології. Вони повинні керуватися загальною ліцензійною політикою в рамках ТНК;

---

[2] Пул — форма монополії, особливий вид картелів, які відзначаються тим, що прибуток усіх учасників надходить у загальний фонд, а потім розподіляється між ними згідно з раніше встановленою пропорцією.

- передача ТНК ліцензій на некомерційних умовах своїм філіям і дочірнім компаніям, що ставить останніх у переважне становище на ринку, сприяє підвищенню конкурентоспроможності їхньої продукції. Серед усіх ліцензійних надходжень розвинутих країн частка внутрішньокорпораційних надходжень становить понад 60%, у т.ч. у США частка надходжень від продажу ліцензій дочірнім філіям становить близько 80%, в Англії — 50%;

- створення стратегічних альянсів між ТНК різних країн для спільного рішення науково-технічних проблем.

4. Взаємини ТНК із країнами, що розвиваються. ТНК намагаються створити таку структуру міжнародного поділу праці, яка забезпечувала б економічну і технічну залежність країн, що розвиваються. Так, у цих країнах ТНК створюють підприємства по випуску комплектуючих виробів, що поставляються на дочірні підприємства в інших країнах. Передаючи технології на виготовлення проміжної продукції в країни з дешевою робочою силою, ТНК тим самим знижує собівартість своїх товарів.

Нерідко ТНК переміщує в країни, що розвиваються, виробництво товарів, життєвий цикл яких минув і прибуток від реалізації яких поступово зменшується. Ці товари вони одержують за низькими цінами, а потім реалізують їх у свою збутову мережу під своєю відомою товарною маркою, одержуючи підвищений прибуток.

5. Участь у міжнародному технологічному обміні «венчурних» фірм (дрібних і середніх фірм із числом зайнятих до 1 тис. чол.). Перевага цих фірм на ринку технологій полягає у вузькій спеціалізації. Випускаючи обмежену номенклатуру товарів, ці фірми отримують доступ на вузькоспеціалізовані світові ринки; не несуть додаткових витрат на вивчення ринку, рекламу; приділяють більше уваги безпосередньому вирішенні науково-технічних задач.

Продаж ліцензій є для венчурних фірм найбільш конкурентною формою передачі технології, тому що вони не можуть суперничати з великими корпораціями ні в масштабі експорту високотехнічної продукції, ні у вивезенні підприємницького капіталу.

6. Розвиток міжнародної технічної допомоги. Ця допомога надається розвинутими країнами країнам, що розвиваються, і країнам з перехідною економікою в галузі передачі технічних знань, досвіду, технології, технологічноємної продукції, навчання персоналу.

Основними покупцями на ринку продукції інтелектуальної праці є: закордонні філії чи дочірні компанії ТНК; окремі незалежні фірми.

Передача ТНК новітніх технологій своїм закордонним підрозділам зумовлена тим, що: переборюється протиріччя між необхідністю широкого використання новітніх технічних розробок з метою одержання максимального прибутку і виникаючою в зв'язку з цим загрозою втрати монопольного права на науково-технічні досягнення; зменшуються питомі витрати на проведення НДДКР; виключається витік виробничих секретів за межі ТНК; збільшується прибуток материнської компанії (оскільки в багатьох країнах платежі за отриману нову технологію звільняються від

податків).

Незалежним фірмам, як правило, продаються технології тих галузей, у яких невелика частка витрат на НДДКР (металургія, металообробка, текстильна, швейна промисловість).

Міжнародна ліцензійна торгівля

Міжнародна торгівля ліцензіями є основним економічним механізмом міжнародного технологічного обміну і наразі набула широкого і швидкого поширення.

Зростання міжнародної торгівлі ліцензіями зумовлене рядом чинників, що стимулюють фірми продавати і купувати ліцензії на світовому ринку:

- комерційна зацікавленість у здійсненні технологічного трансферту, як з боку ліцензіара (продаючи ліцензію він у короткий термін окуповує витрати на НДДКР, дістає додатковий прибуток за рахунок швидкого освоєння винаходу і випуску на його основі нових видів продукції), так і з боку ліцензіата (купуючи ліцензію, він економить на НДДКР, має доступ до передових науково-технічних досягнень, одержує доходи від використання новітніх технологій);
- посилення конкурентної боротьби на світовому ринку;
- прискорення випуску на ринок нової продукції;
- одержання доступу до додаткових ресурсів;
- проникнення і завоювання важкодоступних ринків у країнах, де широко використовуються тарифні і нетарифні бар'єри;
- одержання прибутку від продажу ліцензій на продукцію, що не відповідає новим стратегічним пріоритетам. Так, фірми з диверсифікованим виробництвом постійно коригують асортимент продукції, переключаючи ресурси на виробництво найбільш прибуткових виробів. При цьому «за бортом» можуть виявитися види продукції чи технології, що для самих фірм уже не мають інтересу, але можуть бути з вигодою передані закордонним підприємствам, зацікавленим у їх продажу;
- країни з обмеженими ресурсами науково-технічного розвитку, беручи участь у міжнародному технологічному обміні, мають можливість зайняти тверду позицію на світовому ринку без додаткових витрат;
- за допомогою ліцензій створюється реклама вітчизняної продукції і завдяки цьому зростає попит на неї в інших країнах, а також вивчаються закордонні ринки;
- політичні і правові мотиви.

У цілому оборот ліцензійної торгівлі становить близько 30 млрд дол. на рік. Однак значущість цього ринку визначається тим, що вартість продукції, що випускається в різних країнах з іноземними ліцензіями, становить 330-400 млрд дол. щорічно. Лідируюче положення на ринку ліцензій належить США (65% надходжень промислово розвинутих країн від експорту ліцензій).

Існує класифікація країн залежно від їхньої ролі в міжнародній торгівлі ліцензіями (табл.8.13) [23, с. 299].

Таблиця 8.13

Класифікація країн залежно від їхньої ролі в міжнародній торгівлі ліцензіями

Групи країн	Характеристика
I	2
1. Промислово розвинуті країни з домінуючим експортом ліцензій	США. Експортна спрямованість торгівлі ліцензіями має історичний характер і відображає науково-технічний потенціал країни. Переважну частину витрат на проведення фундаментальних наукових досліджень бере на себе держава. У США надходження від продажу ліцензій становить 56% загального обсягу платежів з ліцензійних угод в усіх країнах, і в 17 разів перевищують їх платежі за закуплені ліцензії
2. Промислово розвинуті країни з переважним експортом ліцензій	Велика Британія, Швейцарія. Вони мають позитивне сальдо в ліцензійній торгівлі і проводять політику стимулювання експорту ліцензій. Спеціалізуються на виготовленні високотехнологічних виробів, створюють велику кількість філій і дочірніх компаній великих фірм при порівняно невеликих можливостях промислового використання нових технологій
3. Промислово розвинуті країни з переважним імпортом ліцензій	Німеччина, Японія, Італія, Франція й інші промислово розвинуті країни. Вони широко використовують закордонний досвід і технічні знання для модернізації провідних галузей на основі передових технологій і прискорення власних науково-технічних розробок. Не прагнуть до балансування надходжень і платежів за ліцензійними угодами
4. Країни, що розвиваються, з експортно-імпортною спрямованістю торгівлі ліцензіями	Аргентина, Бразилія, Мексика, Індія, Туреччина. Проводять політику цілеспрямованої закупівлі закордонних технологій для вирішення великих економічних завдань. Експортуються ліцензії, як правило, до прилеглих держав
5. Країни, що розвиваються, з імпортною спрямованістю ліцензійної торгівлі	Таїланд, Алжир, Панама. Закупівля нових технологій здійснюється в основному у вигляді супутніх ліцензій при будівництві промислових об'єктів
6. Країни, що розвиваються, з епізодичним характером ліцензійної торгівлі	Найменш розвинуті країни

Об'єкти ліцензій: запатентований винахід чи технологічний процес; технологічні знання і досвід, ноу-хау; промислові зразки (нове художньо-конструкторське рішення, що визначає його зовнішній вигляд); товарний знак.

Ліцензії бувають **патентні**, тобто такі, що підтверджують передачу права використання патенту без відповідного ноу-хау, і **безпатентні**, тобто такі, котрі підтверджують право використовувати ноу-хау без патентів на винахід. Основна частка світової торгівлі технологіями припадає на продаж

безпатентних ліцензій, оскільки вони не потребують проведення додаткових НДДКР і передбачають мінімальний комерційний ризик.

За обсягом переданих прав на використання науково-технічних знань ліцензіара розрізняють три види ліцензій:

- проста (невиняткова), при продажу якої за ліцензіаром залишається право самостійно використовувати об'єкт ліцензії, а також надавати ліцензії на дану технологію й іншим ліцензіатам на даній території;
- виняткова, що передбачає монопольне право ліцензіата використовувати технологію і відмовлення ліцензіара від самостійного використання запатентованих винаходів чи ноу-хау та їх продаж на домовленій території;
- повна, що надає ліцензіатові виключне право на використання патенту або ноу-хау упродовж терміну дії угоди і відмовлення ліцензіара від самостійного використання предмета ліцензії упродовж цього терміну.

Ліцензія може бути **відкритою**, якщо патентом має право скористатися будь-яка зацікавлена особа. Вона оформляється у відповідному патентному відомстві, при цьому патентне мито стягується в половинному розмірі.

Ліцензія буває **примусовою** у випадку, якщо компетентні органи примушують патентовласника передати іншим особам право на використання патенту.

Продаж ліцензій здійснюється на основі укладання **ліцензійної угоди**. Ліцензійна угода — це договір, згідно з яким ліцензіар (продавець) надає ліцензіатові (покупцеві) дозвіл на використання у визначених межах своїх прав на патенти, ноу-хау, товарні марки і за визначену винагороду.

Одним з найбільш важливих і складних питань при продажу і купівлі ліцензій є визначення ліцензійних платежів (ціни ліцензій). Ліцензійні платежі – це визначена винагорода ліцензіарові, виплачувана ліцензіатом як відшкодування за надання прав на використання предмета угоди.

Форми ліцензійних винагород бувають різні. Залежно від методу підрахунку вони поділяються на дві групи.

До першої групи належать винагороди, розмір яких підраховується на базі фактичного економічного результату використання ліцензії. До цієї групи відносяться такі форми як періодичні відсоткові відрахування й участь у прибутку ліцензіата.

До другої групи належать винагороди, розмір яких безпосередньо не пов'язаний з фактичним використанням ліцензії, а заздалегідь встановлюється і вказується в договорі, виходячи з оцінок можливого економічного ефекту й очікуваних прибутків ліцензіата на базі використання ліцензії. До цієї групи відносяться такі форми: первісний платіж готівкою, паушальний платіж, передача цінних паперів ліцензіата, передача зустрічної технічної документації.

Міжнародна торгівля інжиніринговими послугами

Поширеною формою міжнародної торгівлі продукцією інтелектуальної праці є інжиніринг.

Інжиніринг — це комплекс інженерно-консультаційних послуг щодо використання технологічних та інших науково-технічних розробок.

Сутність міжнародної торгівлі інжиніринговими послугами полягає в наданні однією стороною іншій на основі договорів комерційних інженерно-розрахункових, консультаційних, інженерно-будівельних послуг щодо:

- підготовки виробництва:

а) передпроектні послуги (соціально-економічні дослідження, польові дослідження, топографічна зйомка, розвідка корисних копалин, підготовка техніко-економічних обґрунтувань, консультації і нагляд за проведенням цих робіт);

б) проектні послуги (складання генеральних планів, схем, робочих креслень, технічних специфікацій, консультації, нагляд тощо);

в) післяпроектні послуги (підготовка контрактної документації, нагляд за здійсненням робіт, керування будівництвом, приймально-здавальні роботи

- забезпечення процесу виробництва (послуги з організації процесу виробництва, керування підприємством, навчання персоналу);

- забезпечення реалізації продукції;

- обслуговування будівництва й експлуатації промислових, інфраструктурних, сільськогосподарських та інших об'єктів.

Усі ці послуги мають інтелектуальний характер і спрямовані на оптимізацію інвестиційних проектів на всіх етапах їх реалізації.

Основними чинниками, що впливають на розвиток міжнародного ринку інжинірингових послуг, є:

- прискорення науково-технічного прогресу, що призводить до істотних зрушень у структурі міжнародної торгівлі убік збільшення торгівлі суміжними видами устаткування, що потребують спеціальних знань для вирішення технологічних і організаційних питань, починаючи від проектування підприємства до введення його в експлуатацію;

- зростання обсягу державних і приватних інвестицій, що дозволяє розширювати будівництво і вводити нові об'єкти, при проектуванні яких можуть знадобитися інжинірингові послуги;

- наявність вільного капіталу, розміщуваного на ринку інжинірингових послуг;

- високий попит на інжинірингові послуги з боку країн, що вступили на шлях самостійного економічного розвитку і не мають необхідного досвіду і кадрів фахівців для розвідки і розробки своїх природних ресурсів, розвитку паливно-енергетичної бази, створення галузей важкої промисловості тощо;

- прагнення великих ТНК до зовнішньоекономічної експансії, тобто розширення сфер впливу. Вони використовують надання технічних послуг як один із засобів проникнення в економіку інших країн. Наприклад, надання інжинірингових послуг якій-небудь країні спричиняє згодом постачання

машин і устаткування, вартість яких у 10-20 разів вища від вартості послуг, що обумовили їхнє постачання;

- збільшення числа великих інженерних фірм з великими оборотами і широкою сферою діяльності, створення національних і міжнародних асоціацій інженерних фірм, що сприяють розвитку інжинірингу [23, с.303].

До особливостей ринку інжинірингових послуг, як ринку технологій, належать:

- результати торгівлі інжиніринговими послугами втілені не в речовинній формі продукту, як це має місце при торгівлі технологією, а в деякому корисному ефекті, що може мати чи не мати матеріальний носій, тобто інжиніринг є непрямою формою передачі технологій. Наприклад, послуги за навчання фахівців, керування процесом будівництва не мають матеріальних носіїв;

- інжинірингові послуги пов'язані з підготовкою і забезпеченням процесу виробництва і реалізації, розрахованих на проміжне споживання матеріальних благ і послуг. Послуги виробничого характеру не відносяться до інжинірингових послуг;

- об'єктом купівлі-продажу є послуги, які пристосовані до використання в конкурентних умовах і передач в середньому доступних науково-технічних, виробничих, комерційних та інших знань та досвіду.

Наданням інжинірингових послуг займаються спеціалізовані фірми, великі промислові і будівельні компанії, організації. У розвинутих країнах нараховується багато тисяч фірм і організацій, що надають інженерно-технічні послуги. Так, у США зареєстровано понад 25 тис. фірм різного профілю й обсягу діяльності; у країнах ЄС — близько 10 тис., причому найбільша їх кількість знаходиться в Німеччині, Австрії, де ринок представлений дрібними й середніми компаніями, а найбільші — у Велика Британії, Швеції, Фінляндії, Нідерландах.

Структура зарубіжного обороту 200 провідних фірм за національною належністю та регіонами їх діяльності наведена в табл. 8.14 [22, с.351].

Таблиця 8.14

Оборот провідних інжинірингових фірм по зарубіжних проектах

Країни знаходження провідних інжинірингових фірм	Оборот фірм на регіональних ринках (млн дол.)						
	Усього	Середній Схід	АТР	Африка	Європа	США, Канада	Лат. Америка
США	8368,9	696,3	2213,6	537,0	2729,0	1075,3	1116,8
Канада	987,4	76,3	256,2	115,0	97,5	327,4	116,0
Великобританія	2629,4	122,2	897,9	104,5	281,5	1175,0	38,2
Німеччина	393,8	62,3	171,3	81,7	38,5	3,7	36,4
Франція	1162,2	108,3	395,6	119,9	300,3	118,1	120,1
Італія	126,2	25,3	32,8	14,8	31,0	-	22,4
Нідерланди	1472,2	88,4	237,3	49,5	541,3	490,5	65,2
Інша Європа	1115,3	87,7	135,0	99,8	545,0	138,1	109,6
Японія	659,8	67,2	405,6	87,4	13,2	17,1	69,4
КНР	156,3	62,0	64,0	21,3	5,5	3,1	0,5
Інші	576,2	210,2	109,0	64,5	30,5	139,0	26,3
Усього 200 провідних фірм	17647,8	1606,2	4917,3	1295,4	4613,3	3293,0	1720,9

Ринок інжинірингових послуг умовно поділяється на ринок інженерно-консультаційних послуг і ринок інженерно-будівельних послуг. Це зумовило розподіл фірм, компаній, що займаються наданням інжинірингових послуг, на інженерно-консультаційні й інженерно-будівельні.

Інженерно-консультаційні фірми надають технічні послуги у формі консультацій. Сферою їх діяльності є цивільне будівництво (порти, аеродроми, транспортні магістралі, міське будівництво тощо) і промислові об'єкти, що використовують специфічні технологічні процеси

Інженерно-будівельні фірми надають повний комплекс послуг: проектування об'єкта, постачання устаткування, монтаж, налагодження і пуск устаткування в експлуатацію. Вони також спеціалізуються на розробленні промислових об'єктів, заснованих на використанні специфічних технологічних процесів. Ці фірми, як правило, виконують функції генерального підрядчика, а в субпідрядників виступають машинобудівні і будівельні компанії.

Залежно від характеру й обсягу наданих інжинірингових послуг на практиці використовуються різні види договорів. Інженерно-консультаційні послуги оформляються контрактом на надання інженерно-консультаційних послуг чи угодою про відрядження фахівців для виконання визначеного роду робіт.

Інженерно-будівельні послуги найчастіше надаються на основі договору підряду чи контракту про надання технічного сприяння в будівництві.

8.2. Форми міжнародної торгівлі щодо способу та організації взаємовідносин між партнерами

До основних форм міжнародної торгівлі залежно від характеру та способу організації взаємин між експортерами та імпортерами відносяться: зустрічна торгівля, електронна торгівля, виробнича кооперація, лізинг. Ці форми пов’язані з виробничим співробітництвом, відображають операційний аспект міжнародної торгівлі, зокрема із застосуванням інформаційно-комп’ютерних технологій.

8.2.1. Міжнародна зустрічна торгівля

Сутність зустрічної торгівлі полягає в тому, що експортно-імпортні операції доповнюються прийняттям партнерами зустрічних зобов'язань щодо постачання (закупівлі) погоджених товарів і послуг. Міжнародна зустрічна торгівля є якісно новою формою організації комерційних операцій, розвиток якої відрізняється швидкими темпами. Вона сприяє встановленню ефективного, довгострокового, взаємовигідного співробітництва учасників безпосередньо в сфері виробництва. У міжнародному товарообігу її частка становить близько 50%.

Для зустрічної торгівлі характерні такі риси:

- вона є важливим інструментом регулювання міжнародного товарообміну, оскільки укладання міжурядових угод про товарообмінні операції, а також угод про економічне і виробниче співробітництво на компенсаційній основі дозволяє на кілька років уперед визначити види й обсяги товарів взаємного постачання, їх загальну вартість і порядок розрахунків, характер і вартість супутніх чи окремо наданих технічних послуг і науково-технічних знань;
- гнучкість, що дозволяє контрагентам пристосовуватися до умов, що змінюються, на світових товарних ринках; дає можливість країнам цілеспрямовано диверсифікувати свій експорт, виходити на нетрадиційні ринки збуту, на важкодоступні ринки розвинутих країн, обгороджені тарифними і нетарифними бар'єрами; створює умови для економії валюти, прискорення процесу міжнародного товарообміну;
- пов'язування експорту із зустрічними закупівлями товарів імпортуючої фірми чи країни-імпортера, і навпаки.

Види міжнародної зустрічної торгівлі: бартерні операції; зустрічні закупівлі; викуп техніки, яка була у вживанні; операції з давальницькою сировиною; прості компенсаційні операції; складні компенсаційні угоди.

Бартерна (товарообмінна) угода – це один з видів експортно-імпортних операцій, оформлених бартерним договором або договором зі змішаною формою оплати, яким оплата експортних (імпортних) поставок частково передбачена в натуральній формі, між контрагентами, що передбачає збалансований за вартістю обмін товарами, роботами, послугами

в будь-якім сполученні, не опосередкований рухом коштів у готівковій чи безготівковій формах.

Головна особливість бартерної операції полягає в тому, що даний безвалютний товарообмін здійснюється на основі рівності вартостей обмінюваних товарів за світовими цінами.

Бартерний контракт за своєю структурою являє собою ніби здвоєний контракт купівлі-продажу. Кожна зі сторін є і продавцем і покупцем. Загальна сума бартерного контракту визначається сторонами в єдиній валюті після внесення виправлень, зведених з урахуванням базисних умов поставок. Кількісні обсяги постачань товарів з кожної сторони коригуються так, щоб загальна вартість постачань з кожної сторони була однаковою. Митні збори, мита, податки кожна сторона контракту сплачує у своїй країні самостійно без взаєморозрахунків.

Бартерні контракти часто виступають як разові спробні постачання на ринок з метою визначення попиту, каналів збуту, а також при нестачі валютних коштів.

Зустрічні закупівлі. Ця форма зустрічної торгівлі дозволяє партнерам гнучко виконувати свої зобов'язання з урахуванням повної чи часткової оплати товарів у грошовій чи товарній формі, заліку фінансових вимог без переказу валютних коштів, досягнення збалансованості взаємопоставок.

Залежно від обсягу зобов'язань розрізняють три варіанти зустрічних закупівель.

Перший варіант. Він припускає, що зобов'язання зустрічної закупівлі містить контракт купівлі-продажу, в якому передбачається, що імпортер сплачує повну вартість товарів згідно з документами, що підтверджують поставку, а експортер бере на себе зобов'язання купити не пізніше встановленого терміну зустрічні товари на всю суму експортного контракту. Імпортер визначає перелік товарів зустрічного постачання, їх основні характеристики, ціни і вимагає від експортера представлення в комплекті платіжних документів і банківської гарантії належного виконання зобов'язань щодо зустрічних поставок, тобто фінансового забезпечення угоди.

Сторонами укладаються основний і додатковий контракти, в яких вони обмінюються ролями продавця і покупця.

Другий варіант. Підписується основний контракт, згідно з яким імпортер оплачує одну частину суми коштами, а іншу – зустрічними поставками товару. На суму зустрічних поставок укладається додатковий контракт, що відображає основні зобов'язання імпортера по постачанню зустрічних товарів погодженої номенклатури, певної якості і рівня цін. У випадку невиконання зустрічних зобов'язань за додатковим контрактом імпортер основного контракту зобов'язаний оплатити експортеру всю суму, що залишилася, грошима.

Третій варіант. Укладається основний контракт, згідно з яким близько половини вартості поставленого товару імпортер оплачує коштами, а частину, що залишилася, – зустрічними поставками товарів. Але в цьому випадку він здійснює зустрічні поставки авансом, тобто до основної

поставки. Такі зустрічні закупівлі називаються авансовими чи попередніми. Контракти на основну поставку і на авансову поставку пов'язані між собою таким чином, що закінчення виконання зобов'язань по зустрічному авансовому постачанню товарів є початком виконання зобов'язань по основній поставці.

Для захисту своїх інтересів експортер в основний контракт включає обов'язки імпортера надати фінансові гарантії виконання зустрічних поставок.

Імпортер захищає свої інтереси тим, що авансові поставки товарів за додатковим контрактом здійснюються тільки за наявності банківської гарантії належного виконання зобов'язань на всю суму авансових поставок.

Викуп техніки, що була у вживанні, при збуті більш нових моделей і модифікацій. За цією формою торгівлі експортер одержує можливість продати більш сучасну і дорогу продукцію, а імпортер – можливість звільнитися від морально застарілої техніки, а також продати її за залишковою вартістю, тобто врахувати її у вартості нової придбаної техніки. Вартість викупленої техніки зараховується в платіж за нову і складає залежно від її стану, моделі, року виготовлення й інших умов приблизно 10-20% вартості нової.

Операції з давальницькою сировиною. Давальницька операція – це постачання однією країною сировини, напівфабрикатів, комплектуючих деталей для їхнього наступного перероблення, складання в країні торговельного партнера і зворотнє постачання готових виробів у країну першого експорту.

Економічний зміст даних операцій полягає в тому, що власник сировини, не володіючи потужностями для її переробки, надає її переробному підприємству, що знаходиться в іншій країні, в обсязі, необхідному для забезпечення виробництва заданої кількості готової продукції, покриття витрат, пов'язаних з переробкою, а також для забезпечення визначеної норми прибутку переробному підприємству.

Вартість наданої для переробки сировини і готової продукції, що закуповується, при реалізації міжнародного контракту визначається на базі світових цін. Митний режим, застосовуваний до даних угод, передбачає звільнення сторін угоди від заходів економічного впливу держави, сплати вивізного мита, якщо під час виробничого процесу перероблення митний контроль підтвердить, що продукція, яка підлягає вивезенню, виготовлена саме з визначеної в контракті давальницької сировини і відповідно до встановлених і погоджених норм виходу готової продукції з даної сировини.

Виплата штрафних санкцій і відшкодування збитків передбачаються в основному в товарній, а не в грошовій формі.

Прості компенсаційні угоди. За цієї форми зустрічної торгівлі експортер поставляє виробниче устаткування на умовах комерційного кредиту, а імпортер після його встановлення і пуску в експлуатацію, погашає, компенсує його вартість і вартість кредиту постачанням продукції, виготовленої на цьому устаткуванні, поступово, як з розстрочкою платежу.

Метою даних операцій є: створення нових виробництв, нової продукції, насичення сучасним устаткуванням і технологією енергоємних галузей промисловості, що потребують реконструкції.

Прості компенсаційні угоди, як правило, укладають на суми, що не перевищують 20 млн. дол. і на термін не більше 3 років. При цьому ціни на компенсуючу продукцію, встановлюються тверді і фіксуються щорічно.

Складні компенсаційні угоди. Це довгострокові (на 5-10 років) компенсаційні операції великомасштабного характеру (100 млн. дол. і більше). Особливістю таких угод є те, що експортер не зацікавлений сам використовувати компенсуючу продукцію у таких великих обсягах. Найчастіше він відмовляється від неї на користь третьої сторони, яка в міру реалізації продукції компенсує експортерові вартість устаткування і кредит.

Таким чином, складна компенсаційна угода є тристоронньою.

Для виконання таких угод укладають контракти на постачання конкретного устаткування і на постачання компенсуючої продукції третій стороні, яка володіє ринком збуту, а між експортером устаткування і третьою стороною укладається договір про умови погашення суми устаткування і вартості кредиту в міру реалізації компенсуючої продукції.

При підготовці і реалізації складної компенсаційної угоди зазвичай звертаються до міжнародної практики вибору партнерів на умовах відкритих міжнародних торгів, організації тендерних комітетів.

8.2.2. Електронна торгівля

Важливою рисою сучасної міжнародної торгівлі є розвиток електронної торгівлі. Термін “електронна торгівля” охоплює дистриб`юцію, маркетинг, продаж чи доставку товарів або послуг електронними засобами. Швидкі темпи зростання електронної торгівлі спостерігаються завдяки використанню Інтернету для комерційних цілей.

Комерційна операція поділяється на три етапи: реклама та пошук; замовлення та оплата; постачання.

Кожен з цих етапів може здійснюватись через Інтернет і тому розглядається в контексті електронної торгівлі. Будь-який продукт, який може бути представлений у цифровому форматі, можливо постачати електронним способом.

До продуктів, які постачаються електронним способом, відносяться:

- комп’ютерне програмне забезпечення. Нині - це основний продукт який продається через Інтернет;
- фінансові та страхові послуги;
- аудіо-відеотовари (фільми, ігри та музика);
- туристичні послуги (замовлення авіаквитків та місць у готелях);
- інформаційні послуги (послуги телефонного та/або телеграфного зв’язку, доступ до баз даних);
- телекомунікаційні послуги;
- послуги інформаційних технологій та ін.

Існують шість основних засобів електронної торгівлі: телефон, факс, телебачення, система електронних платежів та грошових переказів, електронний обмін даними та Інтернет.

Найбільш універсальним інструментом порівняно з іншими засобами електронної торгівлі є Інтернет, оскільки за його допомогою більшість етапів комерційних операцій можуть бути здійснені в інтерактивному режимі з однією чи декількома особами, без обмежень у часі чи просторі, та з відносно низькими витратами.

Обсяги електронної торгівлі щорічно зростають. Суттєва частка загальних обсягів електронної торгівлі припадає на США (93% усієї електронної торгівлі). В США ця торгівля становить 16,28% усіх національних операцій між підприємствами, а щорічні темпи зростання – 6,1%. На частку електронних операцій припадає близько 2% від загального обсягу роздрібних продаж. Щорічні темпи зростання роздрібної електронної торгівлі становлять близько 30%, а загальної роздрібної торгівлі лише 9%.

Використання електронного засобу реалізації товарів і послуг зростає і в Європі: якщо обсяги електронної торгівлі в 2012 р. становили 146 млрд дол., то у 2017 р., за даними Forrester Research, вони зростуть до 249млрд дол. [34, с.91]

Країни, що розвиваються, далеко відстають від розвинених за технічними можливостями для ведення електронної торгівлі. Це пояснюється недостатнім розвитком телекомунікаційної інфраструктури, високою вартістю користування Інтернетом, недостатністю висококваліфікованих фахівців для роботи у цій сфері.

У розвитку електронної торгівлі між фірмами лідируватимуть такі сектори економіки, як електроніка, хімія, логістика, які здійснюють через Інтернет 30% своїх міжфірмових угод. Традиційні галузі промисловості (машинобудування, автомобілебудування, металообробка) здійснюють за допомогою Інтернет майже 27 % своїх комерційних угод.

До переваг електронної торгівлі відносяться:

- зменшення бар’єрів на шляху поширення інформації та торгівлі;
- забезпечення споживачів і підприємств інформацією про наявність будь-яких у світі товарів та послуг, ціни, умови продажу, що дає їм змогу знайти найвигідніших постачальників;
- забезпечення постачальників оперативною інформацією про послуги ринку, надаючи можливість вести справи без створення нових відділень та не наймаючи агентів за кордоном;
- полегшення зв’язку між учасниками ринку та недопущення затримки із постачанням товарів або послуг за допомогою віртуальних магазинів та контактних вузлів в Інтернеті;
- швидкість та гарантованість поставок дають можливість підприємствам знизити обсяги та номенклатуру запасів, що зменшує їх витрати.

До недоліків електронної торгівлі насамперед слід віднести зменшення доходів країни. Так, такі товари як книги, фільми та музичні записи можуть бути перетворені у цифровий формат, безпосередньо передані споживачеві і

уникнути митних зборів. З таких товарів також важко збирати непрямі податки (наприклад, ПДВ, податок з продажу).

Електронна торгівля може створювати проблеми із дотриманням прав інтелектуальної власності. За відсутністю кордонів у світовій мережі електронної торгівлі, на різних територіях можуть існувати схожі торговельні марки, що може призвести до конфліктів.

Торгівля електронними засобами призводить до виникнення правових питань про походження товарів, тобто, коли товари, що доставлені електронним шляхом, слід вважати "місцевими", а коли "імпортованими". Неясно також як слід діяти у випадку, коли національне законодавство та міжнародні конвенції, що стосуються міжнародних торговельних операцій, вимагають наявності угод у "письмовій формі", "оригінальних" документів чи "справжніх" (зроблених рукою) підписів. Таким чином, використання електронної торгівлі вимагає не тільки технологічних рішень, але й наявності відповідного правового середовища.

Щоб допомогти урядам справитися з цими недоліками на міжнародному рівні ЮНСІТРАЛ було розроблено Типовий закон про електронну торгівлю та Типовий закон про електронні підписи.

Розвинуті країни (США, країни ОЕСР та ЄС) активно беруть участь у розробці міжнародних правових актів щодо електронних операцій, які базуються на Типовому законі, правил електронного обміну даними в рамках контрактів та угод між торговельними партнерами.

8.2.3. Міжнародний лізинг

Лізинг – це форма довгострокової операції, яка пов'язана з передачею у використання обладнання, транспортних засобів та іншого рухомого й нерухомого майна, окрім земельних ділянок та інших природних об'єктів.

Міжнародний лізинг є однією з форм лізингу, за якою укладається договір лізингу, що здійснюється суб'єктами лізингу, які перебувають під юрисдикцією різних держав, або у разі, коли майно чи платежі перетинають державні кордони.

Лізинг виступає як форма отримання кредиту і водночас як форма міжнародної торгівлі, що створює умови для прискореного розвитку новітніх технологій. Лізингова компанія (лізингодавець) придбаває устаткування й т. ін. за свій рахунок і передає за контрактом оренди фірмі (лізингоотримувачу) на певний строк. Після закінчення строку оренди фірма-клієнт може його продовжити або викупити орендоване майно за залишковою вартістю. Орендна плата встановлюється на рівні, що перевищує ціну об'єкта оренди, за якою його можна купити за звичайних комерційних умов.

Світовий обсяг операцій по лізингу обладнання в останні роки щорічно зростає на 4,1% і становить близько 0,5% трлн дол. Найкрупнішим регіоном за загальним обсягом лізингових угод є Північна Америка (55% світового ринку лізингових послуг). На Європу припадає 26%, Азію – 16%, на решту країн – 3%. На частку крупніших 5 країн припадає 80,1% світового обсягу

лізингових операцій: США – 52,1%, Японію – 13,9%, Німеччину – 6,5%, Велику Британію – 3,8%, Францію – 3,8%.

Рівень розвитку міжнародних лізингових операцій вважається своєрідним показником динамічності економіки держави та гнучкості її господарюючого механізму. Так, у США лізинг є основним інвестиційним інструментом, на частку якого на протязі декількох років припадає 40% інвестицій у машини та устаткування; у більшості промислово розвинутих країн та НІК цей показник перевищує 25%. Питома вага лізингу в обсязі інвестицій у виробництво по континентам становить: Азія - 27%, Африка – 1,3%, Північна Америка – 41,5%, Південна Америка – 31,1%, Європа – 24,6%, Австралія та Нова Зеландія – 1,7%.

Фірми, які виступають на міжнародному лізинговому ринку в ролі орендувачів, поділяються на чотири основні групи: філії банків; філії промислових компаній, «зв'язані» лізингові компанії, незалежні фірми .

Лізингові філії комерційних банків, які забезпечують як пряме фінансування закупівлі обладнання, так і надання власно лізингових послуг, контролюють більшу частку лізингового ринку. Спочатку комерційні банки розглядали лізинг обладнання як конкуренцію своєму бізнесу. Пізніше, в міру того, як покупці обладнання почали шукати шляхи зменшення свого податкового тягаря, вони почали створювати спеціалізовані філії, які зайняли видне місце на ринку довгострокової оренди обладнання.

До групи філій (не «зв'язаних») **промислових компаній** відносяться лізингові фірми, які не спеціалізуються на здаванні в оренду продукції материнських фірм.

«Зв'язані» лізингові компанії – це спеціалізовані філії фірм-виробників обладнання, які фінансують продаж продукції своїх материнських компаній.

У групу **незалежних лізингових фірм** входять різні компанії (страхові, фінансові, орендні), які не мають над собою материнської компанії, яка володіє контрольних пакетом акцій.

Основними імпортерами лізингових послуг США є Канада та країни ЄС.

8.2.4. Міжнародне виробниче кооперування

Для міжнародної торгівлі за кооперацією характерна довгострокова попередня узгодженість безпосередніх виробничих зв'язків, а також зацікавленість сторін у результативності спільної діяльності.

Міжнародне виробниче кооперування – це найрозповсюджений вид міжнародних виробничо-технічних зв'язків підприємств. Воно є наслідком спеціалізації національних виробництв, що взаємодіють в системі міжнародного поділу праці, базується на предметній спеціалізації і виступає як форма часткового та загального поділу праці у світовому господарстві. Міжнародне виробниче кооперування означає включення країни в міжнародний поділ праці в рамках так званої "вертикальної моделі міжнародного поділу праці", тобто за умови збереження автономності виробничого процесу в національних кордонах.

Таким чином, міжнародна кооперація виробництва – це заснований на міжнародному поділі праці внаслідок здійснення на договірній основі про спільну діяльність сталий обмін між країнами виробами, які є елементами кінцевої продукції і виготовляється ними з найбільшою економічною ефективністю.

Основною ланкою міжнародної виробничої кооперації і прямих зв'язків є договори (контракти), які укладаються господарюючими суб'єктами на основі відповідних міжурядових, галузевих і міжвідомчих угод і являють собою підставу (до створення митного союзу) для митних органів під час пропуску товарів, що поставляються по кооперації, через кордон.

До операцій виробничої кооперації відноситься:

- поставка сировини, матеріалів, вузлів, деталей, запасних частин, заготовок, напівфабрикатів, комплектуючих та інших виробів галузевого і міжгалузевого призначення, що технологічно взаємопов'язані і необхідні для спільного виготовлення кінцевої продукції;
- надання послуг по виконанню проектних і ремонтних робіт, по технічному обслуговуванню та здійсненню технологічних операцій, що зв'язані з виготовленням та реалізацією кінцевої продукції.

Особливостями міжнародного виробничого кооперування є:

- суб'єктами кооперації є промислові підприємства з різних країн;
- кооперація не супроводжується створенням будь-яких організаційних структур;
- сторони на основі попереднього узгодження умов спільної діяльності пристосовують своє виробництво до здійснення кооперації;
- проведення уніфікації об'єкта кооперування, тобто введення спільних технічних вимог, технічної документації, вимог техніки безпеки;
- закріплення в договірному порядку в якості головних об'єктів кооперування види комплектуючих виробів, напівфабрикатів, технологій тощо;
- розподіл між сторонами у межах узгодженої програми завдань, закріплення виробничої спеціалізації та координація їх господарчої діяльності;
- додержання графіка виконання виробничих програм в узгоджених обсягах, асортименті, якості;
- довгостроковість, стабільність та регулярність відносин між партнерами, що підвищує їх зацікавленість у цьому виді зв'язків і веде до встановлення між кооператорами установлених виробничих і технологічних зв'язків, тісної взаємодії та взаємозалежності;
- різний соціально-економічний характер відносин між партнерами, що залежить від того, чи є кооперування внутрішньофірмовим або міжфірмовим.

У міжнародному виробничому кооперуванні виділяють три форми.

1. Міжнародне кооперування при постачанні комплектуючих виробів (підрядне кооперування). Поставка або обмін між кооператорами комплектуючими виробами відбувається для здійснення наступного складання кінцевого продукту на підприємствах або кожного з партнерів, або одного з них. Метою такого кооперування є підвищення рівня спеціалізації виробництва та одержання без додаткових капіталовкладень вигоди за рахунок економії на витратах виробництва та зростання обсягу виробництва кінцевої продукції. Таке кооперування здійснюється двома основними методами.

І метод – це обмін між партнерами комплектуючими виробами відповідно до обговорених раніше умов спеціалізації та самостійного здійснення збирання кінцевого продукту.

ІІ метод передбачає постачання комплектуючих виробів одним партнером другому, який здійснює збирання кінцевого продукту. При цьому методі підприємства, які виготовляють окремі комплектуючі, технологічно пов'язані між собою та подетально спеціалізовані.

Вони виробляють та постачають вироби одному головному підприємству (як правило, материнській компанії), яка здійснює збирання кінцевого продукту.

2. Міжнародне кооперування на основі організації спільного виробництва з метою створення та випуску єдиного нового кінцевого продукту передбачає об'єднання фінансових, науково-технічних, матеріальних і трудових ресурсів фірм-кооперантів та закріплення за кожним з партнерів певної відповідальності за випускання визначеної частини продукції. На всіх етапах створення кінцевого продукту (науково-дослідні роботи, виробниче освоювання продукції, серійний випуск, збут, технічне обслуговування) партнери тісно співробітничають. Таке кооперування, як правило, здійснюють фірми з приблизно однаковим виробничим профілем, у яких переважає предметна спеціалізація. Воно може проводитися на основі двох методів.

І метод. Участь партнерів обмежується поставками окремих комплектуючих виробів для створення єдиного кінцевого продукту.

ІІ метод. Партнери об'єднують свої сили та кошти для створення нового продукту, починаючи зі стадії проектування та закінчуючи збутом і технічним обслуговуванням спільно створеного виробу. Всі обов'язки та витрати по створенню кінцевому продукту заздалегідь розподіляються між партнерами.

3. Міжнародне виробниче кооперування шляхом погодження виробничих програм. Воно здійснюється на основі розподілу асортименту продукції між двома та декількома фірмами та проведенням спільних наукових досліджень. Окремі фірми складають угоди про договірну спеціалізацію або про поділ виробничих програм. Такі угоди, як правило, укладають конкуруючи компанії з метою розмежування та закріплення за кожною стороною угоди визначеного асортименту продукції, а також усунення або зменшення дублювання виробництва. Це сприяє обмеженню конкуренції між фірмами, які виготовляють продукцію однакового асортименту, підвищенню однорідності продукції, яку вони виробляють, її спеціалізації.

Глава 9. Методи здійснення експортно-імпортних операцій

Суб’єкти міжнародної торгівлі, виходячи на світовий ринок з метою реалізації своєї продукції, вибирають той чи інший метод організації зовнішньоторговельної діяльності. Метод міжнародної торгівлі – це організаційна форма і порядок здійснення зовнішньоторговельної операції.

У міжнародній торговій практиці використовують два основних методи проведення торгових операцій: прямий і непрямий.

На вибір методу зовнішньоторговельної діяльності впливає характер продукції, яка випускається, масштаби виробництва, особливості цільових ринків, на яких планується реалізовувати продукцію, а також форми міжнародної торгівлі (за предметом торгівлі або специфікою взаємовідносин між партнерами).

9.1. Торгівля на підставі прямих зв’язків між контрагентами (прямий метод)

9.1.1 Сутність прямого методу

При прямому методі здійснення зовнішньоторговельних операцій передбачається встановлення прямих зв'язків між виробником (постачальником) і кінцевим споживачем, тобто товар поставляється безпосередньо кінцевому споживачу, а закуповується – безпосередньо у самого виробника на основі договору міжнародної купівлі-продажу. Близько 50% міжнародного товарообміну відбувається на основі прямих зв'язків.

Прямий метод, як правило, використовується:

- при продажу ТНК великогабаритної і дорогої продукції промислового призначення. У деяких фірм на частку прямих продажів припадає близько 70% усієї експортної продукції промислового призначення. Це пов'язано з підвищенням технічного рівня і складністю товарів, які випускаються на ринок; зростанням частки унікального устаткування, устаткування комплектних підприємств, новітніх суден, літаків. Для врахування вимог покупця необхідно встановити прямі контакти між експортером і імпортером, починаючи зі стадії проектування продукції і закінчуючи введенням її в експлуатацію;
- при здійсненні експортно-імпортних операцій між великими ТНК з постачання сировини, напівфабрикатів, комплектуючих частин і деталей тощо;
- при поставках товарів через закордонні підрозділи ТНК, що володіють роздрібною мережею. Створені ТНК збутові і виробничі закордонні філії та дочірні компанії стають на ринках інших країн контрагентами. Вони вступають у безпосередні відносини з кінцевим споживачем як промисловим, так і роздрібним, на ринку країни місцезнаходження і на ринках інших країн. Це змінює характер прямих зв'язків, оскільки вони орієнтовані на реалізацію безпосередніх контактів з

конкретними споживачами. Створення закордонних збутових і виробничих підрозділів і встановлення безпосередніх міжфірмових зв'язків обумовлює зміни у співвідношенні між традиційними методами здійснення зовнішньоторговельних операцій;

- при здійсненні експорту-імпорту промислової сировини на основі довгострокових контрактів;
- при закупівлях сільськогосподарської сировини у фермерів країн, що розвиваються;
- при здійсненні зовнішньоторговельної діяльності державних підприємств і установ країн, що розвиваються, шляхом організації і проведення торгів.

Прямий метод торгівлі припускає постачання заздалегідь погоджених видів продукції, що орієнтована на специфічні вимоги конкретного іноземного споживача. Прямі зв'язки носять цілеспрямований характер, тому що ґрунтуються на системі попередніх замовлень і характеризуються тривалістю і стійкістю відносин споживача з постачальниками необхідних для виробництва сировини, матеріалів, комплектуючих виробів з метою безперебійного забезпечення виробничого процесу ресурсами. Між постачальниками і споживачами укладаються довгострокові контракти, згідно з якими упродовж встановленого в контракті терміну передбачається регулярне постачання погоджених кількостей товару.

Прямий продаж має ряд переваг: дає експортерам можливість установлювати тісні контакти з іноземними споживачами, здійснювати жорсткий контроль над торговими операціями; одержувати більш високий прибуток за рахунок зменшення витрат на суму комісійної винагороди посередникові; краще вивчати стан і тенденції розвитку ринку; швидше пристосовувати свої виробничі програми до попиту і вимог зовнішнього ринку; знижувати ризик і залежність результатів комерційної діяльності від несумлінності посередницької організації.

До недоліків прямого методу торгівлі можна віднести: наявність високого ступеня ризику, що обумовлено відмінностями економічних, правових і соціальних умов у різних країнах, а також необхідність залучення персоналу високої комерційної кваліфікації (у цьому випадку фінансові витрати можуть значно зрости).

9.1.2. Особливості внутрішньокорпораційної торгівлі

Особливим видом прямого методу здійснення зовнішньоторговельних операцій є внутрішньокорпораційна торгівля між підрозділами однієї й тієї самої ТНК.

Всередині ТНК існує система внутрішніх (інтернальних – від англ. internal market) ринків. Інтернальний ринок ТНК розглядається як система постачань, які здійснюються окремими філіями та дочірніми фірмами в межах однієї ТНК за специфічними трансфертними цінами. На цьому ринку значна кількість експортно-імпортних операцій, які формально є ринковими і

здійснюються відповідно за договором купівлі-продажу, постачання та ін., насправді являє собою переміщення товарів, послуг у межах єдиної корпорації. Інтернальний ринок сприяє максимізації доходів ТНК і досягненню більш ефективного її функціонування, а також стає одним з механізмів інтеграції окремих підприємств у межах корпорації. На інтернальних ринках ТНК здійснюється близько 70% усієї міжнародної торгівлі [23, с.326].

Важливою особливістю внутрішньокорпораційної торгівлі є залучення через інтернальні ринки в міжнародну торгівлю численних малих фірм, які виступають субпідрядниками та підрядчиками ТНК. Тобто ТНК виконують роль сполучних ланок між багатьма фірмами, які не мають доступу на світовий ринок. Крім того інтернальні ринки ТНК сприяють розвитку внутрішньорегіональній торгівлі, оскільки філії ТНК значну частину потреб у деталях та комплектуючих задовольняють за рахунок постачань із материнської компанії. Важливою тенденцією також є формування у складі ТНК спеціалізованих дочірніх компаній, які надають специфічні послуги (наприклад, менеджмент компанії).

Головною відмінністю інтернального ринку від зовнішнього є «свобода доступу» на нього економічних агентів, які використовують механізм трансфертних цін. Близько ⅓ світової торгівлі здійснюється через трансфертні ціни. Трансфертні ціни – це умовно-розрахункові ціни внутрішньокорпораційної торгівлі між закордонними підрозділами однієї ТНК. Вони використовуються, насамперед, для переводу прибутків та зменшення податків.

Якщо метою ТНК є зменшення сум сплачуваних податків, що встановлюються за експорт чи імпорт, то трансфертні ціни визначаються на рівні суттєво нижчому від ринкових цін. Наприклад, ціни знижуються на комплектуючі частини, які постачаються через кордон між філіями головною компанією.

Якщо метою ТНК є подолання обмежень на репатріацію прибутків, що впроваджуються країною, де розташовані закордонні підрозділи ТНК, то в цьому випадку товари постачаються за вищою ціною до філіалу-споживача в країні, що застосувала валютні обмеження.

Крім того, трансфертні ціни застосовуються у випадку, коли національні валюти країн, де розташовані підрозділи ТНК, схильні до знецінення, а також для зменшення суми надходжень, що оподатковуються. Це відбувається у випадку, коли країна базування приймає рішення, що прибутки та інші форми заходів закордонних філій не оподатковуються до тих пір, поки ці прибутки не переведено на рахунок материнської компанії. Якщо ставка податку за кордоном нижча, ніж в країні базування, то тоді материнська компанія зацікавлена в переказі частини своїх доходів у філії, знижує експортні ціни товарів та послуг, які постачаються до закордонного підрозділу.

Таким чином, трансфертні ціни можуть розглядатися в двох аспектах. Перший аспект (інтернальний) пов'язаний з використанням трансфертних цін

у ролі координатору комерційно-виробничої діяльності в межах ТНК. Другий аспект (зовнішній) пов'язаний з їх використанням як інструмента, за допомогою якого ТНК компенсує негативний вплив зовнішнього середовища.

Трансфертне ціноутворення ґрунтується на п’яти основних методах: витратному, ринковому, фактичному, договірному та змішаному [23, с.328].

При витратному трансфертному ціноутворенні ціна встановлюється на рівні витрат. Застосовуються три методи визначення ціни на основі витрат:

- змінних витрат на одиницю продукції;
- повних витрат, коли враховуються як перемінні так і постійні витрати на одиницю продукції;
- з урахуванням граничних витрат, тобто до базової ціни, що враховує постійні та перемінні витрати на одиницю продукції, додається надбавка.

При ринковому трансфертному ціноутворенні ціни на внутрішньокорпораційні постачання установлюються виходячи із ринкових цін.

При фактичному трансфертному ціноутворенні визначена частина прибутку включається на кожнім етапі виробничого циклу чи при розподілі продукції між підрозділами ТНК, що забезпечує рентабельність кожного підрозділу. При цьому методі ТНК використовує такі підходи для визначення норм прибутку для своїх підрозділів:

- відповідно до галузевих норм;
- за товарообігом (прибуток визначається для кожного підрозділу за обсягом товарообігу, що забезпечує цей підрозділ);
- за витратами;
- за трудовими витратами.

При договірному трансфертному ціноутворенні ціни встановлюються на підставі результатів переговорів і консультацій між підрозділами ТНК. При цьому методі ТНК використовує такі інструменти:

- надання підрозділу, що продає, права реалізовувати продукцію як на інтернальних, так і на зовнішніх ринках;
- надання підрозділу, що купує, права здобувати продукцію і на інтернальних, і на зовнішніх ринках;
- корпоративний арбітраж.

При змішаному трансфертному ціноутворення застосовується комбінація всіх визначених вище методів. Так, нижню границю ціни можна визначити витратним методом, а верхню – ринковим методом після чого вибирають одну з цін залежно від цілей і задач ТНК.

9.2. Торгівля через торговельно-посередницьку ланку (непрямий метод)

9.2.1. Сутність непрямого методу

При непрямому методі купівля і продаж товарів здійснюється через торговельно-посередницьку ланку на основі укладання договору з торговельним посередником, що передбачає виконання останнім визначених зобов'язань у зв'язку з реалізацією товару продавця.

Торговельні посередники – це юридичні особи (фірми, організації, установи і т. ін.), що сприяють обміну товарів і незалежні від виробників і споживачів. Їх безпосередня функція – поєднання продавців і покупців, пов'язування попиту та пропозиції.

Торговельне посередництво охоплює широке коло послуг:

- пошук іноземного контрагента;
- підготовка і укладання договору;
- кредитування сторін і надання гарантій оплати товару покупцем;
- здійснення транспортно-експедиторських операцій;
- страхування товарів при транспортуванні;
- виконання митних формальностей;
- проведення рекламних та інших заходів щодо просування товарів на зовнішні ринки;
- здійснення технічного обслуговування та інші послуги.

Торговельний посередник несе певні витрати при здійсненні своєї діяльності, основними з яких є:

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

Більше половини всіх товарів, залучених у міжнародний товарообіг, реалізується за сприяння торгових посередників. Їхніми послугами широко користуються в зовнішній торгівлі США, Великої Британії, Нідерландів, Швеції, Японії та ін. До використання торговельно-посередницької ланки звертаються:

- при збуті стандартного промислового устаткування і споживчих товарів;
- при реалізації великими фірмами другорядних видів продукції;
- при реалізації продукції на віддалених, важкодоступних і слабко вивчених ринках, ринках малої ємності;
- при просуванні нових товарів;
- при відсутності в країнах-імпортерах власної збутової мережі;

- при монополізації великими торговельно-посередницькими фірмами ввезення в країну визначених товарів;

- великі фірми при невеликому обсязі експортно-імпортних операцій;

- при здійсненні епізодичних зовнішньоторговельних операції малими і середніми фірмами.

Переваги непрямого методу торгівлі полягають у тому, що:

- фірма-експортер не вкладає коштів в організацію збутової мережі на території країни-імпортера, оскільки торговельно-посередницькі фірми володіють власною матеріально-технічною базою (складськими приміщеннями, ремонтними майстернями). Це полегшує освоєння нових ринків;

- експортер звільняється від діяльності, пов'язаної з реалізацією товару (доставка імпортеру, упакування, пристосування до вимог місцевого ринку, оформлення документації);

- посередники мають у своєму розпорядженні великі можливості в організації реклами, виставок, ярмарків;

- з'являється можливість використовувати капітал торговельно-посередницьких фірм для фінансування угод на основі короткострокового і середньострокового кредитування;

- торговельні посередники мають стійкі ділові зв'язки з банками, страховими і транспортними компаніями;

- на ринки окремих товарів, монополізованих торговельно-посередницькими фірмами, можна потрапити тільки при використанні посередницької ланки.

Недоліком непрямого методу торгівлі є позбавлення експортером безпосередніх контактів з ринками збуту, а також залежність його від сумлінності й активності торгового посередника.

До особливостей діяльності торговельних посередників у сучасних умовах відноситься:

- розширення напрямків і сфер торговельно-посередницької діяльності, що здійснюється по окремих товарах (номенклатурі); видам діяльності (оптові, роздрібні, посилкові); здійснюваних операціях (експортні, імпортні); наданим послугам; характеру угод і функціях. Зростає спеціалізація посередників на операціях з визначеною групою товарів. Розширюється надання різних видів послуг у комплексі: операції по організації збуту (пошук контрагентів, укладання угод від імені продавця, надання гарантій оплати товару покупцем, дослідження ринків, проведення рекламних компаній), транспортно-експедиторські операції; фінансування торговельних операцій; надання технічних послуг і післяпродажного технічного обслуговування; надання інформації про ринки;

- прив'язування торговельних посередників до виробників машин і устаткування;

- зосередження переважної більшості торговельно-посередницьких операцій в руках невеликого числа ТНК, що мають свої фінансові, страхові компанії, флот, склади запасних частин. Це дозволяє їм здійснювати купівлю-продаж за свій рахунок, фінансування операцій, страхування, транспортування, технічне обслуговування, виробництво й обробку;

- посилення впливу на торговельних посередників транснаціональних корпорацій, що координують сферу і характер їхньої діяльності шляхом поділу ринків збуту;

- підпорядкування великим промисловим компаніям дрібних і середніх торговельно-посередницьких фірм шляхом системи франшиз, тобто довгострокових договорів з наданням виключного права на реалізацію товарів і послуг зі збереженням торгової марки виробника;

- підпорядкування торговельним монополіям дрібних і середніх фірм-експортерів і виробників у країнах, що розвиваються. Через них здійснюється скуповування сировини, що самостійно переробляється і реалізується ними через власні роздрібні магазини;

- участь торговельно-посередницьких фірм у міжнародних консорціумах для здійснення великих будівельних проектів (здійснюють закупівельно-збутові операції для цих підприємств).

9.2.2. Торговельно-посередницькі операції

Торговельно-посередницькі операції – це операції, які пов`язані з купівлею-продажем товарів, що виконуються за дорученням виробника-експортера незалежним від нього торговим посередником на основі укладеної між ними угоди чи окремого доручення.

Види торговельно-посередницьких операцій класифікуються залежно від характеру взаємин між виробником-експортером і торговим посередником, а також функцій, виконуваних торговим посередником, на: операції з перепродажу; комісійні; агентські; брокерські (табл. 9.1).

Таблиця 9.1

Види міжнародних посередницьких операцій

Посередницькі операції	**Торгові посередники**	**Головні функції посередників**				**Характер Повноважень**
		дія від свого імені	Підписання контракту	ведення переговорів	придбання товарів у власність (фінансування угоди)	
1. Операції з перепродажу	а) купці, столкхолдери, дилери, оператори; б)дистриб'ютори	+	+	+	+	Посередники укладають угоди з третіми особами від свого імені та за свій рахунок (договір поставки)
2. Комісійні операції.	а) комісіонери; б) консигнатори	+	+	+	-	Посередники укладають угоди з третіми особами від свого імені, але за рахунок довірителя (договір комісії).
3. Агентські операції	а) торговельні комерційні агенти; б) агенти-представники.	-	+	+	-	Посередники укладають угоди з третіми особами від імені і за рахунок довірителя (агентський договір або договір доручення).
4. Брокерські операції	брокери, маклери, куртьє	-	-	+	-	Посередники, що не мають права укладати угоди з третіми особами.

Операції з перепродажу товарів здійснюються торговим посередником від свого імені і за свій рахунок, тобто торговий посередник сам виступає стороною договору як з експортером, так і з кінцевим покупцем, і стає власником товару після його оплати.

Операції з перепродажу товарів бувають двох видів.

В операціях першого виду торговий посередник стосовно експортера виступає як покупець, що здобуває товари на основі договору купівлі-продажу. Він стає власником товарів і має право реалізовувати їх на свій розсуд на будь-якому ринку і за будь-якою ціною. Після виконання сторонами своїх зобов'язань за договором купівлі-продажу відносини між експортером і торговим посередником припиняються. Таких посередників називають ділерами.

В операціях другого виду експортер надає торговому посереднику, що іменується торговцем за договором (дистриб’ютором), право продажу своїх товарів на визначеній території упродовж погодженого терміну на основі договору про надання права на продаж (дистриб'юторська угода).

Дистриб’ютор займається продажем від свого імені і за свій рахунок. Посередництво дистриб’ютора полягає в просуванні товару від експортера до кінцевого споживача на визначеній території. Торговець за договором відповідає за всі ризики, пов'язані з псуванням чи утратою товару, а також неплатоспроможністю покупців.

У дистриб'юторському договорі про надання права на продаж установлюються тільки загальні умови, що регулюють взаємини сторін щодо реалізації товарів на визначеній території. Для виконання цього договору сторони укладають окремі контракти купівлі-продажу товарів, згідно з якими посередник здобуває товар експортера, а потім повинен реалізувати його кінцевому споживачу (третім особам) від свого імені і за свій рахунок. У цих контрактах визначається кількість і якість товару, що поставляється, валютно-фінансові умови постачання, гарантії якості, порядок надання рекламацій тощо.

Умови угоди купівлі-продажу між торговцем за договором і кінцевим покупцем повинні відповідати умовам договору про надання права на продаж між експортером і торговцем за договором.

У договорі про надання права на продаж визначається територія, на якій дистриб’ютору надається право продажу товарів експортера. Вона називається договірною територією і за її межами торговець за договором не має права без письмового дозволу експортера продавати товар.

Право на продаж буває:

- простим, за якого експортер залишає за собою право продавати на договірній території товари самостійно і через інших посередників;
- винятковим (монопольне застереження), коли експортер зобов'язується на договірній території продавати визначені товари тільки через даного дистриб’ютора. Експортер також може дати зобов'язання заборонити своїм вітчизняним і іноземним покупцям продавати дані товари на договірній території;

- винятковим з обмеженнями, коли експортер зберігає за собою право продажу товарів на договірній території безпосередньо третім особам. Це можливо в тих випадках, якщо посередник відмовився купити товар за цінами і на умовах, запропонованих експортером; якщо товари поставляються державним організаціям; складають частину компенсаційної угоди; є комплектуючою частиною устаткування, машин, що поставляються експортером іншому клієнту.

У договорі про надання права на продаж визначається умова ціни і способи виплати винагороди.

У договорі визначаються обов'язки дистриб'ютора, не пов'язані з реалізацією товару:

- у застереженні про неконкуренцію вказується, що торговець за договором не може без згоди експортера представляти на договірній території ні одну фірму, що є конкурентом експортера, і не може продавати товари, що є конкурентними для товару експортера;
- застереження про мінімальний обсяг продажів передбачає мінімальну суму, на яку посередник зобов'язується закупити товари упродовж визначеного терміну, або визначає кількість товарів з розбивкою по термінах постачання, чи містить вказівку про те, що продажі повинні здійснюватися на таку суму або кількість, при яких його частка на ринку буде не нижче визначеного відсотка;
- в обов'язки дистриб'ютора по організації технічного обслуговування входить: забезпечення обслуговування упродовж гарантійного терміну, проведення ремонту після закінчення терміну гарантії, утримання складу запасних частин і майстерень з ремонту тощо;
- дистриб'ютор зобов'язаний здійснювати рекламу за свій власний рахунок або частково за рахунок експортера;
- посередник інформує експортера про становище на ринку, про свою діяльність при продажу товарів, про інших своїх експортерів. Він охороняє інтереси експортера, зобов'язується не ставити його товари в гірші умови, ніж товари інших експортерів.

Якщо посередник знаходиться в країні експортера, то в його обов'язки може входити одержання замовлень від іноземних покупців і розміщення їх у виробника від свого імені і за свій рахунок. Якщо посередник знаходиться в країні-імпортері, то в його обов'язки можуть входити організація складу, постачання товарів зі складу кінцевому споживачу, здійснення реклами, демонстрація зразків товарів на складі тощо.

За умовами договору експортер, як правило, надає в розпорядження дистриб'ютора докладну технічну документацію, надає йому підтримку у вирішенні технічних питань, що виникають у процесі продажу товарів. Крім того, він надає посереднику пільги для створення резерву запасних частин, частково або повністю компенсує витрати по технічному обслуговуванню, рекламі тощо.

Оскільки за умовами угоди посередник продає товари від свого імені і за свій рахунок, експортер не має яких-небудь взаємин з покупцем і останній не може висувати претензії до експортера.

Дистриб'юторські угоди вигідні як експортерам, так і дистриб'юторам.

Експортер одержує можливість виходу на нові ринки; його товар рекламується на цих ринках упродовж декількох років; він упевнений у збуті продукції; дистриб'юторська фірма має власну збутову мережу чи засоби на її створення, а дистриб'юторські угоди супроводжуються договорами купівлі-продажу на постачання товарів і гарантують одержання платежу за товар відразу після постачання товару (якщо тільки товари не поставляються в кредит); виключаються ризики збитків від втрати чи ушкодження товарів на території чужої країни.

Для дистриб'ютора ці договори цікаві тим, що порівняно з іншими посередниками, вони мають більшу комерційну незалежність, самостійно встановлюючи ціни; здобувають часто монопольне право на продаж товарів експортера на своїй території.

Угоди з дистриб'ютором підписуються на тривалий термін (2-5 років) з наступним продовженням за згодою сторін. Такі угоди укладаються, як правило, на реалізацію машинно-технічних, сировинних та споживчих товарів.

Комісійні операції здійснюються між комісіонером (посередником) та комітентом. За цією операцією комітент доручає комісіонеру від імені комісіонера, але за рахунок комітента здійснити операцію купівлі-продажу з третім контрагентом. Платіж за поставлені товари одержує комісіонер. Посередником комісіонер є тільки для комітента. Для третього контрагента комісіонер буде стороною контракту купівлі-продажу, а саме – продавцем, якщо комісіонеру доручено щось продати, чи покупцем, якщо комітент доручає комісіонеру щось купити.

З комітентом комісіонер регулює взаємини на підставі договору комісії (комісійного договору), що зазвичай носить разовий характер. Згідно з комісійним договором комісіонер не купує товари комітента, а тільки укладає угоди з купівлі-продажу товарів за рахунок комітента, тобто комітент залишається власником товару до його передачі в розпорядження кінцевого покупця. Таким чином, комісіонер, здійснюючи операцію, ні на один момент не стає власником товару і товар надходить прямо від продавця до покупця.

Іноді при здійсненні комісійних операцій товар комітента передається у володіння комісіонера, який при цьому не стає його власником. Власником залишається комітент. Ризик випадкової загибелі чи випадкового ушкодження товарів, за відсутності іншої домовленості, несе комітент, а комісіонер зобов'язаний вживати заходів щодо забезпечення схоронності довірених йому товарів і відповідати за їх втрату чи ушкодження, якщо це відбудеться з його вини.

У договорі комісії застережуються:

- мінімальні і максимальні ціни при експорті й імпорті. При цьому застережується, щоб завищення цін не послужило причиною зниження конкурентоспроможності товару;

- терміни постачань обговорених партій товарів;

- граничні технічні та якісні характеристики товарів;

- відповідальність комітентів перед комісіонерами і комісіонерів перед комітентами;

- розміри і порядок виплати комісійних винагород, що можуть визначатися як відсоток від суми угоди (у середньому до 10%) чи як різниця між ціною, призначеною комітентом, і ціною реалізації комісіонера;

- умови платежу.

Одним з різновидів комісійних операцій є **операції консигнації**. Їхня суть полягає в постачанні експортером (консигнантом) посереднику (консигнатору) товару для реалізації на ринку протягом певного терміну. Консигнатор в міру реалізації товару зі складу здійснює платежі консигнанту.

На умовах консигнації реалізуються товари масового виробництва, в сталому і швидкому збуті яких експортер невпевнений. Такі операції використовуються також при слабкому освоєнні ринку чи при постачаннях товарів, які недостатньо відомі місцевим покупцям.

Консигнаційні операції проводяться на основі договору консигнації, згідно з яким одна сторона (консигнатор) зобов'язується за дорученням іншої сторони (консигнанта) упродовж терміну договору консигнації за установлену винагороду продавати від свого імені і за рахунок консигнанта поставлені на склад у країні консигнатора товари. Товари залишаються власністю консигнанта до моменту їх продажу третій стороні.

У договорі консигнації вказуються:

- сума цін товарів, які одночасно зберігаються на складі і поповнюються в міру їх реалізації;

- термін консигнації, упродовж якого ця сума повинна бути реалізована (наприклад, товари на суму 100 тис. дол., термін консигнації – 3 роки);

- обов'язки консигнатора та консигнанта;

- умови платежу. Встановлюється валюта платежу, обумовлюється, після закінчення якого терміну від моменту продажу товарів консигнатором, здійснюється платіж на користь консигнанта (платіж здійснюється в міру реалізації товару). Платіж вважається виконаним після того, як консигнант підтвердить його одержання і правильність (платежі виконуються за календарними періодами по відкритому рахунку з наданням консигнатором банківської гарантії чи акцептом тратт на суму консигнації, оскільки, по суті, консигнанти кредитують консигнаторів на середній термін реалізації товару);

- спосіб консигнації, що обирають сторони:

а) безповоротну, тобто якщо якась частина товарів, обумовлених договором консигнації, не буде реалізована консигнатором, то останній зобов'язаний купити їх у консигнанта за тверду суму;

б) частково поворотну, коли консигнатор зобов'язується реалізовувати товари на визначену частину суми, а товари на суму, що залишилася, якщо їх не вдасться реалізувати, повернути консигнантові;

в) поворотну, яка означає, що всі нереалізовані товари підлягають поверненню консигнантові;

- мінімальні продажні ціни, нижче яких консигнатор не може продавати товар без попередньої письмової згоди консигнанта. При цьому вказуються базисні умови постачання товарів на консигнацію;

- умови винагороди консигнатору.

Операції з консигнації мають ряд переваг: дають можливість консигнаторові впливати на рівень цін на ринку, підвищуючи їх у період підвищення попиту і знижуючи в період поганої реалізації; полегшують освоєння нових ринків, оскільки іноземні покупці мають можливість ознайомитися з товаром шляхом їх огляду і за допомогою перевірки в роботі.

Агентські операції полягають в дорученні однією стороною, іменованою принципалом, незалежній від неї іншій стороні, іменованої агентом, здійснювати фактичні і юридичні дії, пов'язані з купівлею чи продажем товару на обговореній території за рахунок і від імені принципала.

Агентські операції відбуваються на основі агентської угоди, що укладається на визначений чи невизначений термін. Угода укладається на термін від року до п'яти років і в ньому передбачається можливість його продовження на погоджений чи невизначений термін (поки одна зі сторін не заявить про своє бажання перервати угоду).

Агенти за обсягом повноважень бувають із правом (торгові агенти, агенти-повірені) і без права (агенти-представники) укладати угоди від імені і за рахунок принципала.

Агента, як незалежного посередника (торгового агента), характеризують такі риси:

- він є юридичною особою, зареєстрованою в торговому реєстрі;

- не перебуває в трудових відносинах із принципалом і діє тільки як його представник у рамках відповідальності, покладеної на нього агентською угодою;

- самостійно і за певну винагороду здійснює свою діяльність;

- не бере участі в угоді купівлі-продажу, не купує за свій рахунок товар, а лише сприяє здійсненню угоди;

- не підлягає прямому контролю з боку принципала.

Права, надані агенту на здійснення операцій на певній території, бувають простими, винятковими і винятковими з обмеженнями.

Просте право визначається шляхом внесення в угоду умови про прямі продажі, відповідно до якої принципал зберігає за собою право вести переговори з покупцями, розташованими на території агента без участі останнього.

При наданні агенту виключного права (цю умову іноді називають монопольним застереженням) товари принципала не надходять на територію агента через посередників третіх країн.

При наданні агенту виключного права з обмеженнями, принципал зберігає за собою право безпосереднього постачання товарів певним покупцям чи певній категорії покупців (наприклад, державним підприємствам і організаціям).

Інколи в агентську угоду включається умова про надання агенту права продавати товари принципала поза виділеною для агента території (позатериторіальне застереження).

Зобов’язання торгового агента фіксуються в договорі шляхом внесення спеціальних застережень:

- застереження про неконкуренцію, відповідно до якого:

а) агент не має права пропонувати, купувати чи здійснювати рекламу товарів, що є конкурентними для товарів принципала, а також представляти інші фірми, що є конкурентами на договірній території;

б) агент зобов'язаний зберігати виробничі і ділові секрети як під час, так і після закінчення терміну договору;

в) не має права виступати як агент в інтересах конкурентів чи брати участь у капіталі цих фірм;

г) зобов'язаний сповіщати принципала про порушення його монопольних прав і вживати заходів до їх захисту;

- застереження про мінімальний оборот, відповідно до якого агент зобов'язаний здійснювати посередництво по укладанню контрактів в обсязі не меншому від погодженої суми (мінімальної квоти), що встановлюється на визначений період (як правило, рік). Застережується також наслідки для агента при недосягненні розміру продажів чи його перевищенні;

- застереження делькредере, згідно з яким агент гарантує принципала від збитків, що можуть виникнути внаслідок несплати ціни з боку особи, що купила товар при сприянні агента, а також зобов'язується відшкодувати принципалу збитки, що виникають через неплатоспроможність покупця в межах заздалегідь установленої суми;

- здійснює рекламу за свій рахунок відповідно до інструкцій принципала;

- здійснює післяпродажне технічне обслуговування. Розмір наданих послуг спеціально застережуються, а сума винагороди за них сплачується понад комісійні;

- надає інформацію і звітність принципалу.

Агент-представник виконує менший обсяг функцій. У його обов'язки входить:

- проводити маркетингові дослідження й інформувати принципала про тенденції ринку;

- надавати принципалу інформацію про технічні вимоги до товарів і ціни;

- інформувати принципала про запити споживачів, про передбачувані розміщення замовлень;

- створювати сприятливу думку про принципала і його товари в ділових колах і здійснювати рекламу;

- сприяти укладанню і реалізації контрактів;

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

Винагорода агента фіксується в агентській угоді. В ній насамперед визначається момент виникнення права агента на винагороду і дата її сплати.

Як правило, агент має право на винагороду від угод, не виконаних з вини принципала. Сплата винагороди відбувається у встановлений термін.

Агент із виключним правом може одержувати винагороду за всі угоди принципала на закріпленій території, навіть якщо вони укладені без сприяння агента.

В агентській угоді передбачаються обов'язки принципала, який повинен:

- передати агенту (безкоштовно або за плату) матеріали, необхідні для здійснення його діяльності (зразки, креслення, каталоги);
- повідомити умови угоди;
- вчасно сповістити агента, якщо не може прийняти замовлення, передане агентом.

Принципал має право:

- змінювати ціни;
- контролювати ціни угод, що агент уклав від його імені. Це важливо в умовах зміни валютних курсів, підвищення митних платежів, введення квот у країні імпортера;
- реєструвати торгові марки товарів, що реалізуються через агента.

Брокерські операції – встановлення через професійного посередника, іменованого брокером в англо-американському праві, маклером – у німецькому, куртьє – у французькому, контакту між продавцем і покупцем, що сприяє укладанню угоди між зацікавленими клієнтами.

Брокери допомагають збуту і придбанню великих партій товарів (як правило біржових і аукціонних товарів), але самі стороною договору ні як продавця, ні як покупця не виступають. Їх завдання – знайти покупця для продавця і продавця для покупця і сприяти підписанню контракту між ними. Отже, брокер не є представником, він не перебуває в договірних відносинах ні з покупцем, ні з продавцем і діє на основі окремих доручень.

Схематично роботу брокера можна описати в такий спосіб: експортер із країни А звертається до брокера країни В з проханням підшукати покупця в будь-якій країні на даний товар. Брокер звертається до імпортера країни С з пропозицією купити даний товар у експортера. При згоді сторін брокер зводить контрагентів, які підписують контракт. Експортер поставляє в країну С свій товар.

До функцій брокера відносяться:

- надання замовнику комерційної інформації про стан ринку;
- пошук контрагента та ведення з ним переговорів;
- підготовка проекту контракту та направлення кожній стороні підписаних відповідним чином примірників контракту;

- доставка сторонам іншої документації щодо здійснення угоди;
- контроль за виконанням контракту та пред'явленням рекламацій;
- надання гарантії платоспроможності покупця;
- підбір партії товару певного асортименту.

Брокер не має права представляти інтереси іншої сторони в угоді, а також приймати від іншої сторони винагороди, за винятком випадків, коли на це мається згода клієнта. У ряді випадків як посередники виступають два брокери: від покупця і від продавця.

За посередницьку діяльність брокер одержує винагороду (брокеридж) і, як правило, від тієї сторони, що до нього звернулася першою. Його розмір при товарних операціях встановлюється в межах від 0,25% до 2-3%.

При разовому звертанні до брокера угода з ним не підписується. Якщо відносини носять довгостроковий характер, то вони оформляються договором.

9.2.3 Торговельно-посередницькі фірми

При організації збуту через торговельно-посередницьку ланку експортер вирішує проблему підбору фірми-посередника. Правильний вибір посередника багато в чому визначає ступінь ефективності угоди. При виборі посередника аналізується ступінь солідності фірми, розглядається наскільки сумлінно вона відноситься до своїх обов'язків, її діловий авторитет, можливість технічного обслуговування, професійний рівень інженерно-технічного обслуговування, наявність матеріально-технічної бази.

Вибір фірми-посередника визначається і тим, наскільки великим є коло клієнтів, що обслуговується нею, оскільки експортер воліє звернутися до посередника, у якого він є єдиним принципалом із продажу даного товару.

До торгово-посередницьких фірм відносяться фірми, що в юридичному і господарському відношенні незалежні від виробника і споживача товарів. Вони діють з метою отримання прибутку. Прибуток можна отримувати двома способами:

- як різниця між цінами закупівлі товарів у експортера і цінами, за якими ці товари продаються покупцям;
- у вигляді винагороди за надані послуги по просуванню товарів на зовнішні ринки.

Основним видом діяльності торгово-посередницьких фірм є комерційна діяльність. Однак найбільші з них в окремих випадках здійснюють і виробничу діяльність (обробка закуповуваних і реалізованих товарів), транспортування вантажів, страхування. Ці функції допомагають здійсненню торгової діяльності.

Торгово-посередницькі фірми залежно від характеру здійснюваних операцій поділяються на торгові, комісійні, агентські, брокерські.

Торгові фірми здійснюють операції з перепродажу за свій рахунок і від свого імені. Вони працюють в основному з постійними постачальниками,

відносини з якими будуються на довгостроковій основі. За характером здійснюваних операцій розрізняють торгові доми, експортні, імпортні, оптові, роздрібні фірми, дистриб'ютори, стокісти.

Торгові доми, як правило, являють собою транснаціональні корпорації конгломератного типу, які поряд із зовнішньоторговельною компанією включають виробничі, банківські, страхові, транспортні, роздрібні й інші фірми. Торговий дім не обмежує свою діяльність рамками якої-небудь однієї товарної групи. Він здійснює за свій рахунок експортно-імпортні товарообмінні й інші зовнішньоторговельні операції за широкою номенклатурою товарів і послуг і реалізує цілий комплекс угод, взаємозалежних за ефективністю, зацікавленістю партнерів, за взаємними розрахунками з одночасним використанням різних форм зовнішньоекономічних зв'язків.

Торгові доми виконують такі функції:

- закуповують товари у виробників чи оптовиків своєї країни і перепродують їх за кордоном;
- купують іноземні товари за кордоном і перепродують їх місцевим оптовикам чи роздрібним торговцям, промисловим споживачам;
- виконують окремі комісійні доручення;
- надають послуги в сфері страхування, ремонту і технічного обслуговування, складування, інжиніринга, фінансів;
- вкладають кошти у виробництво, купують у повну власність підприємства, передають устаткування в оренду (лізинг), надають кредити;
- здійснюють інвестиційне співробітництво з іноземними партнерами у будівництві об'єктів.

Експортні фірми являють собою торгові підприємства, що закуповують за свій рахунок товари на внутрішньому ринку, а потім перепродують їх від свого імені за кордоном. Вони іноді виконують комісійні доручення, виступаючи при цьому комісіонерами закордонних фірм.

Експортні фірми залежно від виконуваних функцій і номенклатури товарів підрозділяються на:

- спеціалізовані, які торгують яким-небудь одним товаром або товарами подібними за номенклатурою. При цьому на угоди по якій-небудь одній групі товарів має припадати понад 50% продажів. Товарами збуту переважно є товари легкої і лісопаперової промисловості;
- універсальні, які торгують різноманітним асортиментом масових споживчих товарів і вивозять продукцію декількох галузей. Ці фірми закуповують товари багатьох підприємств, що знаходяться в різних районах, і продають їх у кілька країн. Угоди укладаються з наявними у них зразками товарів;
- фірми, що експортують сільськогосподарську продукцію (зерно, бавовну, вовну, чай, каучук, каву, шовк і т.п.). Ці фірми працюють на ринках (найчастіше країн, що розвиваються), де споживачі і виробники, внаслідок їх розосередженості і чисельності, не мають можливості організувати власну мережу каналів збуту. Вони вдаються до послуг посередників-заготівників,

які зв'язують їх з безпосередніми виробниками (фермерами). Посередники-заготівники контролюють значну товаро-заготівельну мережу: від скупників, що здобувають товари безпосередньо в окремих виробників на місцевих базах, до торговців-пакувальників, що перепродують їх експортним фірмам.

Імпортні фірми, являють собою торгові підприємства, що закуповують за свій рахунок за кордоном товари, а потім продають їх на внутрішньому ринку промисловим, оптовим і роздрібним торговцям. Ці фірми мають на складах товарні запаси і за вимогою здійснюють негайне постачання на внутрішній ринок.

Найбільшу частину імпортних фірм у промислово розвинутих країнах посідають фірми, що спеціалізуються на закупівлі і реалізації обмеженого числа однотипних сировинних і продовольчих товарів (чай, кава, тютюн, цукор, прянощі, текстильна сировина). Їх функціями є не тільки імпорт, але й сортування, складання асортименту, розфасовка, упакування. Закупівля товарів імпортними фірмами безпосередньо в іноземних експортерів здійснюється через: товарні біржі; аукціони; постійні закупівельні контори, що відкриваються імпортними фірмами за кордоном.

Зростає значення імпортних фірм у торгівлі машинами й устаткуванням, оскільки вони беруть на себе післяпродажне технічне обслуговування. Багато імпортних фірм мають у своєму розпорядженні широку мережу дилерів, що безпосередньо реалізують машини й устаткування споживачам і здійснюють післяпродажне обслуговування.

Оптові фірми – це підприємства, що виступають як посередники між промисловими або заготівельними підприємствами і роздрібними торговими фірмами. Вони закуповують за свій рахунок товари за кордоном великими партіями і реалізують їх на місцевому ринку окремим споживачам більш дрібними партіями, одержуючи прибуток за рахунок різниці в ціні.

Роздрібні фірми – це підприємства, що зазвичай самостійно виконують експортно-імпортні операції. Свою діяльність вони реалізують через створення власних закордонних філій у вигляді магазинів роздрібної торгівлі, а також через організацію представництв і агентств із закупівлі товарів у дрібних місцевих виробників. Великі роздрібні фірми мають у своєму розпорядженні широку мережу своїх філій, дочірніх компаній і закупівельних контор за кордоном.

Розрізняють також посилкові роздрібні фірми, що приймають замовлення від іноземців і громадян, що проживають за межами своєї країни.

Дистриб’ютори – це фірми, що зазвичай знаходяться в країні імпортера і здійснюють в основному імпортні операції із купівлі-продажу товарів від свого імені і за свій рахунок на основі угоди про надання їм права на продаж.

Стокісти – це фірми в країні імпортера, що здійснюють операції з експорту й імпорту на основі спеціального договору про консигнаційний склад. Цей договір слугує доповненням до основного договору про надання права на продаж, агентському договору, договору комісії. Стокісти мають у своєму розпорядженні власні склади, купують і продають товари за свій рахунок і від свого імені, їх функція іноді є однією з додаткових функцій оптової фірми.

Діяльність **комісійних фірм** пов'язана з комісійними посередницькими операціями. Вони виконують разові доручення комітентів від свого імені, але за рахунок комітентів. Залежно від виду здійснюваних операцій і характеру взаємин з комітентом розрізняють експортні й імпортні комісійні фірми.

Комісійні експортні фірми виступають представниками продавця або покупця.

Комісійна фірма – представник продавця виконує доручення вітчизняного виробника-експортера з продажу його товарів на закордонному ринку. В її обов'язки входить своєчасне постачання товару покупцю, фінансування і документальне оформлення угоди, виконання всіх формальностей у країні покупця, здійснення гарантійного технічного обслуговування (за узгодженням сторін), організація збереження товарів у своїй країні чи за кордоном (за дорученням комітента). Комісійну винагороду фірма одержує від виробника-експортера.

Комісійна фірма – представник покупця виконує доручення іноземного покупця по закупівлі товарів на ринку своєї країни і розміщає замовлення іноземних імпортерів у виробника своєї країни. В обов'язки фірми входить також транспортування і страхування вантажів, підписання контракту і здійснення розрахунків від імені покупця. Комісійну винагороду фірма одержує від покупця.

Серед комісійних фірм-представників покупця найбільш важливе місце посідають конфірмаційні доми. Їх характерною рисою є прийняття на себе ризику по кредитах, які від імені виробника-експортера вони надають покупцям, крім того ці фірми здійснюють фрахтування, страхування і кредитування імпортера, коли він цього вимагає, здійснюючи платіж готівкою за поставлені експортером товари.

Комісійні імпортні фірми є представниками покупців своєї країни і розміщують замовлення в іноземних виробників від свого імені за рахунок вітчизняних комітентів. Вони також надають комітентам різні послуги, наприклад, складають інформаційні огляди кон'юнктури товарних ринків, стежать за відвантаженням товарів, підтримують контакт із постачальниками, для чого мають за кордоном своїх представників, можуть одержувати від іноземних виробників товари на консигнацію.

Агентські фірми виконують агентські операції і виступають від імені і за рахунок принципала. Вони можуть самі укладати угоди від його імені і за його рахунок чи тільки бути посередником при укладанні угод. Характерними рисами агентських фірм є довгострокове представництво, тісний контакт із принципалом і юридично повна незалежність від нього. Більшість агентських фірм мають західноєвропейське походження. Їх філії спеціалізуються на імпорті-експорті готових виробів і послуг незалежних постачальників. Найбільшу активність ці фірми проявляють на ринках з обмеженою місткістю. Агентські фірми мають стабільні позиції в західноєвропейському експорті товарів і послуг у країнах, що розвиваються. Їх частка в цих операціях становить 10-20%.

Залежно від місцезнаходження, агентські фірми класифікуються на:

а) агентів у країні принципала, до яких відносяться:

- експортний агент – торгова фірма, що виступає за дорученням одного або невеликого числа промислових фірм своєї країни на основі агентського договору, що укладається між ними. Така фірма одержує від промислових фірм зразки, каталоги, прейскуранти і на їх основі шукає покупців. Великі фірми для одержання імпортних замовлень використовують свої закордонні відділення і збутові агентства. Транспортні витрати агентської фірми відшкодовуються промисловим підприємством;
- імпортний агент – торговельна фірма, що знаходиться в країні принципала і здійснює імпортні операції за його рахунок. Ці фірми можуть здійснювати додаткові послуги по збереженню товарів іноземних постачальників на наявних у них складах в очікуванні надходження замовлень, а також по рекламі для просування товарів на ринок;

б) агентів в іноземній державі, до яких відносяться:

- закордонний збутовий агент – фірма, якій надане право компанією іншої країни діяти від її імені і за її рахунок на визначеній території в іноземній державі за встановленою номенклатурою товарів. Ці фірми організовують збут товарів принципала на ринку, здійснюють технічне обслуговування машин і устаткування, створюють склади запасних частин, демонстраційні майданчики для показу устаткування, організовують рекламу. Для великих фірм характерна наявність розгалуженої мережі власних відділень, філій і контор на території своєї країни;
- іноземна закупівельна агентська фірма, що виконує операції по закупівлі товарів за кордоном для своїх принципалів. Її послугами користуються імпортери, що не мають за кордоном власних філій і не посилають туди своїх представників.

Брокерські фірми виконують брокерські операції. Це посередницькі фірми, що зводять контрагентів міжнародної торговельної угоди. За законодавством ряду країн, брокери не можуть виступати покупцями чи продавцями товарів, які їм доручено продати чи купити. Фахівців брокерських фірм характеризує високий професіоналізм, гарне знання товару, цін на біржові товари, стан ринку, достатня поінформованість про запити покупців і можливості постачальників. Ці фірми підтримують міцні зв'язки з банками, що дозволяє їм іноді фінансувати угоди і видавати поручительства за кредитоспроможність покупців (делькредере).

Глава 10. Організовані товарні ринки

Організовані товарні ринки – це спеціально створені ринки певних товарів, які функціонують за встановленими правилами, що зафіксовані в міжнародних та національних нормативних актах, і на яких у заздалегідь визначений час здійснюються міжнародні торгові угоди між продавцями та покупцями товару, формуючи пропозицію й попит на нього.

Торгівля через такі ринки є непрямим методом проведення торговельних операцій. До організованих ринків відносяться міжнародні товарні біржі, міжнародні товарні аукціони, міжнародні торги, міжнародні виставки та ярмарки. Вони виступають посередниками між експортерами (виробниками, національними торговельно-посередницькими фірмами) та імпортерами (кінцевими споживачами, іноземними торговельно-посередницькими фірмами).

10.1. Міжнародні товарні біржі

10.1.1 Сутність міжнародної біржової торгівлі

Міжнародні товарні біржі – це постійно діючі оптові ринки, на яких відбуваються угоди купівлі-продажу, по-перше, на масові сировинні і продовольчі якісно однорідні і взаємозамінні товари (товари в матеріально-речовинній формі) і по-друге, на «невловимі»товари (фінансові інструменти чи контракти фінансового типу).

Внаслідок прискореного зростання біржової торгівлі фінансовими інструментами (товарні ф`ючерси, банківські відсоткові ставки, фондові індекси акцій, контракти на фрахтування, на державні цінні папери), експерти ЮНКТАД уточнили зміст поняття «міжнародна товарна біржа»: «Сучасна товарна біржа – це фінансовий ринок, на якому різні групи його учасників (хеджери і спекулянти) торгують контрактами, прив'язаними до цін на сировину чи на так звані «нетоварні цінності» з метою запобігання цінового ризику і передачі його іншим учасникам ринку або, навпаки, прийняття цього ризику на себе в розрахунку дістати прибуток».

У розвинутих країнах і країнах, що розвиваються, нараховується близько 50 міжнародних товарних бірж із загальним оборотом понад 10 трлн дол., що складає близько 25 % від їхнього валового національного продукту [23, с.353]. На них реалізується продукція майже 160 найменувань. У міжнародному біржовому обороті товари в матеріально-речовинній формі представлені двома групами, що займають у ньому приблизно однакову питому вагу: I група – «сільськогосподарські і лісові товари» і II група – «промислова сировина і напівфабрикати».

Структура біржових товарів I і II груп (у відсотках до загального біржового товарообігу відповідної групи) характеризується такими даними:

I група: олійні товари -38%; зернові товари – 22 %; продукція тваринництва – 18 %; продовольчі товари і текстиль – 20 %; лісові товари – 1,3 %; натуральний каучук – 1 %;

II група: паливні товари – 50 %; дорогоцінні метали – 30 %; кольорові метали – 20 %;

Основну частину міжнародного біржового обороту складають ф'ючерсні угоди («невловимі товари»), за якими не передбачається постачання реального товару. Обсяг біржового обороту за цими угодами складає 1,5 трлн дол. на рік (60-70 % світового обороту). У світі нараховується 110 ф'ючерсних ринків по сільськогосподарських товарах і 40- по промисловій сировині і напівфабрикатам [23, с. 353].

Біржова торгівля характеризується такими особливостями:

- товар на біржі зазвичай відсутній;
- товар не повинен швидко псуватися і повинен бути представлений масово;
- на біржі продається і купується не визначена партія товару, а біржові контракти, що містять встановлену біржею кількість товару визначеного сорту, типу, марки, терміну постачання;
- угоди укладаються на основі типових біржових контрактів;
- покупець одержує не товар, а варант (складське свідчення), що засвідчує здачу товару продавцем на біржовий склад. Варант підтверджує право власності на товар і, пред'явивши його, покупець може одержати товар з біржового складу;
- товар повинен бути придатний для стандартизації, тобто для створення класифікаційного стандарту, на основі якого укладаються угоди без наявності товару;
- торгівля фінансовими інструментами перетворює біржу у сферу застосування капіталу, тобто у фінансовий інститут;
- торги проводяться на постійній і регулярній основі;
- біржа виступає посередником і тому не має право укладати контракт від свого імені;
- на основі біржових котирувань встановлюються ціни в позабіржовій торгівлі;
- немає прямого впливу держави на процес торгів.

Основними цілями діяльності міжнародних товарних бірж є:

- досягнення високої концентрації попиту та пропозиції в одному місці, що дозволяє визначити реальну збалансованість товарних ринків, направити ресурси на забезпечення суспільства необхідними товарами, обмежити випуск товарів, пропозиція яких перевищує попит;
- регулювання оптового товарообігу на основі ринкових законів;
- здійснення кваліфікованого посередництва між покупцями і продавцями;
- формування світових ринкових цін;
- встановлення стандартів на біржові товари, розробка типових контрактів, фіксація торговельних порядків;
- з'єднання продавців і покупців;
- створення умов для боротьби з монополістичними тенденціями шляхом залучення до біржової торгівлі великої кількості продавців і покупців, забезпечення в процесі торгів гласності і конкуренції;
- створення передумов для мінімізації комерційного і фінансового ризиків (біржа гарантує виконання угод, використовує механізм страхування цінового ризику);

- надання учасникам біржового і позабіржового ринку інформації про стан попиту та пропозиції на товар, цін, рівні конкуренції

Існує декілька напрямів сучасного розвитку біржової торгівлі.

1. Перехід на електронну біржову торгівлю.

2. Розвиток міжбанківських зв'язків, перехід бірж на передові технології ведення біржової торгівлі, створює передумови для їх злиття і функціонування за уніфікованими правилами.

3. Зміни співвідношення між угодами на реальний товар і ф'ючерсними угодами на користь останніх.

4. Збільшення спекулятивних угод на ф'ючерсних біржах, на які припадає понад 95 % всіх біржових угод. Це створило сприятливі умови для відмивання незаконно отриманих доходів.

5. Розвиток опціонної торгівлі, безпосередньо пов'язаний з ф'ючерсною торгівлею. Із загального сумарного обороту світового ф'ючерсного ринку, приблизно $^1/_3$ припадає на опціони.

6. Підвищення ролі міжнародних товарних бірж у встановленні та регулюванні цін на світових товарних ринках. На базі біржових котирувань провідних фірм здійснюється торгівля зерновими, кавою, какао-бобами, натуральним каучуком [23, с.355].

У світі функціонує велика кількість різноманітних видів товарних бірж, котрі можна класифікувати за тими чи іншими ознаками.

За роллю у світовій торгівлі біржі поділяються на міжнародні і національні.

Відмітними рисами діяльності міжнародних товарних бірж є те, що вони:

- обслуговують конкретні товарні ринки;
- біржові операції на них здійснюють представники різних країн;
- забезпечують вільний переказ прибутків, одержаних внаслідок біржових операцій;
- проводять арбітражні операції, тобто спекулятивні угоди з метою одержання прибутку на різниці цін на біржах різних країн.

Міжнародний характер бірж забезпечується відповідними валютним, торговельним і податковим режимами країн, де вони знаходяться.

До міжнародних, наприклад, відносяться всі біржі, розташовані в Чікаго і Нью-Йорку, Лондонська біржа металів, Лондонська ф'ючерсна й опціонна біржа.

Міжнародними вважаються також біржі, що обслуговують регіональні ринки. Діапазон їхньої дії охоплює територію двох чи більше територіально пов'язаних країн (Лондонська, Паризька, Сіднейська та інші біржі).

Національні біржі проводять операції купівлі-продажу товарів у межах однієї країни.

За номенклатурою реалізованих товарів розрізняють універсальні і спеціалізовані біржі.

На універсальних біржах угоди укладають за широким асортиментом різноманітних товарів.

Спеціалізовані біржі бувають широкого профілю, де предметом угод є однотипні групи товарів (наприклад, Нью-Йоркська біржа кави, цукру, какао,

зернова біржа в Міннеаполісі), і вузькоспеціалізовані, де предметом торгів є один вид товару (наприклад, біржі цукру, каучуку, вовни, зернобобових).

За ступенем відкритості розрізняють відкриті біржі (у біржових операціях беруть участь як члени біржі, так і відвідувачі торгів) і закриті біржі (у біржових операціях беруть участь тільки члени біржі).

За ознакою **організаційно-правових форм діяльності** товарні біржі створюються у вигляді акціонерних товариств відкритого типу; закритого типу, товариств із колективною відповідальністю та ін.

До найбільших світових товарних бірж відносяться біржі, представлені в таблиці 10.1.

Таблиця 10.1

Перелік найбільших товарних бірж

Країна	Назва біржі	Основні предмети обороту
США	Чіказька торговельна біржа (створена в 1848 р.)	Зернові, олійні, бройлери, фанера, дорогоцінні метали, казначейські білети й облігації США; муніципальні облігації, індекси акцій і облігацій.
	Чіказька товарна біржа (створена в 1919 р.)	Велика рогата худоба, свині, пиломатеріали, казначейські папери США, валюта, індекси акцій.
	Нью-Йоркська торговельна біржа (створена в 1872 р.)	Мідь, сира нафта, дизельне паливо, бензин, газ пропан, платина, палладій.
	Чіказька біржа рису та бавовни	Рис та бавовна
	Торгова палата Канзас-Сіті	Зернові культури та цінні папери
	Зернова біржа Міннеаполісу	Пшениця та інші зернові культури
	Новоорлеанська товарна біржа	Рис, бавовна, соя
	Біржа кофе, цукру, какао	Кофе, цукор, какао, вершкове масло, сир, молоко.
	Нью-Йоркська біржа бавовни та цитрусових (з 1996 р. об’єдналась з Нью-Йоркською ф’ючерсною біржею)	Бавовна, концентрат апельсинового соку, картопля, газ пропан, операції з індексом долара та казначейськими білетами США
	Північноамериканська біржа (підрозділ Чіказької торгової біржі)	Зернові, олійні, велика рогата худоба, свині, дорогоцінні метали, казначейські білети США, валюта.
Велика Британія	Лондонська міжнародна фінансова і ф’ючерсна біржі (ЛІФФЕ) (створена в 1982 р.)	Фінансові інструменти: товарні ф`ючерси на каву, цукор, какао, цінні папери з фіксованим доходом, казначейські векселі, акції.
	Лондонська біржа металів (створена в 1877 р.)	Промислові метали (мідь, алюміній, цинк, свинець, нікель, срібло та ін.)
	Міжнародна нафтова біржа (створена в 1980 р.)	Бензин, північноморська нафта «Брент», газойль, дизельне паливо, мазут
	Лондонська товарна біржа	Сільськогосподарська продукція: кава, какао, цукор, каучук, картопля, олійні, рослинні масла, соєва мука та ін.
	Балтійська ф’ючерсна біржа	Картопля, пшениця, ячмінь, велика рогата худоба, свинина, соєвий шрот.

Японія	Токійська промислова товарна біржа	Золото, срібло, платина, каучук, бавовна та вовняна пряжа
	Токійська міжнародна біржа фінансових ф`юферсів	Фінансові інструменти
Австралія	Сіднейська ф'ючерсна біржа	Вовна, худоба, золото, срібло, цінні папери.
Бразилія	Бразильська ф'ючерсна біржа (створена в 1986р.)	Кава, худоба, боби сої, золото.
Німеччина	Європейська біржа – EUREX (створена в 1997 р.)	Торгівля опціонами на базі Німецького індексу акцій (ДАХ)
Канада	Винніпеська товарна біржа	Пшениця, ячмінь, овес, жито, насіння льону, золото.
Малайзія	Товарна біржа Куала-Лумпура	Олово, каучук, пальмова олія
Нідерланди	Європейська опціонна біржа	Золото, срібло та ін.
Франція	Французька міжнародна ф'ючерсна біржа (створена в 1986 р.)	Фінансові інструменти, ф'ючерсні операції з кави, какао, цукру, біржові індекси.
Швеція	Шведська опціонна та ф'ючерсна біржа	Фінансові інструменти

Найбільш значущими центрами біржової торгівлі є США, Велика Британія, Японія (98% міжнародного біржового обігу).

10.1.2. Види та порядок проведення біржових операцій

Біржові операції бувають двох основних видів: угоди на реальний товар і ф'ючерсні (термінові) угоди.

Реальні угоди укладають з метою передачі прав власності на товар від продавця покупцеві за визначений грошовий еквівалент. Угоди завершуються фактичним постачанням товару. Залежно від терміну постачання розрізняють угоди з негайним постачанням і угоди з постачанням у майбутньому.

Угоди з негайним постачанням (наявні угоди) відбуваються на основі спотових контрактів і тому їх називають також угодами «спот». Вони являють собою двосторонні угоди з негайним постачанням обговореного наявного товару.

Угоди на товар з постачанням у майбутньому називаються форвардними угодами. Ці угоди здійснюються на основі форвардних контрактів, що являють собою двосторонню угоду про постачання певної кількості товарів, погодженої якості і ціни, зафіксованої в момент укладання контракту, у встановленому місці в застережений термін. До угод з наступним постачанням відносяться:

- угоди на прибуття товару, завантаженого перед їх укладанням і відправленого у встановлений пункт;
- угоди на навантаження товару, котрий повинен бути завантажений продавцем у пункті відправлення в застережений термін;
- угоди на постачання товару, який повинен бути доставлений продавцем до місця призначення у встановлений термін.

Терміни реалізації форвардних угод різні: від трьох до 24 місяців.

Ціни угод на товар з постачанням у майбутньому відрізняються від цін на реальні угоди. Це пов'язано з можливими відхиленнями цін дня реалізації від цін дня укладання угоди. У випадку перевищення ціни товару, за форвардними угодами над цінами «спот» (пропозиція товару вище попиту на нього) різниця називається котанго. Вона складається із суми витрат на збереження, страхування і виплати банківського відсотка. Якщо ціна за форвардними угодами нижче ціни «спот» (пропозиція товару нижче попиту на нього, товару з негайним постачанням не вистачає), то різниця називається беквардейшн.

Продавці укладають форвардні угоди, щоб забезпечити в майбутньому регулярний збут товару в міру виробництва, а покупці - для безперебійної роботи своїх підприємств.

Ф'ючерсні угоди – це угоди, що не передбачають зобов'язання поставити реальний товар, а припускають купівлю-продаж прав на товар. При їх укладанні продавець розраховує на зниження ціни товару в майбутньому, а покупець – на її підвищення. Хто правильно вгадає реальну ціну товару через певний строк, контракт на купівлю-продаж якого вже підписаний, той і виграє. Наприклад, продавець товару Х розраховує, що ціни будуть знижуватися й продає 6-місячні ф'ючерсні контракти на товар Х за ціною 5000 дол. за контракт. Якщо через 6 місяців ціни на товар знизяться до 4500 дол. то продавець має змогу купити реальний товар за ціною 4500 дол. за контракт і поставити його покупцю за попередньою ціною 5000 дол. Ні покупець, ні продавець не мають на увазі реальний товар, і тому їх відносини регулюються шляхом виплати різниці, яку в будь-який момент виплачує розрахункова плата. Отже, наслідком ф'ючерсних угод є не одержання реального товару, а одержання або сплата різниці між вартістю контракту в день укладання і вартістю в день виконання. Вартість контракту змінюється внаслідок зміни ціни на товар.

Ф'ючерсні угоди припускають виконання таких умов:

- форми ф'ючерсних контрактів стандартизовані, тобто уніфіковані такі реквізити: вид товару, кількість, базисна якість і розмір доплат за відхилення від нього, умови і терміни постачання форма оплати, відповідальність сторін у випадку невиконання зобов'язань, встановлених контрактом, порядок розгляду спорів, що виникають під час укладання і виконання контракту;
- кожен контракт містить установлене правилами біржі кількість товару, яка названа одиницею контракту (наприклад, кави – 10 т, какао-бобів – 5 т, міді – 25 т, цукру – 60 т);
- ф'ючерсні угоди укладаються не на кількість товарів, а на кількість контрактів. Кількість товару визначається числом укладених контрактів;
- угоди укладаються тільки на один стандартний вид товару, встановлений біржею. Він називається базисним сортом, крім якого біржа може встановити ще кілька сортів, що замінюють його. Розрахунок у цьому випадку здійснюється на основі котирування базисного сорту з використанням знижок для товару більш низького сорту і надбавок для товару більш високої якості;

- покупці і продавці погоджують тільки два параметри контракту - ціну і термін постачання;
- сторони контракту вносять грошовий депозит і підтримують необхідний розмір депозиту до дати виконання контракту, чим гарантується його виконання.

Виконання контракту здійснюється через розрахунково-клірингову палату.

Отже, біржові угоди проводяться з метою купівлі-продажу реального товару, здійснення спекулятивних операцій, а також здійснення страхування від можливої зміни цін (хеджування).

Угоди з купівлі-продажу реального товару здійснюються: виробниками – для реалізації вироблених ними товарів; споживачами – щоб забезпечити себе необхідною продукцією, як правило, сировиною для переробки; торговцями – для подальшого перепродажу.

Спекулятивні операції здійснюються з метою одержання прибутку за рахунок різниці цін купівлі та продажу біржових контрактів. Контракти купуються для перепродажу в подальшому за більш високою ціною і продаються в розрахунку на наступне зниження цін. Спекулятивні операції проводяться як з реальним товаром, так і з ф'ючерсними контрактами.

Для хеджування використовують ф'ючерсні угоди. Операції хеджування дозволяють уникнути можливих втрат у випадку зміни ринкових цін при укладанні угод на реальний товар. Суть хеджування полягає в тому, що продавець реального товару, з постачанням у майбутньому, бажаючи використовувати рівень цін, що існує на момент укладання угоди, одночасно здійснює операцію хеджування, тобто продає ф’ючерсні контракти на той самий термін і на ту саму кількість товару. Покупець реального товару з постачанням у майбутньому одночасно купує на біржі ф’ючерсні контракти. Після постачання продавцем реального товару здійснюється їх викуп. Після приймання товару покупцем одночасно здійснюється продаж ф’ючерсних контрактів. Страхування ґрунтується на тому, що якщо одна сторона несе втрати як продавець реального товару, то вона виграє як покупець ф’ючерсів на ту саму кількість товару, і навпаки, покупець реального товару компенсує витрати від несприятливої зміни цін, здійснюючи хеджування продажем ф’ючерсів на біржі.

До основних учасників біржової торгівлі відносяться: торговельні фірми, що укладають угоди від свого імені і за свій рахунок; промислові фірми, що реалізують продукцію своїх підприємств; переробні фірми, що є споживачами продукції, закуповуваної на біржі; брокери, - особи, що укладають угоду за дорученням клієнтів; ділери – особи, що укладають угоди від свого імені; брокери - ділери , які укладають угоду від свого імені і за дорученням клієнтів.

Під особами розуміються юридичні (організації) чи фізичні особи. На деяких біржах, наприклад, на Чікагській товарній біржі, учасниками біржової торгівлі можуть бути тільки брокерські контори, що є власністю визначеної особи (тобто некорпоративні учасники). На інших, наприклад, німецькій ДТВ – тільки банки, що задовольняють певні вимоги щодо власного капіталу.

Біржові операції проводяться за певною схемою (рис. 10.1).

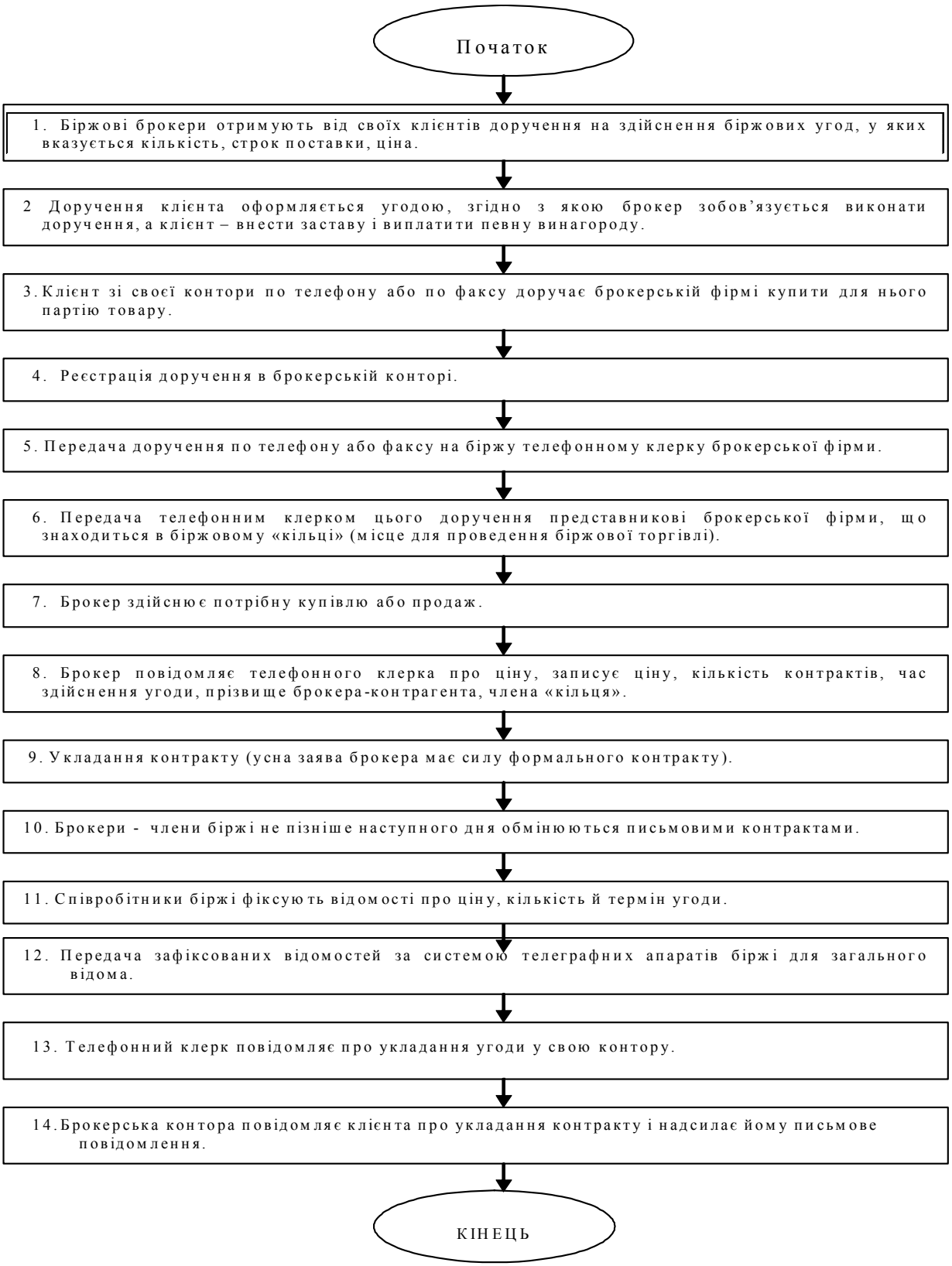


Рис. 10.1. Порядок проведення біржових операцій

10.2. Міжнародні товарні аукціони

Міжнародні товарні аукціони являють собою спеціально організовані, що періодично діють у визначених місцях, ринки. На них шляхом проведення публічних торгів у заздалегідь обумовлений час і в спеціально призначеному місці здійснюється продаж попередньо оглянутих покупцем товарів, які переходять у власність покупця, який запропонував найвищу ціну.

Відмітними рисами аукціонної торгівлі є:

- продаж масових і одиничних товарів із суворо визначеними індивідуальними властивостями, які не піддаються стандартизації;
- торгівля ведеться тільки наявним товаром;
- обов'язковий попередній огляд аукціонних товарів;
- добровільна форма торгівлі, що має публічний характер, тобто всі зацікавлені експортери й імпортери мають право брати участь у торговельних операціях.

Аукціони дають можливість створити відкриту конкуренцію, визначити ціну товару, швидко його реалізувати за вигідною для покупця ціною; дають змогу покупцеві самостійно перевірити якість товару; гарантують постачання товару, що вже знаходиться на складі аукціону.

На міжнародних товарних ринках аукціон є найважливішою формою реалізації таких товарів як хутро, з продажу якого упродовж року проводиться понад 150 аукціонів (через міжнародні аукціони США і Канади реалізується понад 70 % усього проданого цими країнами хутра, у Данії – 90 %, у Швеції і Норвегії – близько 95 %), чай (близько 70 % продаваного у світі реалізується через аукціони), немита вовна (90-95 % вовни, експортованої Австралією і Новою Зеландією), тютюн, предмети живопису, прикладного мистецтва, скульптури (близько 90 % усіх продажів), тропічні породи лісу, худоба і т.ін.

Основні центри аукціонної торгівлі наведені в табл. 10.2.

Таблиця 10.2

Перелік головних центрів аукціонної торгівлі окремими видами товарів

Вид товару	Центри міжнародної аукціонної торгівлі
1. Хутро і хутряна сировина: • в т.ч. норка	Нью-Йорк, Монреаль, Лондон, Копенгаген, Осло, Стокгольм, Санкт-Петербург
• каракуль	Лондон (південно-африканськ каракуль), Санкт-Петербург.
• лисиця, соболь, ондатра, білка, горностай, нерпа	Санкт-Петербург.
• блакитний песець	Копенгаген, Осло, Лондон
• кролик	Лондон
2. Немита вовна	Лондон, Ліверпуль, Кейптаун, Мельбурн, Сідней (Австралія), Веллінгтон (Нова Зеландія). У цих центрах реалізується 75-80 % світового продажу).
3. Чай	Калькутта і Кочин (чай з Індії); Лондон (з Індії, Індонезії, Шрі-Ланки); Коломбо (зі Шрі-Ланки); Гамбург; Антверпен; Найробі (Кенія) і Малаві (з Танзанії, Уганди, Конго, Маврикія, Родезії, Мазамбіку); Сінгапур.
4. Тютюн	Нью-Йорк, Амстердам, Бремен, Лусака (Замбія), Лімба (Малаві);
5. Квіти	Амстердам
6. Овочі і фрукти	Антверпен, Амстердам
7. Риба	США, порти західноєвропейських країн (крім Норвегії й Ісландії).
8. Коні	Довіль (Франція), Лондон, Москва.
9. Килими	Ташкент
10. Предмети мистецтва, антикваріат	США, Лондон

Товари на аукціонах продаються за аукціонними цінами. Це реальні ціни, що установлюються на аукціонах внаслідок співвідношення між попитом та пропозицією, причому головною особливістю їхнього формування є наявність у більшості випадків великої кількості покупців і одного або декількох продавців.

Міжнародні аукціони класифікуються за визначеними ознаками.

За часом проведення аукціони поділяються на регулярні та нерегулярні. Регулярні аукціони проводяться спеціальними аукціонними фірмами в тому самому місці, у визначений час (один чи кілька разів на рік). Нерегулярні аукціони проводяться, коли виникає необхідність продажу товару.

За формою організації торгівлі розрізняють відкриті та закриті аукціони. Аукціони відкритої форми організовуються, як правило, акціонерним товариством, що монополізує торгівлю визначеним видом товару і що диктує на нього закупівельні ціни. Покупці є безпосередніми учасниками аукціону. Аукціони закритої форми організовуються

спеціалізованими брокерськими фірмами, що займаються перепродажем товарів. Покупці і продавці безпосередньо не беруть у них участі.

За джерелом одержання прибутку аукціони бувають трьох типів.

Перший тип – аукціони, що одержують прибуток за рахунок різниці між ціною перепродажу (оптовим покупцем чи безпосереднім споживачем) і закупівельною ціною.

Другий тип – аукціони, що здійснюють перепродаж товарів незалежних виробників на умовах комісії. Розмір комісійних залежить від суми угоди і типу товару. Так, на американському аукціоні «СОТБІС» склалася така практика виплати комісійних: якщо сума угоди на коштовності коливається в межах 120 тис. – 1,2 млн швейцарських франків, то аукціон одержує 6 % від суми угоди плюс компенсацію витрат, а якщо більше, ніж 20 млн – то 2 % від суми угоди і компенсацію половини витрат. При продажу товарів живопису і раритетних меблів комісійні складають 12 %.

Третій тип – змішана модель діяльності аукціону, за якою фірма виконує одночасно операції з перепродажем і комісійні операції.

За ознакою функціональної спрямованості аукціони можуть бути торговими і торгово-виробничими. Аукціони, що є торговими фірмами, мають у своєму розпорядженні відповідні приміщення, устаткування, кваліфікований персонал. Аукціони, що є торгово-виробничими фірмами, мають також власне виробництво, що дозволяє завершити процес підготовки товару до продажу. Наприклад, вироблення скуплених у заготівельників хутряних шкурок.

За характером діяльності аукціони поділяються на спеціалізовані, брокерсько-комісійні, аукціонні фірми, що належать кооперативам, союзам товаровиробників.

Спеціалізовані фірми організовують аукціони і продаж на них аукціонних товарів, як за свій рахунок, так і на умовах комісії. Ці фірми беруть на себе виконання всіх функцій щодо підготовки і проведення аукціонів.

У ряді випадків вони видають продавцям позички під їх товари, передані фірмі для аукціонного продажу. Прикладом таких фірм можуть слугувати спеціалізовані пушно-хутрові фірми, що представляють собою торгові монополії і продають на аукціонах хутро, придбане, як правило, за свій рахунок. А на комісійних засадах вони продають хутро, що належить фірмам-виробникам.

Брокерсько-комісійні фірми організують аукціони і продаж на них товарів на комісійних засадах за дорученням своїх клієнтів. Фірма виступає одночасно представником продавця і покупця й одержує від тих і інших винагороди. Продавець і покупець не знають один одного, їм відомий тільки брокер.

Аукціонні фірми, що належать кооперативам або спілками товаровиробників, поширені в Скандинавських країнах, у кожній з яких є по одній фірмі, що займає монопольне положення в аукціонній торгівлі, наприклад, хутром своєї країни.

При проведенні аукціонів розрізняють чотири етапи, які представлені на рис. 10.2.

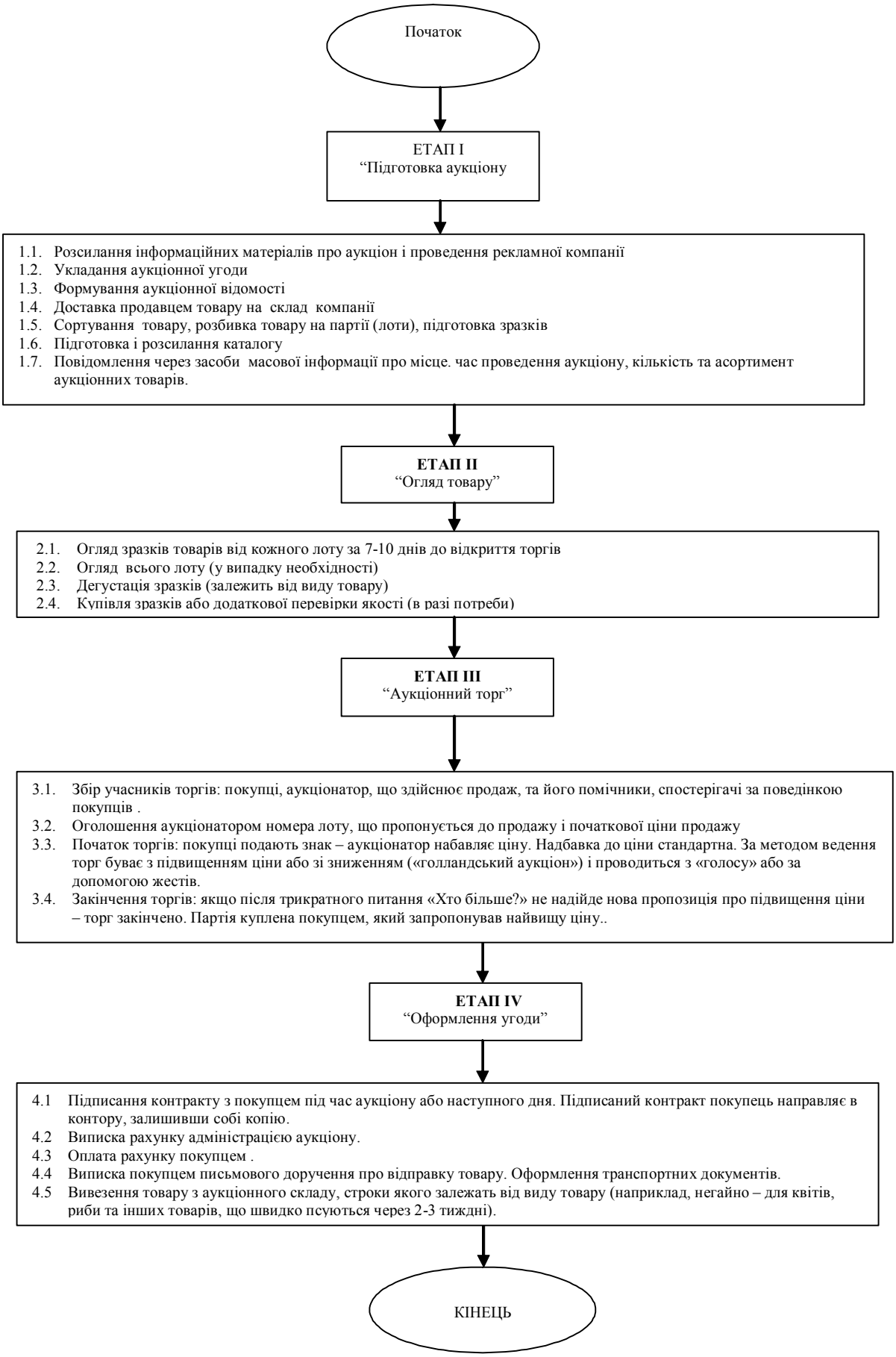


Рис. 10.2. Порядок проведення міжнародного аукціону

У сучасній міжнародній торгівлі роль аукціонів знизилася. Це пов'язано з динамічним розвитком прямих зв'язків між експортерами й імпортерами, розширенням товарних постачань рівномірної і гарантованої якості, збільшенням обсягів продажів товарів на основі окремих договорів, зниженням ефективності експорту через значні додаткові витрати, пов'язані з розвантаженням, збереженням, відправленням товару.

10.3. Міжнародні торги

Міжнародні торги (тендери) – це метод укладання договорів закупівлі-продажу чи підряду, за яким покупець (замовник) оголошує конкурс для продавців (постачальників) на товар (із заздалегідь визначеними характеристиками) і після порівняння отриманих пропозицій підписує контракт із продавцем (постачальником), що запропонував товар на найбільш вигідних для покупця (замовника) умовах.

Торги дозволяють зосередити в одному місці велику кількість постачальників, підрядчиків, забезпечуючи максимальну конкуренцію. Вони є найбільш розповсюдженим способом укладання угод на постачання машин і устаткування, виконання наукових, проектних і пошукових робіт, будівництво об'єктів «під ключ», надання державних кредитів, тощо.

Як метод закупівель тендери найчастіше використовуються країнами, що розвиваються. На їх частку припадає від 20 до 40 % усіх імпортованих товарів, завезених державними організаціями і близько 80 % загальної кількості проведених у світі торгів на машини й устаткування. Це пов'язано з тим, що в більшості країн, що розвиваються, немає досвіду укладання великих, міжнародних контрактів; чинне законодавство зобов'язує імпортерів закуповувати устаткування, вартість якого перевищує визначену суму, тільки через торги; відсутні необхідні технічні знання і кваліфікація для самостійного вирішення техніко-технологічних проблем.

Міжнародні торги організовуються переважно державними організаціями (міністерствами, закупівельними організаціями), муніципальними органами, іноді великими приватними фірмами, що забезпечує їм визначені вигоди: немає необхідності створювати власний зовнішньоторговельний апарат, займатися регулярною комерційною і маркетинговою діяльністю; мають можливість залучати до торгів великі фінансові фірми, оскільки за право участі в торгах необхідно вносити застави в сумі 1-3 % вартості передбачуваної угоди.

Міжнародні торги можна класифікувати на види залежно від тієї чи іншої ознаки.

Залежно **від способу проведення** розрізняють відкриті та закриті торги.

До участі у відкритих тендерах залучаються всі бажаючі національні й іноземні фірми й організації. Предметом торгів є стандартне й універсальне устаткування, невеликі за обсягом підрядні роботи.

На закриті тендери запрошується обмежений, попередньо погоджений склад великих фірм і організацій, що мають великий досвід і технічно добре оснащених (зазвичай 5-7 фірм). Предметом торгів є унікальне, складне, спеціальне устаткування, комплектні підприємства, складні підрядні роботи, що вимагають високої кваліфікації.

Залежно **від ступеня відкритості інформації** про пропозиції торгів, що надійшли від учасників, і оголошення умов, запропонованих переможцем, розрізняють гласні і негласні торги.

При проведенні гласних торгів у день їх закриття голова тендерного комітету розкриває пакети з пропозиціями фірм і повідомляє запропоновані учасниками ціни. Рішення тендерного комітету, інформація про обсяг замовлення і загальну суму контракту публікується в пресі.

Гласні торги характерні для відкритих тендерів.

При негласних торгах тендерні комітети не роблять публічного розкриття пропозицій, не повідомляють ні складу учасників, ні запропонованих ними умов.

Відомості про умови укладення угоди не публікуються. Негласні торги характерні для закритих тендерів.

Залежно **від юридичного статусу учасників** розрізняють:

- торги за участю тільки юридичних осіб, коли предметом торгів є нескладне, стандартне устаткування, виготовлене декількома фірмами в різних країнах, коли умови тендера, обсяги постачань і терміни контракту недостатньо привабливі;
- торги за участю консорціумів, коли мова йде про великі замовлення, що змушує фірми поєднуватися в тимчасові союзи. Комплекс передбачуваних угодою постачань і робіт розподіляється між членами консорціуму на основі критеріїв: досягнення більш високого рівня технічного розвитку; досягнення найбільш низьких витрат при виробництві тих чи інших видів товарів чи при виконанні робіт;
- змішані торги, тобто за участю юридичних осіб і консорціумів.

Щодо **предмету** торгів розрізняють тендери: на постачання товарів; на виконання підрядних робіт; комбіновані, тобто що включають як постачання необхідних товарів, так і виконання робіт.

За фінансовими умовами торги проводяться:

- з пропозицією ціни (фірми-учасниці самі пропонують ціни);
- зі знижкою (ціна фіксується в тендерній документації, а учасники намагаються її знизити);
- на кредитній основі (використовується кредит експортера, міжнародної організації, уряду);
- на компенсаційній основі (розрахунки за поставлений товар чи виконані роботи здійснюються на основі схем зустрічної торгівлі, у вигляді компенсацій).

При проведенні міжнародних торгів розрізняють чотири етапи (рис. 10.3).

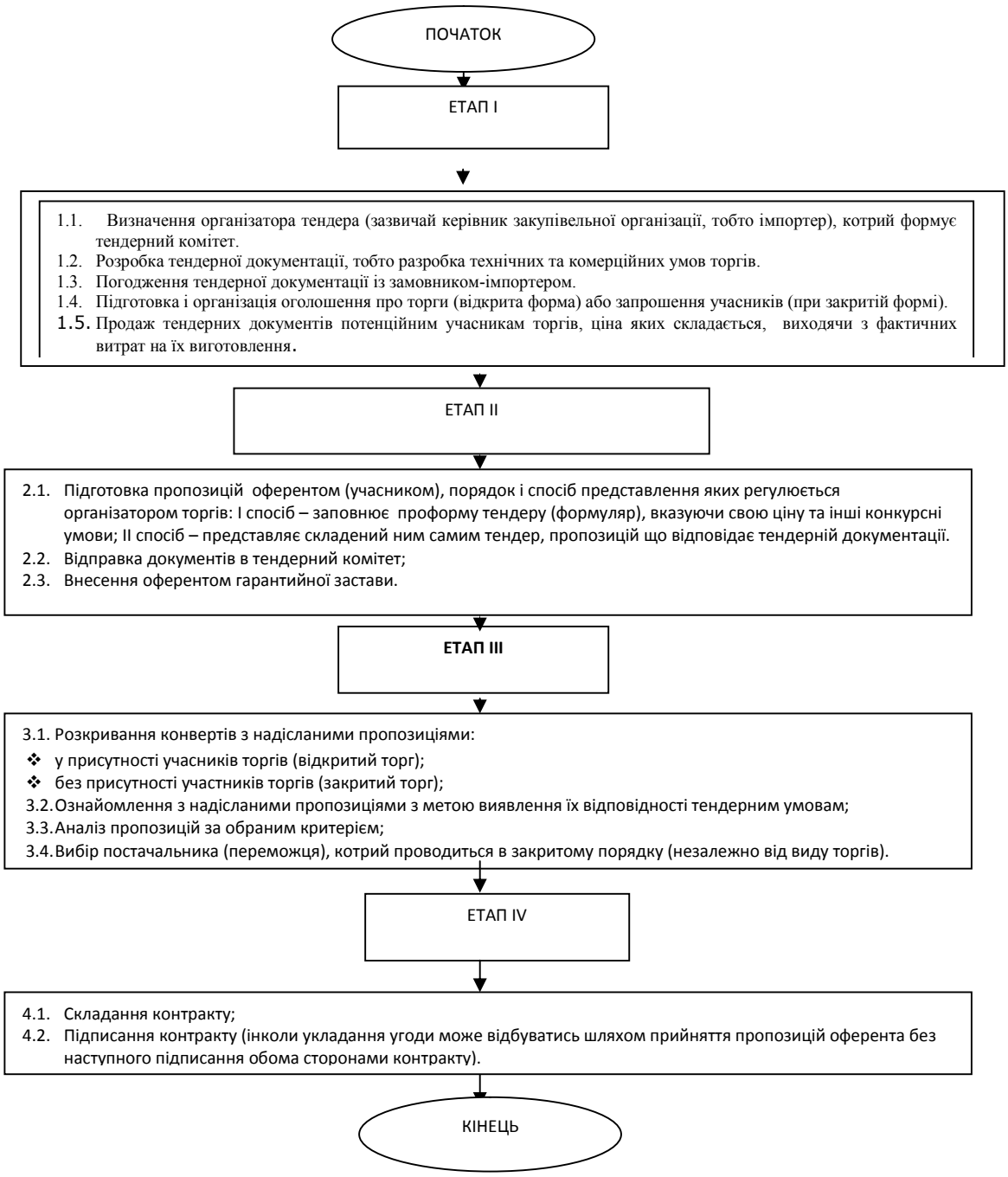


Рис. 10.3. Порядок проведення міжнародних торгів

Важливою стадією підготовки торгів є розробка тендерної документації, що включає:

- тендерні умови чи проформу тендера:

а) найменування і кількість товару, намічуваного до закупівлі;

б) усі основні технічні умови, техніко-економічні характеристики предмета торгів;

в) комерційні умови (терміни постачання, порядок встановлення ціни, умови платежу, інформація, пов'язана з наданням експортером кредиту, внесенням гарантійних застав та ін.);

г) умови арбітражу, штрафів.

- умови проведення торгів (інструкція учасникам торгів);

- загальні умови торгів (аналогічні для багатьох видів устаткування, закуповуваного через торги в даній країні) і спеціальні умови торгів (техніко-економічні й інші характеристики про даний конкретний вид устаткування);

- техніко-економічна документація (специфікації, креслення, каталоги);

- перерахування видів робіт, найкращі методи їх виконання, програма і графіки виконання робіт;

- проформу контракту;

- форми і суми гарантій.

Права організаторів торгів і тендерних комітетів досить широкі. Так, використовуючи право відхиляти будь-яку пропозицію без пояснення причин, вони можуть стимулювати розвиток вітчизняного виробництва шляхом залучення місцевих фірм до виконання тендерних замовлень.

З метою стандартизації правил проведення торгів і кваліфікаційних вимог до учасників, оптимізації часу і витрат на підготовку тендерної документації і тендерних пропозицій розроблені і використовуються рекомендації міжнародних організацій (ЄЕК, ЮНІДО), міжнародні угоди щодо процедури проведення торгів, міжнародні торговельні правила тощо.

10.4. Міжнародні ярмарки і виставки

Ярмарок – це періодично діючий ринок, що дає змогу його учасникам-експонентам виставити зразки свого виробництва, продемонструвати нові досягнення і технічні удосконалення з метою укладання прямих торговельних угод.

На міжнародних ярмарках товари продаються тільки проміжним ланкам (промисловість, оптова і роздрібна мережа).

Виставка – це публічна демонстрація досягнень у визначеній галузі економіки, техніки, науки, культури, призначених для задоволення потреб людини.

Міжнародні виставки є найбільш ефективним інструментом вивчення кон'юнктури, пошуку потенційного споживача, встановлення ділових контактів, коопераційних зв'язків, налагодження ділового співробітництва, підбору потенційних інвесторів та ін. Цьому сприяє безпосереднє спілкування фахівців між собою, а також організований на виставках наочний показ за допомогою комп'ютерної техніки та відео можливостей продукції.

З метою розвитку товарообігу на більшості виставок дозволяється здійснювати комерційні угоди щодо виставлених зразків, але продаж, на відміну від ярмарків, здійснюється кінцевим споживачам.

Переваги міжнародних виставок і ярмарків:

1) для покупця:

- зосередження великої кількості зразків товарів, вироблених у різних країнах;
- існує можливість упродовж короткого часу ознайомитися з наявною на ринку пропозицією, одержати консультацію від фахівців, проаналізувати ціни і якісні характеристики продукції;
- погодити на місці комерційні умови й укласти угоду;

- є можливість ознайомитися з товаром у дії, з його роботою і сферою застосування;

2) для продавця:

- можливість широкої реклами своїх товарів з використанням різноманітних засобів (друковані рекламні матеріали, рекламні фільми, продаж і роздача зразків у дрібній упаковці, показ товарів у дії);
- можливість краще і швидше вивчити товари своїх конкурентів;
- укладання угоди;

3) є місцем зустрічей представників ділових кіл різних країн для підтримки безпосередніх зв'язків і встановлення особистих контактів;

4) експонування кращих зразків новітніх товарів сприяє технічному прогресу і появі нових товарів;

5) виконують роль інформаційних центрів з обміну економічною і науково-технічною інформацією.

Виставка вважається міжнародною, якщо в ній 10-15% експонентів є представниками іноземних держав.

Щорічно в світі проводиться близько 400 міжнародних виставок. Найбільші виставочні центри світу знаходяться в Західній Європі і США. У Німеччині – Ганновер, (465 тис. $м^2$ виставочної площі), Франкфурт-на-Майні - (292 тис. $м^2$), Кельн (275 тис. $м^2$); у Франції – Париж (226,6 тис. $м^2$); в Італії – Мілан (375 тис.$м^2$); у США – Чикаго (204 тис. $м^2$); у Великій Британії – Бірмінгем (190 тис.$м^2$); у Нідерландах – Утрехт (181 тис.$м^2$); в Іспанії – Валенсія (180 тис.$м^2$).

У цілому на частку Німеччини, Великої Британії , США, Франції й Італії припадає близько 70 % усіх проведених міжнародних виставок і ярмарків. Зростає значення міжнародних ярмарків/виставок у країнах, що розвиваються, (Сирія, Лівія, Гана, Марокко, Чілі).

Міжнародні ярмарки/виставки класифікуються за певними ознаками.

За місцем проведення розрізняють вітчизняні і закордонні. Міжнародні ярмарки/виставки вважаються вітчизняними для національного експонента і закордонними – для представника іншої країни.

За сферою діяльності ярмарки/виставки поділяються на регіональні, міжрегіональні і всесвітні.

Прикладом всесвітньої виставки може слугувати Всесвітня виставка «Экспо - 2000», що відкрилася в 2000 р. у Ганновері (Німеччина). У ній брало участь 200 країн і міжнародних організацій; на всіх континентах «Экспо» здійснила 800 «світових проектів».

За характером експонатів, що виставляються, розрізняють універсальні і спеціалізовані ярмарки/виставки.

На універсальних ярмарках/виставках демонструється широка номенклатура продукції галузей, не пов'язаних між собою, тобто експонати не обмежені визначеними товарними групами.

На спеціалізованих ярмарках/виставках демонструються товари однієї чи декількох суміжних галузей промисловості.

За термінами проведення бувають періодичні (2-4 рази на рік для товарів широкого вжитку або з інтервалом 2-5 років для технологічних нововведень) і постійно діючі ярмарки/виставки (організовуються, як правило, при різних представництвах країни за рубежем з метою демонстрації зразків експортних товарів).

За місцем проведення ярмарки/виставки поділяються на постійні, тобто завжди зберігають свою тематику і місце проведення, і пересувні, котрі організовуються з метою розширення кола відвідувачів з використанням різних засобів транспорту (на борту великих суден, в автофургонах, салонах літаків).

На міжнародних ярмарках/виставках укладають угоди двох видів: угоди за виставленими зразками з наступним постачанням товару і продаж самих експонатів.

Участь фірми в міжнародній ярмарці/виставці передбачає проходження нею чотирьох етапів (рис. 10.4).

Щоб визначити ефективність участі у виставці/ярмарці, порівняти виставку з іншими, у яких фірма брала участь, розраховується показник інтенсивності контактів:

$$I_к = \frac{Б}{C \times T},$$

де $I_к$. – інтенсивність контактів;

Б – кількість зафіксованих бесід з клієнтами;

С – кількість стендистів;

Т – тривалість виставки в днях [23,с. 374].

Діяльність міжнародних ярмарок/виставок регулюють:

- місцеві установи (міністерства, відомства, торговельні палати, союзи промисловців і підприємців, міські органи влади та ін.);

міжнародні організації (наприклад, Міжнародне бюро виставок; Союз міжнародних ярмарків, створений для організації міжнародних ярмарків, розширення сфери їх діяльності, сприяння розвитку міжнародної торгівлі; Робоча група з міжнародних ярмарок Комісії з розвитку зовнішньої торгівлі при ЄЕК ООН).

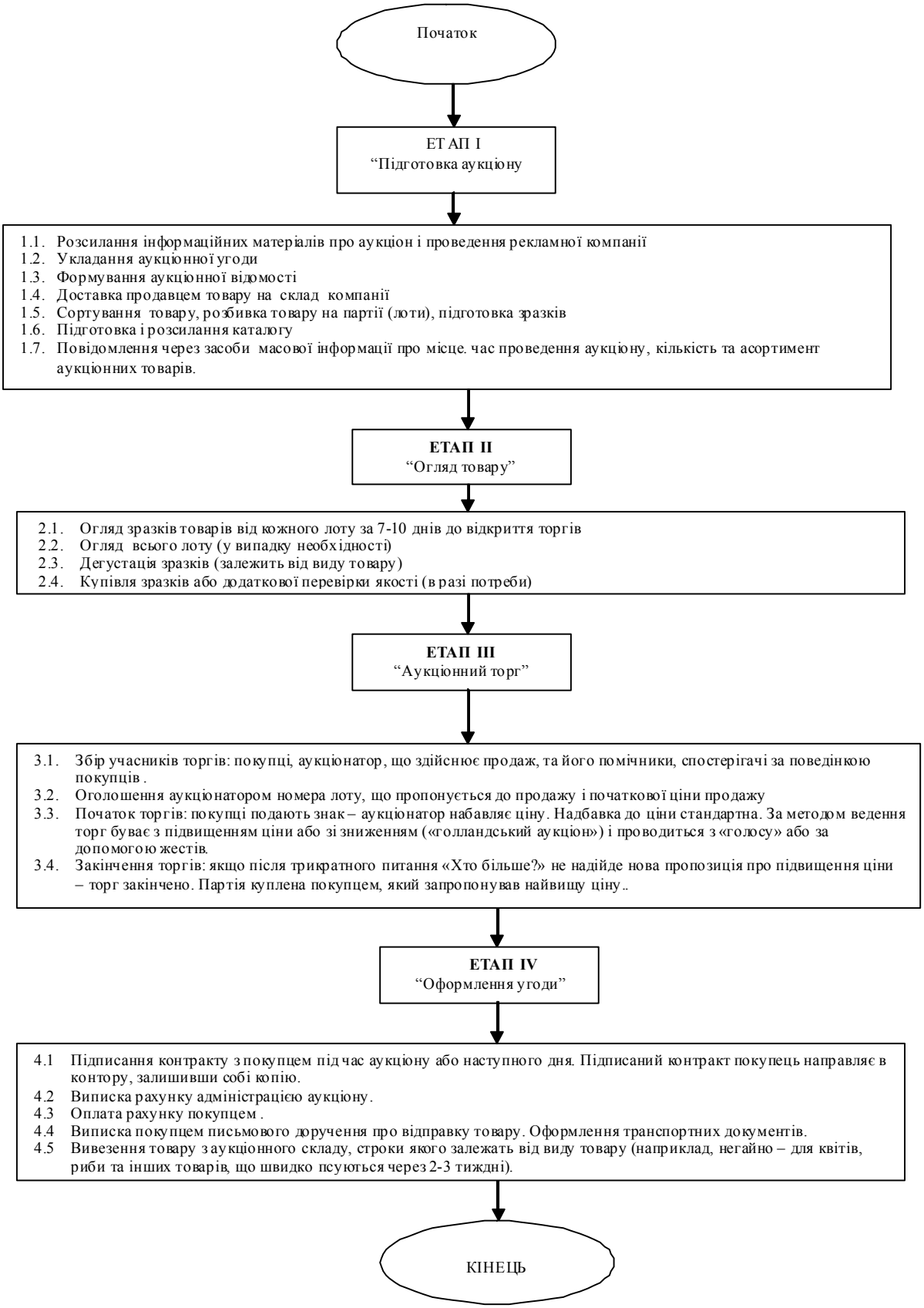


Рис. 10.4. Порядок проведення міжнародного аукціону

РОЗДІЛ V. МІЖНАРОДНІ ТОРГОВЕЛЬНІ УГОДИ

Глава 11. Нормативно-правове регламентування міжнародних торговельних угод

11.1. Сутність міжнародних торговельних угод

Інтернаціоналізація промислового виробництва на основі взаємних постачань продукції, послуг, результатів творчої діяльності є характерною рисою сучасних світогосподарських відносин. Саме такий характер економічного співробітництва визначає форми, методи, зміст міжнародних торговельних операцій.

Міжнародна торговельна операція – це дії, які спрямовані на організацію, проведення та регулювання процесу обміну товарами, послугами, продукцією інтелектуальної праці між двома або кількома контрагентами різних країн.

Основними міжнародними торговими операціями є: експортно-імпортні операції, під якими розуміється комерційна діяльність, пов'язана з купівлею-продажем товарів, які мають матеріально-речову форму.

Експортні операції – це діяльність, яка пов'язана з продажем і вивезенням за кордон товарів для передачі їх у власність іноземного контрагента. Здійснення експортних операцій передбачає:

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

При здійсненні реекспортних операцій товари, що були раніше ввезені на митну територію даної країни, вивозяться за межі її митної території без сплати вивізного мита та без застосування заходів нетарифного регулювання ЗЕД. Реекспортні операції здійснюються за таких умов:

- митному органу подано дозвіл на реекспорт товарів;
- товари, що реекспортуються, по-перше, перебувають у тому ж стані, в якому вони перебували на момент ввезення на митну територію країни, крім змін внаслідок природного зношення або втрат за нормальних умов транспортування та зберігання; по-друге, не використовувалися з метою одержання прибутку; по-третє, вивозяться не пізніше ніж через один рік з дня їх ввезення на митну територію країни.

Імпортні операції – це діяльність, яка пов'язана із закупівлею і ввезенням іноземних товарів для наступної реалізації їх на внутрішньому ринку країни. Здійснення імпортних операцій передбачає:

- подання митному органу документів, що засвідчують підстави та умови ввезення товарів на митну територію країни;
- сплату податків і зборів, якими обкладаються товари під час ввезення на митну територію країни відповідно до її законів;

- дотримання вимог, передбачених законом, щодо заходів нетарифного регулювання та інших обмежень.

При здійсненні реімпортних операцій товари, що були вивезені за межі митної території даної країни, випускаються у вільний обіг на її митній території зі звільненням від сплати митних платежів та без застосування заходів нетарифного регулювання ЗЕД. Товари можуть переміщуватися через митний кордон країни у режимі реімпорту, якщо вони:

- походять з митної території цієї країни і ввозяться не пізніше ніж через один рік після їх вивезення (експорту);
- не використовувалися за межами країни походження з метою одержання прибутку;
- ввозяться у тому ж стані, в якому вони перебували на момент вивезення (експорту), крім змін внаслідок природного зношення або втрат за нормальних умов транспортування та зберігання.

У разі реімпорту товарів протягом одного року з дати їх експорту суми вивізного (експортного) мита, сплачені при їх експорті, повертаються власникам цих товарів або уповноваженим ними особам на підставі їх заяв.

Особа, що переміщує товари в режимі реімпорту, сплачує суми, одержані експортером як виплати або за рахунок інших пільг, наданих під час вивезення (експорту) цих товарів, а також відсотки з цих сум.

Таким чином, експортно-імпортні операції вважаються здійсненими, якщо товар пропущено через державний кордон країни контрагента, для чого необхідно виконати визначені митні формальності і процедури.

У міжнародній практиці виділяють також транзитні операції, при здійсненні яких товари і транспортні засоби переміщуються під митним контролем між двома митними органами. Транзитні операції бувають прямими і непрямими.

Під прямими транзитними операціями розуміється перевезення товарів з однієї країни в іншу через територію чи повітряний простір третьої країни. Ці операції не включаються в експорт чи імпорт і враховуються за видами транспортних засобів, кількості вантажів, країнами відправлення і призначення. Під непрямими транзитними операціями розуміється складування товарів у митні склади з метою їхньої переробки і наступного вивозу в іншу країну.

Товари, що переміщуються транзитом, повинні:

- залишатися у незмінному стані, крім природних втрат, і не використовуватися з іншою метою, крім транзиту;
- бути доставленими до митного органу призначення у строк, визначений митним органом відправлення.

Під час транзиту товарів з дозволу та під контролем митного органу можна здійснювати окремі операції (перевантаження, вивантаження, навантаження, перепакування) з такими товарами без зміни їхніх властивостей та товарного вигляду.

Здійснення міжнародних торговельних операцій припускає використання визначених правових форм і конкретних методів їх проведення.

Правовою формою проведення міжнародних торговельних операцій є міжнародна торгова угода, під якою розуміється договір між двома чи декількома контрагентами, що знаходяться в різних країнах, з постачання визначеної кількості і якості товарних одиниць[3] , надання послуг, обміну науково-технічними знаннями, оренди.

Договір вважається міжнародним тільки за умови, що його сторони знаходяться в різних країнах. Якщо договір укладений між сторонами різної національної приналежності, фірми яких розташовані на території однієї країни, то в цьому випадку договір не вважається міжнародним. Якщо ж договір укладений між сторонами однієї національної приналежності, підприємства яких знаходяться на території різних країн, то договір буде вважатися міжнародним.

Міжнародна торговельна угода залежно від об'єкту купівлі-продажу оформляється у вигляді договору купівлі-продажу товарів у матеріально-речовій формі, договору закупівлі-продажу послуг, договору закупівлі-продажу продукції інтелектуальної праці.

Сторонами (контрагентами) міжнародних торговельних угод виступають фірми, союзи (об'єднання) підприємців, державні органи й організації, міжнародні економічні організації системи ООН.

Під фірмою розуміється підприємство, що переслідує комерційні цілі в процесі здійснення господарської діяльності. Фірмами здійснюється переважна частина міжнародних торговельних угод. Фірми, що діють на світовому ринку, розрізняються за видами господарської діяльності, чинними операціям, за правовим положенням, за характером власності, за приналежністю капіталу і контролю.

Союзи підприємців – це некомерційні об'єднання окремих груп підприємців, метою діяльності яких є не одержання прибутку, а представлення інтересів цих груп підприємців в урядових органах і сприяння в організації міжнародної діяльності, у тому числі в розширенні їх міжнародної торгівлі. Союзи підприємців створюються у формі асоціацій, ліг, федерацій, рад, конгресів тощо. У розвинутих країнах нараховується багато тисяч союзів, які залежно від виконуваних функцій, складу учасників, напряму діяльності, бувають місцевими, національними, міжнародними, галузевими (підгалузевими).

Представники найбільших союзів підприємців у сфері міжнародної торгівлі беруть участь у виробленні проектів законів з питань торгової політики, патентного права, податків; надають фірмам-експортерам експортні й інші субсидії; підготовляють і проводять переговори про укладання торговельних угод з іноземними державами; беруть участь у

---

[3] Товарні одиниці – це окремі кількості товарів одного виду, які визначаються упродовж певного періоду предметом фактичної або можливої торгової угоди.

наданні гарантій експортних кредитів і в захисті внутрішнього ринку від іноземної конкуренції шляхом введення спеціальних імпортних податків, антидемпінгового мита тощо. Однак союзи підприємців, будучи некомерційними організаціями, рідко виступають як контрагенти міжнародних торговельних угод.

Державні органи (міністерства і відомства) і організації мають право брати участь у міжнародних торговельних угодах тільки одержавши спеціальний дозвіл уряду даної країни. Так, правом виходу на зовнішні ринки користуються: у США – Управління державним майном (закупівлі і розпродаж стратегічних матеріалів, експорт срібла), у Великій Британії – Міністерство торгівлі і промисловості, в Індії – Міністерство оборони і Міністерство сільського господарства.

Найбільша кількість державних органів і організацій, що мають право виходу на зовнішні ринки, знаходиться в країнах, що розвиваються.

Міжнародні організації системи ООН, що виступають як контрагенти з експорту-імпорту товарів і послуг на світовому ринку, здійснюють в основному будівництво інвестиційних об'єктів. Так, вони надають технічну допомогу в галузі виконання передінвестиційних робіт (ПРООН), здійснюють весь комплекс послуг, наданих при будівництві об'єктів «під ключ» на підставі укладання комерційних контрактів зі спеціалізованими інжиніринговими фірмами (ЮНІДО, ЮНКТАД, ЮНЕП, ФАО, МОП). Побудовані об'єкти передаються уряду країни-одержувача технічної допомоги на заздалегідь погоджених умовах.

Для міжнародних торговельних угод характерні такі особливості:

- розширення номенклатури, асортименту, постачань проміжної продукції, швидка зміна виробів, ускладнення продукції, яка надходить на світовий ринок, зумовило подовження термінів виконання контрактів;
- комплексний характер угод на постачання устаткування для підприємств, тобто постачання машин, устаткування, матеріалів здійснюється в комплексі з наданою технологією й інжиніринговими послугами;
- збільшення кількості угод з економічного співробітництва, що включають постачання устаткування і матеріалів, а також виконання комплексу зобов'язань по фінансуванню, страхуванню, різним формам розрахунків;
- розширення постачань «під ключ», тобто продавець виконує весь комплекс робіт з будівництва підприємства;
- здійснення великих угод разом з компаніями різних країн на основі створення консорціумів, що являють собою тимчасові і часто довгострокові міжфірмові альянси;
- цілеспрямованість міжнародних торговельних угод, тобто орієнтація на конкретного споживача, що припускає встановлення безпосередніх зв'язків зі споживачем, здійснюваних на основі системи попередніх замовлень про заздалегідь погодженні постачання.

11.2. Уніфікація правил укладання міжнародних торговельних угод з купівлі-продажу товарів

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

Уніфікацією та гармонізацією міжнародного торгового права займаються такі міжнародні економічні організації як ЮНСІТРАЛ, УНІДРУА, ЮНКТАД, ЄЕК ООН [27, с.35-70].

Комісією ООН з права міжнародної торгівлі (ЮНСІТРАЛ) розроблена Конвенція ООН про договори міжнародної купівлі-продажу товарів, з метою уніфікувати умови міжнародних торговельних угод, що укладаються, і усунути істотні розбіжності в національних законодавствах. Ця Конвенція прийнята в 1980р. на Конференції ООН з договорів міжнародної купівлі-продажу товарів, що проходила у Відні і тому названа Віденської. У Конференції брало участь 48 країн. З 1 січня 1988р. Конвенція набрала чинності.

Конвенція надає учасникам широкі можливості для формулювання умов угоди відповідно до їх інтересів і з урахуванням особливостей її змісту. У ній містяться уніфіковані правила, що регулюють міжнародну купівлю-продаж товарів, що стосуються більшості країн з різними економічними і правовими системами і спрямовані на усунення правових бар'єрів у міжнародній торгівлі.

Конвенція має нормативний характер, однак сторони можуть у договорі відступити від будь-якого її положення чи змінити дію.

Особливостями Віденської конвенції є те, що вона:

- містить уніфіковані правила укладання і виконання договорів міжнародної купівлі-продажу товарів;
- допомагає прискорити, полегшити й здешевити ведення переговорів, тому що відпадає необхідність у вивченні законодавства країни контрагента;
- створює передумови для однозначного трактування прав і обов'язків сторін;
- сприяє ліквідації нерівноправних дискримінаційних відносин у міжнародній торгівлі;
- визначає зобов'язання продавця і покупця за договором;
- регулює відносини між контрагентами щодо об'єктів договору при виникненні спорів між сторонами, що відносяться до країн, які не є учасниками Конвенції;
- встановлює перелік об'єктів договору купівлі-продажу, на які не поширюється її дія;

- визначає ознаки договору купівлі-продажу, до яких Конвенція не застосовується.

Структура Віденської конвенції:

Частина I. Сфера застосування і загальні положення. У ній розкривається зміст поняття «міжнародний договір купівлі-продажу», (ст. 1); умови застосовності міжнародного договору до продажу і постачання товарів (ст. 2, 3); сфера регулювання і тлумачення Конвенції (ст. 4, 5, 7), заяви сторін (ст. 8), звичаї (ст. 9), форма договору (ст. 11, 12, 13);

Частина II. Укладання договору. Включає положення: укладання договору на основі оферти (ст. 14-22); момент укладання договору (ст. 23, 24).

Частина III. Купівля-продаж товарів. Вона включає: загальні положення (ст. 25-29); зобов'язання продавця: постачання товару і передача документів, відповідність товару і права третіх осіб; засоби правового захисту у випадку порушення договору продавцем (ст. 30-52); зобов'язання покупця: сплата ціни; прийняття постачання, засоби правового захисту у випадку порушення договору покупцем (ст. 53-65); перехід ризику (ст. 66-70); положення, які є загальними для зобов'язань продавця і покупця: передбачуване порушення договору і договори на постачання товарів окремими партіями; збитки; відсотки; звільнення від відповідальності; наслідки розірвання договору; збереження товару (ст. 71-88).

Частина IV. Заключні положення (ст. 89-101).

До найважливіших документів, розроблених ЮНСІТРАЛ, відноситься й Конвенція про позовну давність у міжнародній купівлі-продажу товарів (1974 г.). Вона встановлює уніфіковані норми щодо строків, у які має розпочинатися розгляд спорів, що виникають на основі контрактів, а також строки позовної давності

Суттєве місце в розробці та установленні загальних правил міжнародної торгівлі займає Міжнародний інститут уніфікації приватного права (УНІДРУА). Інститутом розроблено багато міжнародно-правових документів, які прийнято на міждержавному рівні: Конвенції про одностайні закони про міжнародну купівлю-продаж товарів; Міжнародна конвенція про туристичний контракт; Конвенція про представництво (агентство) в міжнародній купівлі-продажу товарів; Конвенція про міжнародний фінансовий лізинг; Конвенція про міжнародний договор факторингу тощо. Крім того, Інститут розроблює альтернативні методи уніфікації: типові закони й рекомендації, кодекси поведінки у визначених галузях діяльності, стандартні форми договорів.

Важливу роль в уніфікації порядку укладання і виконання договору міжнародної купівлі-продажу відіграє Конвенція про право, яке застосовується до договорів міжнародної купівлі-продажу (іменована як Гаагська конвенція). Вона була розроблена УНІДРУА і в 1985р. представлена і відкрита для підписання на надзвичайній сесії Гаагської конференції з міжнародного приватного права (ГКМПП). У роботі сесії брали участь практично всі економічно розвинуті країни і 30 країн, що розвиваються, Азії, Африки і Латинської Америки.

Метою розробки нової Гаагської конвенції (перша редакція прийнята в 1955р.) була розробка положень, що доповнюють Віденську конвенцію, а також Положення про уніфікацію колізійних правил, які визначають право, застосовне до питань, що не врегульовані однаковими міжнародно-правовими правилами. Конвенція носить універсальний характер, тобто може застосовуватися в державах-учасниках і в тих випадках, коли одна чи навіть обидві сторони в договорі міжнародної купівлі-продажу належать до держав-неучасників.

До основних положень Гаагської конвенції відносяться:

- визначення міжнародного характеру договору купівлі-продажу товарів (доповнення до Віденської конвенції);
- вилучення зі сфери застосування окремих видів товарів міжнародної купівлі-продажу (товари особистого споживання);
- включення аукціонних і біржових товарів, суден, електроенергії;
- визначення застосовного права, що регулює договір.

Право, застосовне до договору купівлі-продажу, включає такі положення: тлумачення договору; права та обов'язки сторін і виконання договору; момент, з якого покупець отримує право на плоди і доходи від товарів; момент, з якого покупець несе ризик щодо товарів; дійсність і наслідки для сторін застережень про збереження права власності; наслідки невиконання договору; способи погашення зобов'язань; позовну давність і наслідки недійсності договору; незастосування Конвенції відносно договору купівлі-продажу між сторонами, що належать державам-учасницям інших міжнародних угод.

УНІДРУА у 1994 р. підготовлено документ «Принципи міжнародних контрактів». Принципи, які повинні враховуватися при складанні контрактів, такі:

1. Свобода договору та його форми. Це виражається у свободі регулювання відносин відповідно до законодавчих норм держави. Цей принцип передбачає:

- вільне рішення про укладення чи неукладення договору;
- вільний вибір контрагентів;
- вільне визначення змісту договору;
- вільне вирішення питання про спосіб і форму укладення контракту;
- свободу зміни договору в цілому чи окремих його положень;
- право вирішувати питання про розірвання контракту.

2. Обов’язковість договору. Належним чином укладений контракт є обов’язковим для сторін, що є наслідком свободи укладення контракту. Сторони узгоджують волю і розроблюють для себе правило, яким врегульовують конкретні взаємні відносини. При цьому відповідно до норм закону мають можливість врегулювати свої відносини за власним бажанням, виходячи зі своїх інтересів. Але цей контракт може бути змінений або розірваний згідно з його умовами або за узгодженням волі всіх сторін.

3. Добросовісність та чесна ділова практика. Кожна сторона протягом чинності договору повинна діяти відповідно з прийнятою у практиці міжнародній торгівлі добросовісністю та чесною діловою практикою, і не має право виключити чи обмежити цей принцип. Чесна ділова практика не повинна застосовуватися за стандартами, які звичайно використовуються в рамках окремих правових систем. Внутрішні стандарти беруться до уваги, коли доведено, що вони є загально прийнятими в різних правових системах.

4. Звичай та практика. Контрагенти можуть бути зв'язані будь-яким звичаєм, відносно якого вони домовились, та практикою, яку вони встановили у своїх взаємовідносинах. Під звичаєм розуміють широковідомий порядок ділових відносин визначеної сфери діяльності, якого постійно додержуються в міжнародній комерційній практиці.

При підготовці зовнішньоторговельних контрактів керуються також Загальними умовами продажів, розробленими Міжнародним торговельним центром ЮНКТАД/СОТ.

В галузі регулювання міжнародної комерційної практики великий комплекс питань вирішує Європейська Економічна Комісія ООН (ЄЕК ООН), а саме її Комітет по розвитку торгівлі, промисловості та підприємництву. В рамках Комітету працює Група експертів по міжнародним договорам на постачання промислової продукції, яка розроблює посібники зі складання таких договорів, та Робоча група зі спрощення процедур міжнародної торгівлі, яка розроблює рекомендації щодо систем передавання зовнішньоторговельної інформації та зовнішньоторговельної документації.

Робочі документи, які приймає ЄЕК, мають різний правовий статус та галузі застосування:

- резолюції та рішення, які мають силу повністю узгодженої норми;
- рекомендації, які застосовуються для координації політики у різних сферах діяльності з відповідними міжнародними та регіональними організаціями різного рівня;
- вимоги, які містяться в міжнародних угодах та конвенціях і обов'язкові для сторін, які домовляються;
- правила, які розроблюються на підставі міжурядових угод і протоколів. Вони містять обов'язкові для тих, хто підписав ці угоди, вимоги.

ЄЕК у своїй діяльності робить наголос на таких загальних положеннях:

- спрощення процедур торгівлі фірмами з метою підвищення ефективності міжнародної торгівлі. Це забезпечується шляхом спрощення, узгодження та стандартизації процедур експорту та імпорту з використанням усіх видів транспорту, а також шляхом розробки уніфікованої системи експортно-імпортної документації як для паперових документів, так і для їх електронних еквівалентів на основі міжнародних стандартів;
- поширення доступу до інформації про кон'юнктуру світових товарних ринків;
- прийняття нових концепцій підприємницької діяльності.

Для спрощення процедур торгівлі ЄЕК активно займається розробкою типових контрактів і їхнім впровадженням у міжнародну торгову практику.

Типовий контракт – це зразковий договір чи ряд уніфікованих умов, викладених у письмовій формі, сформульованих заздалегідь з урахуванням торгової практики чи торговельних звичаїв і прийнятих договірними сторонами після того, як вони були погоджені з вимогами конкретної угоди.

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

ЄЕК ООН розроблено більше 30 варіантів типових контрактів і загальних умов купівлі-продажу. Наприклад, договір закупівлі-продажу зернових, загальні умови купівлі-продажу для експорту споживчих товарів тривалого користування й металовиробів серійного виробництва; загальні умови купівлі-продажу пиломатеріалів хвойних порід; загальні умови міжнародної купівлі-продажу цитрусових; загальні умови експортних постачань машинного устаткування тощо.

Розробкою типових контрактів займається також великі компанії в монополізованих галузях; міжнародні, галузеві національні союзи підприємців; комітети товарних бірж; торговельні палати й ін. Так, міжнародні контракти на постачання та установлення обладнання можуть орієнтуватися на типовий договір FIDIC, підготовлений Міжнародною федерацією інженерів. Він складається з двох частин: ч. I – загальні умови з бланками пропозицій для учасників торгів та угода; ч. II – умови контрактних заявок зі вказівками щодо підготовки конкретних пунктів.

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

Типовий контракт періодично переглядається і змінюється в зв'язку з постійними змінами співвідношення сил між експортерами й імпортерами, організаційно-технічних умов торгівлі: засобів перевезення, методів визначення якості, стандартів і т. ін.

11.3. Міжнародні торговельні терміни (ІНКОТЕРМС – 2010)

Сторони, що укладають контракт, найчастіше недостатньо інформовані про розходження в торговельних порядках країн, де знаходяться комерційні підприємства партнерів. Це може призвести до спорів, судових розглядів, котрі тягнуть за собою втрати часу і фінансовий збиток.

Щоб позбутися цих проблем, чітко визначити обов'язки сторін та зменшити ризик юридичних ускладнень, у договорах (контрактах) купівлі-продажу, Міжнародною торговельною палатою (англійською - International Chamber of Commerce (ICC), в 1936 р. були розроблені торговельні терміни, що являють собою універсальний набір базових умов, знання і застосування яких полегшувало здійснення торговельних операцій. Вони ґрунтувалися на міжнародній торговельній практиці і звичаях. Збірник називався «Міжнародні правила тлумачення торговельних термінів ІНКОТЕРМС» (International Commercial Terms). Зміни в ІНКОТЕРМС вносилися в 1953, 1967, 1980, 1990, 2000 роках. З 1 січня 2011 р. вступила в дію нова версія правил ІНКОТЕРМС, яка отримала назву «ІНКОТЕРМС 2010. Правила ICC з використання термінів для внутрішньої та міжнародної торгівлі» [6].

Базисні умови постачання спрощують процес розробки і укладання контракту, допомагають партнерам знайти спосіб розподілу відповідальності.

У контракті купівлі-продажу базисними умовами постачання є умови, що визначають:

1) права та обов'язки сторін щодо постачання проданих товарів:

– хто і за чий рахунок забезпечує транспортування товарів по території країн експортера, імпортера, транзитних країн, а також при перевезенні товару морським, річковим, повітряним транспортом;

– стан вантажу стосовно транспортного засобу, що визначає зобов'язання продавця за встановлену в контракті ціну доставити вантаж у визначене місце або завантажити товар на транспортний засіб чи підготувати його до завантаження, або передати транспортній організації;

– зобов'язання продавця по упакуванню і маркіруванню товарів, а також зобов'язання сторін по страхуванню вантажів;

– зобов'язання сторін щодо оформлення комерційної документації відповідно до діючого в міжнародній торговельній практиці вимогами;

– де і коли переходять від продавця до покупця права власності на товар;

2) момент переходу ризику випадкової загибелі чи ушкодження товару і витрати, що можуть виникнути у зв'язку з цим.

Зобов'язання продавця і покупця, наведені в ІНКОТЕРМС 2010 по кожній з базисних умов, перераховані в таблиці 11.1.

Таблиця 11.1

Зобов'язання контрагентів

А. Зобов'язання продавця	**В. Зобов'язання покупця**
А1. Надання товару відповідно до умов контракту	В1. Сплата ціни
А2. Оформлення ліцензій, дозволів і виконання інших формальностей	В2. Оформлення ліцензій, дозволів і виконання інших формальностей
А3. Оформлення контракту перевезення і страхування	В3. Оформлення контракту перевезення і страхування
А4. Постачання (товару)	В4.Прийняття постачання (товару)
А5. Перехід ризиків	В5. Перехід ризиків
А6. Розподіл витрат	В6. Розподіл витрат
А7. Повідомлення покупцю	В7. Повідомлення продавцю
А8. Доказ постачання, транспортні документи або еквівалентні електронні повідомлення	В8. Доказ постачання, транспортні документи або еквівалентні електронні повідомлення
А9. Перевірка, упакування, маркірування	В9. Перевірка товарів
А10. Інші зобов'язання	В10. Інші зобов'язання

Отже, базисні умови постачання визначають, хто несе витрати по транспортуванню товару від продавця до покупця. Витрати, що несе експортер, включаються в ціну товару (іноді вони досягають 40-50% ціни). Базисні умови встановлюють базис ціни товару і впливають на рівень ціни.

ІНКОТЕРМС містить 11 комерційних термінів, згрупованих за чотирма різними категоріями. За кожною умовою визначаються обов'язки продавця і покупця по доставці товару і встановлюється момент переходу ризику випадкової загибелі або ушкодження товару з продавця на покупця.

Використовуваний при позначенні базисних умов термін "франко" означає, що покупець вільний від ризику і усіх витрат по поставці товару до пункту, позначеного після слова "франко" (табл. 11.2).

Таблиця 11.2

Групування термінів, що позначають базисні умови постачання в ІНКОТЕРМС 2010

Група Е	**Відвантаження**
EXW	Франко-завод (…назва місця)
Група F	**Основне перевезення не оплачене продавцем**
FCA	Франко-перевізник(… назва місця)
FAS	Франко вздовж борта судна (..назва порту відвантаж.)
FOB	Франко-борт(…назва порту відвантаження)
Група С	**Основне перевезення оплачене продавцем**
CFR	Вартість і фрахт (..назва порту призначення)
CIF	Вартість, страхування і фрахт (..назва порту признач.)
CIP	Фрахт/перевез. і страхув. оплачені до (..назва місця призн.)
CPT	Фрахт/перевез. оплачені до (..назва місця призначення)
Група D	**Доставка**
DAT	Постачання на терміналі
DAP	Постачання в пункті
DDP	Постачання з оплатою мита (… назва місця призначення)

Одинадцять термінів ІНКОТЕРМС 2010 розділені на дві групи:

1. Базисні умови постачання для будь-якого виду чи видів транспорту: EXW, FCA, CIP, CPT, DAT, DAP, DDP.
2. Базисні умови постачання для морського і внутрішнього водного транспорту: FAS, FOB, CFR, CIF.

Зміст базисних умов:

I. Група «Е» вимагає від продавця лише надати товар у розпорядження покупця на своїй власній території і тому він не несе жодних ризиків та втрат з доставки вантажу

1. EXW – “франко-завод (франко-склад) продавця”. Ця умова поставок передбачає, що продавець виконав свої зобов’язання з доставки товару в момент його передання покупцеві або уповноваженій ним особі зі свого підприємства або складу. Продавець (якщо інше не обумовлено сторонами в контракті) не несе відповідальності за навантаження товару на транспортний засіб, наданий покупцем і за його митне очищення (оплата необхідних митних зборів). Покупець за власний рахунок забезпечує відвантаження і транспортування товару до пункту призначення і бере на себе всі пов’язані з цим витрати і ризики. Таким чином, ця умова поставок містить мінімальні зобов’язання для продавця; відповідно і ціна товару, який проданий за умовами EXW, буде найменшою порівняно з іншими базисними умовами поставки. Однак ця умова не повинна застосовуватись, коли покупець з причин, які від нього не залежать, не може виконати або забезпечити

виконання митних формальностей, пов’язаних з експортом товару. У цих випадках поставки необхідно здійснювати на умовах “франко-перевізник” (FCA).

II. Група «F»-термінів вимагає від продавця доставки товару для перевезення відповідно до вказівок покупця. Договори на цих умовах відносяться до договорів відправлення.

2. FCA – “франко-перевізник”. Ця умова означає, що продавець виконав свої зобов’язання щодо поставки товару в момент передавання очищеного для експорту товару перевізнику, якого вказав покупець, у названому місці або пункті. Якщо цей пункт у контракті точно не вказаний, продавець може на власний розсуд вибрати пункт передавання товару перевізникові в межах обумовленого в контракті району. У ряді випадків (при транспортуванні залізницею або повітряним транспортом) договір з перевізником укладається продавцем, але робить він це за рахунок покупця і на його ризик.

Ця умова поставки може застосовуватись за будь-яким способом поставок, включаючи змішані перевезення.

Під перевізником розуміють особу, яка відповідно до договору перевезення, зобов’язується зробити або забезпечити транспортування товару залізницею, автотранспортом, повітряним транспортом, морем або внутрішніми водними шляхами, або змішані перевезення. Якщо відповідно до інструкцій покупця продавець повинен передати товар особі, яка не є перевізником, то вважається, що продавець виконав свої зобов’язання на момент, коли товар перейшов на відповідне зберігання до цієї особи.

3. FAS — «вільно вздовж борту судна». За цих умов поставки продавець виконує свої зобов'язання щодо доставки товару в момент, коли товари розміщені «вздовж судна» на причалі або на баржах-ліхтерах у вказаному порту відвантаження. З цього моменту всі витрати і ризики пошкодження товару бере на себе покупець. Покупець також повинен забезпечити митне очищення товару в країні експортера. Відповідно ця умова поставок не повинна застосовуватись, коли покупець з об'єктивних причин не може забезпечити виконання формальностей, пов'язаних з експортом товару.

4. FOB – “франко-борт” або “вільно на борту судна”. Умова поставки FOB означає, що продавець виконав свої зобов’язання щодо поставки товару в момент, коли останній перетнув борт судна в узгодженому сторонами порту відвантаження. Таким чином, ризик втрати або пошкодження товару переходить від продавця до покупця саме в цей момент.

При відвантаженні на умовах FOB продавець повинен забезпечити очищення товару для експорту. У випадках, коли перетинання товаром борту судна не має великого значення (наприклад, у разі перевезень на суднах-рокерах або при контейнерних перевезеннях), застосовується умова поставки FCA.

III. Група «C»-термінів вимагає від продавця укласти договір перевезення на звичайних умовах за свій власний рахунок. Договори на цих умовах відносяться до відвантажувальних контрактів.

5. CFR – “вартість і фрахт”. У цьому разі продавець оплачує всі витрати, пов’язані з транспортуванням вантажу в зазначений пункт

призначення. Водночас ризик втрати або пошкодження товару переходить з продавця на покупця в момент перетинання вантажу борту судна. Покупець бере на себе також інші додаткові витрати, які можуть виникнути вже після навантаження товару на судно. Продавець, однак, повинен забезпечити вільний вивіз вантажу зі своєї країни (сплатити всі митні збори).

6. CIF – "вартість, страхування і фрахт". За всіма ознаками CIF аналогічне CFR. Відмінність полягає лише в тому, що продавець повинен застрахувати вантаж від ризику пошкодження або втрати в процесі транспортування. Продавець укладає договір зі страхувальником і сплачує йому страхову премію.

Однак при укладенні договору за умовами CIF покупець повинен виходити з того, що продавець забезпечить мінімально можливе страхування товару. Продавець також повинен забезпечити митне очищення товару для експорту.

7. CPT – "перевезення оплачене до". На умовах CPT продавець оплачує вартість перевезення вантажу в зазначений пункт призначення. Ризик втрати або пошкодження товару так само, як і всі додаткові витрати, що виникають після передання товару перевізникові, переходять до покупця в момент прийняття вантажу перевізником.

При цьому під перевізником розуміють особу, яка згідно з договором перевезення бере зобов'язання здійснити або забезпечити транспортування товару залізницею, автотранспортом, морем, повітряним транспортом або внутрішніми водними шляхами або ж шляхом змішаного перевезення. Якщо для транспортування вантажу використовувались кілька перевізників, ризики переходять з продавця на покупця при передаванні товару першому перевізникові. Продавець, однак, повинен забезпечити очищення товару для експорту.

8. CIP – "перевезення і страхування оплачені до". CIP має багато спільного з CIF. Використовується будь-який вид транспорту. Застосовується, як правило, при змішаних перевезеннях. Продавець повинен укласти договори перевезення і страхування, забезпечити митне очищення вантажу. Однак так само, як і при транспортуванні за умовами CIF, продавець повинен забезпечити мінімально можливе страхування вантажу.

IV. Група «D»-термінів, згідно з якою продавець відповідає за прибуття товару в узгоджене місце чи пункт призначення на кордоні, або в межах країни імпорту, й повинен нести всі витрати та ризики, необхідні для доставки товару в країну призначення. Договори на цих умовах відносяться до доставочних контрактів.

9. DAT - "постачання на терміналі"(назва місця призначення) означає, що продавець виконав свої зобов'язання тоді, коли товар, випущений в митному режимі експорту, доставлений ним в погоджений термінал вказаного місця призначення. Під терміном "термінал" розуміється будь-яке місце, в т.ч. авіа/авто/залізничний карго термінал, причал, склад тощо. Умова DAT покладає на продавця обов'язок нести усі витрати і ризики щодо транспортування товару і його розвантаження на терміналі, включаючи (де це знадобиться) будь-які експортні збори з країни призначення. Під словом "збори" тут мається на увазі

відповідальність і ризики з проведення митного очищення, а також за сплату митних формальностей, митних зборів, податків та інших зборів.

10. DAP - "постачання в пункті" (назва місця призначення) означає, що продавець виконав своє зобов'язання щодо поставки, коли він надав покупцеві товар, готовий до розвантаження з транспортного засобу, що прибув в погоджене місце призначення. DAP покладає на продавця обов'язок по експортному митному очищенню товару.

11. DDP - "постачання з оплатою мита" (назва місця призначення) означає, що продавець зобов'язаний нести усі витрати і ризики, пов'язані з транспортуванням товару, включаючи (де це знадобиться) будь-які імпортні збори в країні призначення. DDP не може застосовуватися, якщо продавець прямо або побічно не може забезпечити отримання імпортної ліцензії. Якщо сторони погодилися про виключення із зобов'язань продавця деяких з витрат, що підлягають оплаті при імпорті (таких, як ПДВ), це повинно бути чітко визначено в контракті купівлі-продажу. Тоді як термін EXW покладає на продавця мінімальні обов'язки, термін DDP припускає максимальні обов'язки продавця.

Серед усіх розглянутих базисних умов сторони зовнішньоторговельних операцій віддають перевагу умовам FOB і CIF. У міжнародній торгівлі під “ціною FOB ” розуміється експортна ціна товару, а під “ціною CIF” – імпортна ціна. Для продавця вигідне постачання товару на цих умовах, оскільки ризик випадкової загибелі або ушкодження товару з моменту навантаження товару на судно й одержання коносамента переходить на покупця. Крім того, уклавши контракт на умовах CIF, продавець має право зафрахтувати судно за своїм розсудом. Це дає йому можливість дістати додатковий прибуток за рахунок різниці між вартістю фрахту, закладеної в ціні, і фактично виплаченої судновласнику, а також за рахунок використання зафрахтованого тоннажу для перевезення зворотним рейсом своїх імпортних вантажів.

Глава 12. Контракти міжнародної купівлі-продажу

12.1. Види та зміст контрактів міжнародної купівлі-продажу

12.1.1. Характеристика контрактів міжнародної купівлі-продажу

Підставою для здійснення зовнішньоторговельної операції є зовнішньоторговельний контракт – матеріально оформлена угода двох чи більше суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності та їхніх іноземних контрагентів, спрямована на встановлення, зміну чи припинення їхніх взаємних прав і зобов'язань у зовнішньоекономічній діяльності.

У міжнародній комерційній практиці використовують різні види зовнішньоторговельних договорів: купівлі-продажу, підряду, ліцензійні, лізингові, інжинірингові, страхування, перевезення, з технічного обслуговування виробництва, позики тощо. Їхня структура, зміст, особливості визначаються видом зовнішньоторговельної операції, яку вони супроводжують. Однак найчастіше у зовнішній торгівлі застосовується контракт міжнародної купівлі-продажу. Тому доцільно розглянути зміст, особливості оформлення саме цих контрактів.

Контракт міжнародної купівлі-продажу - це комерційний документ, що являє собою договір постачання товару і, у разі потреби, супутніх послуг, погоджений і підписаний експортером і імпортером.

Контракти купівлі-продажу залежно від термінів постачання і форми оплати поділяються на:

- разові і з періодичним постачанням;
- з оплатою в грошовій і товарній формах (цілком чи частково) [23, с.466].

Контракт купівлі-продажу з разовим постачанням – це разова угода, по якій передбачається постачання однією стороною іншій стороні погодженої між ними кількості товару до визначеної дати, встановленої в контракті. Постачання товару здійснюється один чи кілька разів протягом погодженого терміну.

Контракти з разовим постачанням бувають двох типів:

- з короткими термінами постачання. Вони, як правило, використовуються при оформленні угод на сировинні товари. Термін постачання може встановлюватися конкретно, тобто на визначену дату чи період, і невизначено, наприклад, після настання якої-небудь події;
- з тривалим терміном постачання (3-5 і більш років). Вони, як правило, використовуються при оформленні угод у торгівлі комплектним устаткуванням, літаками, суднами, судновими установками, складним устаткуванням і т.ін.

Умови контрактів із тривалим терміном постачання розрізняються залежно від методів їхнього укладення: прямого чи непрямого, тобто коли експортер бере участь у торгах, що організуються імпортером. На основі прямих зв'язків укладаються контракти на унікальне устаткування,

монопольним виробником якого є постачальник – експортер, вузькоспеціалізована фірма чи консорціум, від імені якого виступає його головна фірма. Контрагентами таких контрактів виступають фірми промислово розвинутих країн, що поставляють устаткування для об'єктів, будівництво яких ведеться фірмами країни-імпортера.

Для контрактів, що укладаються шляхом проведення міжнародних торгів, характерні більш стандартизовані умови, тому що учасники торгів пропонують свої умови, орієнтуючись на тендерні умови. Зміст контракту відрізняється лаконічністю і посиланнями на тендерні умови.

Контракт купівлі-продажу з періодичним постачанням – це угода, що припускає регулярне, періодичне постачання погоджених у ній кількостей товару протягом встановленого терміну.

Ці контракти бувають короткостроковими (звичайно, річними) і довгостроковими (у середньому термін постачання складає 5-10, іноді 15-20 років).

Довгострокові контракти укладаються на постачання промислової сировини і напівфабрикатів (вугілля, нафта, нафтопродукти, природний газ, руди, целюлоза й інші товари).

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

Контракт купівлі-продажу з оплатою в товарній формі. У ньому продаж одного чи декількох товарів одночасно пов’язується з покупкою іншого товару і розрахунки в іноземній валюті не здійснюються. Це товарообмінні і компенсаційні угоди. У товарообмінних контрактах передбачається простий обмін погоджених кількостей одного товару на інший. У них встановлюється або кількість товарів, що взаємно постачаються або обумовлюється сума, на яку сторони поставлять товари. У компенсаційному контракті так само як і в товарообмінному, передбачається постачання товарів на рівну вартість, однак, на відміну від бартерної угоди, між сторонами узгоджується ціна товарів, що взаємно постачаються. У даній угоді фігурує, як правило, не два товари, а велике число пропонованих до обміну товарів.

Контракт купівлі-продажу з оплатою в змішаній формі. Предметом контакту звичайно є будівництво на умовах цільового кредитування підприємства «під ключ». Оплата витрат частково здійснюється в грошовій, а частково в товарній формі. У контракті заздалегідь установлюється частка продукції, що буде поставлятися з побудованого підприємства. У ньому також погоджуються три довгострокові угоди на ту саму суму: контракт купівлі-продажу технічних засобів і послуг по спорудженню підприємства; угода про довгостроковий кредит; довгостроковий контракт на постачання сировини.

Обов'язковою умовою договору є перехід права власності на товар від продавця до покупця.

У контракті купівлі-продажу обумовлюється зміст договірних умов, порядок їхнього виконання і відповідальність за виконання.

12.1.2. Вплив торгових звичаїв на умови контракту

На умови договору купівлі-продажу суттєво впливають прийняті в міжнародній практиці торгові звичаї, які відіграють вирішальну роль при вирішенні суперечок між контрагентами. Торговий звичай – це однакове, загальновизнане правило, що встановилося в міжнародній торгівлі (яке не є нормою права), яке містить у собі ясне й визначене положення з питання, якого воно стосується.

Торговий звичай має відповідати таким вимогам:

а) мати характер загального правила, тобто використовуватися у всіх або у більшості випадків, до яких він застосовується;

б) бути достатньо відомим у відповідній галузі торгівлі;

в) бути визначеним щодо свого змісту та зрозумілим.

До загальних правил застосування торгових звичаїв відносяться:

а) сторони пов’язані будь-яким звичаєм, відносно якого вони домовились, та практикою, яку вони встановили у своїх взаємних відносинах;

б) за відсутності домовленості про інше вважається, що сторони мали на увазі використання в їх контракті звичаю, про який вони знали або повинні були знати та який широко відомий і постійно дотримується сторонами у контрактах цього роду у відповідній галузі торгівлі.

Про торгові звичаї можна дізнатися в біржових правилах, у збірниках торгових палат, в матеріалах комісій ООН, у типових контрактах, у рішеннях третейських суддів з окремих питань.

12.1.3. Основні умови контракту міжнародної купівлі-продажу

Суб'єкти підприємницької діяльності при розробці тексту договору мають право використовувати відомі міжнародні порядки, рекомендації міжнародних органів і організацій.

Права і зобов'язання сторін контракту визначаються правом місця його укладення, якщо сторони не погодили інше, що й відбивається в умовах договору.

До умов, що повинні бути передбачені в контракті, належать такі.

1. НАЗВА, НОМЕР ДОГОВОРУ (КОНТРАКТУ), ДАТА та МІСЦЕ ЙОГО УКЛАДАННЯ.
2. ПРЕАМБУЛА.

У преамбулі визначається повне найменування сторін – учасників зовнішньоекономічної операції, під якими вони офіційно зареєстровані, з зазначенням країни, скорочене визначення сторін як контрагентів (“Покупець”, “Продавець”, “Замовник”, “Поставник” тощо) та найменування документів, якими керуються контрагенти при укладанні договору (контракту) (статут підприємства, установчий договір тощо).

3. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРУ (КОНТРАКТУ).

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

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

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

Для бартерного (товарообмінного) договору (контракту) згаданий додаток (специфікація), крім того, балансується по загальній вартості експорту та імпорту товарів (робіт, послуг).

У додатку до договору (контракту) на переробку давальницької сировини вказується відповідна технологічна схема такої переробки.

4. КІЛЬКІСТЬ ТА ЯКІСТЬ ТОВАРУ (ОБСЯГИ ВИКОНАННЯ РОБІТ, НАДАННЯ ПОСЛУГ).

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

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

5. БАЗИСНІ УМОВИ ПОСТАЧАННЯ ТОВАРІВ (ПРИЙОМУ/ЗДАЧІ ВИКОНАННЯ РОБІТ АБО ПОСЛУГ).

У цьому розділі, вказується вид транспорту та базисні умови постачання (відповідно з «ІНКОТЕРМС – 2010»), які визначають обов'язки контрагентів щодо постачання товару і встановлюють момент переходу ризиків від однієї сторони до іншої, а також конкретний строк постачання товару (окремих партій товару).

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

6. ЦІНА ТА ЗАГАЛЬНА ВАРТІСТЬ КОНТРАКТУ.

У цьому розділі визначається ціна одиниці виміру товару та загальна вартість товару або вартість виконаних робіт (наданих послуг), що поставляється згідно з контрактом, та валюта ціни. Якщо згідно з контрактом поставляються товари різної якості та асортименту, ціна встановлюється окремо за одиницю товару кожного сорту, марки, а окремим пунктом контракту вказується його загальна вартість. У цьому випадку цінові показники можуть бути вказані в додатках (специфікаціях), на які робиться посилання в тексті контракту.

У контракті на переробку давальницької сировини, крім того, зазначається її заставна вартість, ціна та загальна вартість готової продукції, загальна вартість переробки.

У бартерному контракті зазначається загальна вартість товарів, що експортуються, та загальна вартість товарів, що імпортуються за цим контрактом, виражені в іноземній валюті.

Таким чином, контрактна ціна – це кількість грошових одиниць, яку повинен заплатити покупець продавцю у тій чи іншій валюті за весь товар або одиницю товару, що були доставлені продавцем на базисних умовах у зазначений у контракті географічний пункт.

В контракті обов'язково встановлюється валюта ціни – це валюта, в якій визначається ціна товару в контракті. На вибір валюти ціни впливають вид товару, фактори, що діють на міжнародні розрахунки, у тому числі міждержавні умови, міжнародні традиції. Ціна товару може встановлюватись у будь-якій вільно конвертованій валюті: країни-експортера, країни-імпортера або третьої країни. Іноді ціна контракту вказується у декількох валютах або у колективних валютах з метою страхування валютного ризику.

Визначення валюти ціни є важливою умовою контракту, оскільки валюти не рівноцінні за своєю якістю. З валютної точки зору, експорт доцільно орієнтувати на країни з твердими валютами, а імпорт – зі слабкими валютами.

В контракті встановлюється спосіб фіксації ціни. Залежно від характеру зовнішньоторговельної угоди ціна договору може бути зафіксована: у момент укладання контракту; протягом реалізації контракту; до моменту завершення виконання контракту.

Залежно від способу фіксації ціни розрізняють види цін: тверда (стабільна, фіксована, гарантована); рухлива; ковзаюча; з наступною фіксацією.

Тверда ціна встановлюється в момент підписання контракту у вигляді конкретної цифри, не підлягає зміні протягом усього терміну його дії і не залежить від термінів і порядку постачання товарної партії. При цьому в тексті контракту робиться застереження: „Ціна тверда, зміні не підлягає". Такі ціни, як правило, характерні при укладенні зовнішньоторговельних угод на товарно-сировинних біржах, міжнародних аукціонах, торгових ярмарках.

Вони використовуються при короткострокових поставках, проте можуть застосуватися і при довгострокових поставках. Тверда ціна, у першу чергу, вигідна імпортеру. Експортер, який дав згоду на застосування такої ціни, йде на значну поступку покупцю, оскільки до моменту одержання оплати за товар у сучасних інфляційних умовах фактична ціна товару може істотно зрости. Щоб компенсувати таку поступку та уникнути ризику експортер, може вимагати від імпортера передоплати або внесення авансу.

Рухлива ціна – це зафіксована при укладанні контракту ціна, що може бути переглянута надалі, якщо ринкова ціна товару до моменту його постачання зміниться. При встановленні рухливої ціни в контракт вноситься

застереження, що передбачає зміну ціни, зафіксованої в контракті, залежно від підвищення або зниження ціни на ринку до моменту виконання угоди.

У контракті обумовлюється допустимий мінімум відхилення ринкової ціни, наприклад, у межах 2-5 % до ціни, прийнятої в контракті. У цих межах коливання контрактна ціна не переглядається. При встановленні рухливої ціни в контракті треба зазначити джерело статистичних даних, за яким слід судити про зміну ринкової ціни. Рухливі ціни, як правило, встановлюються на промислові, сировинні, продовольчі товари, що поставляються на умовах довгострокових контрактів. Розрахунки ведуться за цінами, що діють на даний період.

Ковзаюча ціна встановлюється у момент виконання умов угоди шляхом перегляду договірної (базисної) ціни з урахуванням змін у витратах виробництва, що відбулися в період виконання контракту.

При частковому постачанні ковзаюча ціна розраховується окремо на кожне постачання.

Ковзаюча ціна фіксується таким чином: вказується ціна на дату пропозиції чи підписання контракту (базисна ціна) та порядок розкладання цієї ціни на її складові елементи (наприклад, заробітна плата – 35%, матеріали – 40%, незмінна частка у змінній частині ціни, тобто прибуток, амортизація, накладні витрати – 15%).

Базова ціна розраховується експортером та узгоджується з імпортером при підписанні контракту. Кінцева (ковзаюча) ціна розраховується за формулою, рекомендованою Європейською Економічною Комісією [27, с. 132]:

$$\mathbf{P}_1 = \frac{P_0}{100}\left(A + B\frac{M_1}{M_0} + C\frac{S_1}{S_0}\right), \qquad (12.1)$$

де P_1 – ковзаюча ціна (у момент відвантаження товару);

P_0 – базова ціна, зафіксована у момент укладання контракту;

A,B,C – питома вага у вартості товару (у сумі дає 100%);

A – питома вага накладних витрат плюс прибуток, яка установлюється експортером;

B – питома вага матеріальних витрат;

C – питома вага витрат на робочу силу;

M_1 і M_0 – вартість матеріалу у момент виконання та підписання контракту відповідно;

S_1 і S_0 – вартість робочої сили у момент виконання та підписання контракту.

Таким чином, у контракті обов’язково повинні бути вказані: базова ціна, її структура, момент початку зміни базової ціни, спосіб та момент розрахунку кінцевої ціни, межа ковзання (наприклад, не вище 5 % базисної ціни).

У контракті може бути передбачено, що ковзання поширюється не на всю суму витрат виробництва, а лише на певні елементи з вказівкою їхньої величини у відсотках від загальної вартості замовлення. Змінна ціна може

застосуватися не на весь термін дії контракту, а на більш короткий строк (наприклад, на перші кілька місяців від дати укладання контракту або на період постачання визначеної кількості товару).

Ковзаюча ціна застосовується у довгострокових контрактах, тому що при тривалих строках поставок їх економічні умови можуть суттєво змінитися. Такі ціни, як правило, встановлюються на продукцію, що вимагає тривалого терміну виготовлення (наприклад, для унікальних машин), а також при виконанні великих за обсягом підрядних робіт.

Установлення ціни з наступною фіксацією передбачає, що при укладанні контракту в ньому вказується базисна ціна, але одночасно робиться застереження, згідно з яким базисна ціна зміниться у випадку, якщо до моменту виконання угоди виникне зміна цін на ринку на аналогічний товар.

Отже, ціна з наступною фіксацією встановлюється в процесі виконання контракту. У контракті визначається тільки момент фіксації та принцип визначення рівня ціни. Наприклад, за домовленістю сторін ціна на продані товари може бути встановлена на рівні цін світового ринку на певну дату, у день поставки товару покупцеві, перед поставкою кожної передбаченої контрактом партії товару чи перед початком кожного календарного року. Покупцеві може бути надано право вибору моменту фіксації ціни.

У контракті обумовлюється допустимий мінімум відхилення ринкової ціни від базисної, у межах якого перегляд ціни не відбувається.

Ціни з наступною фіксацією встановлюються на сировинні, промислові, продовольчі товари із тривалим строком поставок.

Під час визначення контрактної ціни можуть бути враховані різні види знижок. Найпоширеніші з них такі:

1. Загальна (проста знижка) – знижка, яка надається з прейскурантної або довідкової ціни і звичайно складає 20-30 %, а в деяких випадках – до 40 %. Такі знижки використовуються при укладенні угод на машини й устаткування, зокрема на стандартні види устаткування. Знижки з довідкової ціни складають 2-5 %.

2. Знижка за оборот (бонусна знижка). Вона надається постійним покупцям на підставі спеціальної домовленості (бонусній угоді). У контракті в цьому випадку встановлюється шкала знижок залежно від досягнутого обороту протягом визначеного терміну, як правило, одного року, а також порядок виплати сум на підставі цих знижок. Бонусні знижки можуть досягати 15-30 % обороту на деякі види машин та обладнання та 1-2 % на сировину та сільськогосподарські товари.

3. Прогресивна знижка – це знижка за кількість або серійність. Вона надається покупцеві за умови покупки їм заздалегідь визначеного та в зростаючій кількості товару.

4. Дилерська знижка – знижка, яка надається виробниками своїм постійним закордонним посередникам по збуту. Вони в середньому становлять 15-20 % роздрібної ціни.

5. Спеціальні знижки. До них відносяться: знижки, які надаються привелейованим покупцям, у замовленнях яких особливо зацікавлені продавці, знижки на пробні партії та замовлення; знижки за регулярність замовлень.

6. Сезонні знижки – знижки за покупку товару поза періодом активного сезону (наприклад, на сільськогосподарські добрива вони становлять близько 15 %).

7. Приховані знижки, які надаються покупцеві у виді знижок на фрахт, пільгових кредитів або відсоткових кредитів, шляхом надання безкоштовних послуг та зразків.

8. Знижки за повернення товару раніше купленого в даній фірмі. Надаються покупцеві при поверненні ним раніше купленого в даній фірмі товару застарілої моделі. Ці знижки можуть досягати 25-30 % прейскурантної ціни.

9. Знижка при продажі потриманого обладнання – до 50 % від початкової ціни.

7. УМОВИ ПЛАТЕЖІВ.

Цей розділ визначає валюту платежів, спосіб, порядок та строк фінансових розрахунків та гарантії виконання сторонами взаємних платіжних зобов'язань, застереження.

Валюта платежу – це валюта, в якій оплачується зобов’язання покупця (імпортера) за поставлений товар. Якщо валютні курси нестабільні, то ціни фіксуються в найбільш стійкій валюті, а платіж – у валюті країни-імпортера.

У торгівлі з фірмами промислово розвинутих країн, валютою платежу, як правило, є національні валюти цих країн. У торгівлі з країнами, що розвиваються, - ВКВ основних промислово розвинутих країн, причому в експортних контрактах валюта тих з них, у банках яких зберігаються надходження країн, що розвиваються, від експорту.

Якщо валюта ціни і валюта платежу не збігаються, то в контракті вказується курс перерахунку першої на другу (наприклад, на базі СДР або за ринковим курсом валют).

До умов перерахунку, які встановлюються у контракті, відносяться:

- курс відповідного типу платіжного засобу (курс телеграфного або банківського переказу за платежами векселями чи без них, поштового переказу);
- курс перерахунку: звичайно, це середній курс дня, іноді курс продавця або покупця на час відкриття або закриття валютного ринку;
- час перерахунку валют (розрахунки здійснюються за поточним курсом валюти – частіше всього за ринковим курсом за день до платежу чи за 2-3 дні, що передують дню платежу або на день платежу) на відповідному валютному ринку (продавця, покупця або третьої країни).

Неправильне встановлення часу перерахунку може призвести до великих втрат внаслідок зміни валютних курсів. Так, не можна здійснювати перерахунок валют за курсом дня укладення контракту, оскільки у разі

нестабільності валюти платежу та її тенденції до девальвації, експортер може зазнати збитків у момент платежу.

При визначені умов платежу погоджують:

- коли належить робити платіж: до, у момент чи після поставки товару;
- у який спосіб має бути здійснено платіж, тобто форма розрахунків, умови банківського переказу (авансового платежу) або умови документарного акредитива чи інкасо;
- умови щодо гарантії, якщо вона є або коли необхідна (вид гарантії: за вимогою, умовна), строк дії гарантії, можливість змін умов договору без зміни гарантії;
- яка із сторін бере на себе витрати з оплати послуг банку-кореспондента;
- де повинен бути здійснений платіж (на міжнародні розрахунки суттєво впливає валютне та зовнішньоторговельне регулювання. Якщо в цих сферах у країнах є значні обмеження, то ефективне проведення розрахунків неможливе).

Способом страхування сторін за контрактом від валютних ризиків є включення до платіжних умов захисних валютно-цінових застережень.

У міжнародній практиці до валютно-цінових застережень відносять: валютні, комбіновані, індексні застереження.

Валютні застереження – це спеціальні умови, що передбачають перегляд суми платежу в тій самій пропорції, в якій передбачається зміна курсу валюти платежу відносно валюти застереження. При цьому методі валюта платежу ставиться в залежність від стійкішої валюти застереження. Тобто відповідно до валютних застережень сума платежу підлягає перегляду пропорційно зміні курсу валюти платежу відносно валюти ціни або іншої стабільної валюти, тобто валюти застереження.

Для регулювання суми платежу залежно від зміни товарних цін, валютних курсів застосовуються комбіновані валютно-цінові застереження. Якщо ціни і курси змінюються в одному напрямку, то сума зобов’язань перераховується на найбільший відсоток відхилення. Якщо напрямки їх динаміки не збігаються, то сума платежу змінюється на різницю між такими відхиленнями.

У міжнародній практиці можуть застосовуватися індексні застереження. Це спеціальні умови, які запроваджуються у контракті з метою страхування експортерів від інфляційного ризику. Згідно з індексним застереженням ціна товару, що указана у тексті контракту, додається до індексу цін на аналогічні товари або на найнеобхідніші товари, які складають „споживчий кошик”. Таким чином, індексне застереження передбачає, що ціна товару та сума платежу зміняться згідно зі зміною до моменту платежу певного індексу цін, обумовленого у контракті, у порівнянні з моментом укладення угоди.

8. УМОВИ ЗДАВАННЯ-ПРИЙМАННЯ ТОВАРУ (РОБІТ, ПОСЛУГ).

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

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

9. ПАКУВАННЯ ТА МАРКУВАННЯ.

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

10.ФОРС-МАЖОРНІ ОБСТАВИНИ.

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

11.САНКЦІЇ ТА РЕКЛАМАЦІЇ.

Цей розділ встановлює порядок застосування штрафних санкцій, відшкодування збитків та пред'явлення рекламацій у зв'язку з невиконанням або неналежним виконанням одним із контрагентів своїх зобов'язань.

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

12.УРЕГУЛЮВАННЯ СПОРІВ У СУДОВОМУ ПОРЯДКУ.

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

13. МІСЦЕ ЗНАХОДЖЕННЯ (МІСЦЕ ПРОЖИВАННЯ), ПОШТОВІ ТА ПЛАТІЖНІ РЕКВІЗИТИ СТОРІН.

При цьому вказуються повні юридичні адреси, повні поштові та платіжні реквізити (№ рахунку, назва банку) контрагентів контракту.

За домовленістю сторін у контракті можуть визначатись додаткові умови: страхування, гарантії якості, умови залучення субвиконавців контракту, агентів, перевізників, визначення норм навантаження (розвантаження), умови передачі технічної документації на товар,

збереження торгових марок, порядок сплати податків, мит, зборів, різного роду захисні застереження, з якого моменту контракт починає діяти, кількість підписаних примірників контракту, можливість та порядок внесення доповнень та змін до контракту та ін.

Здійснення експортно-імпортних угод по купівлі-продажу включає такі етапи: підготовка до укладання контракту, укладання контракту та виконання контракту.

12.2. Підготовка до укладання контракту міжнародної купівлі-продажу

Етап підготовки до укладення контракту на підставі прямих зв'язків включає:

1. **Вибір контрагента.** При виборі контрагента враховуються такі фактори:

- характер і предмет угоди;
- країна укладення і виконання контракту;
- місткість ринку і кон'юнктура на ринку;
- ступінь монополізації ринку великими фірмами;
- можливість проникнення на ринок;
- тривалість торгових відносин з тією чи іншою фірмою;
- характер діяльності фірми (виробник, споживач чи торговий посередник);
- зв'язки, рекомендації.

2. **Установлення контакту з потенційним покупцем**. При встановленні контакту можуть бути використані наступні способи:

- направити пропозицію (оферту) одному чи декільком іноземним покупцям;
- прийняти і підтвердити замовлення покупця;
- направити покупцю пропозицію у відповідь на його запит;
- взяти участь у міжнародних торгах, виставках, ярмарках, а також використовувати засоби реклами;
- направити покупцю комерційний лист про наміри почати переговори щодо укладення контракту.

Пропозиція однієї сторони іншій укласти контракт у торговій практиці називається **офертою.** Оферта – це письмова пропозиція продавця (оферента), спрямована можливому покупцю про продаж товару на встановлених продавцем умовах.

В оферті вказуються основні умови угоди: найменування товару, кількість, якість, ціна, умови постачання, термін постачання, умови платежу, характер тари й упакування, порядок приймання-здачі, загальні умови постачання.

Розрізняють два види оферти: тверда і вільна.

Тверда оферта – це письмова пропозиція експортера на продаж визначеної партії товару, послана оферентом одному можливому покупцю, з вказівкою терміну, протягом якого продавець є зв'язаним своєю пропозицією і не може зробити аналогічну пропозицію іншому покупцю.

Якщо імпортер приймає умови оферти, він посилає імпортеру письмове підтвердження , що містить беззастережний **акцепт,** тобто згоду прийняти всі умови твердої оферти.

При незгоді імпортера з окремими умовами оферти він посилає експортеру **контроферту** (тобто нову оферту) з вказівкою своїх умов і терміну для відповіді.

До умов, у відношенні яких будь-яке доповнення чи зміна розглядається як істотна відмінність акцепту від оферти, відносяться: ціна, умови платежу, якість і кількість товару, місце і термін постачання, обсяг відповідальності однієї зі сторін перед іншою, порядок вирішення спорів.

Якщо покупець не дасть відповіді протягом встановленого в оферті терміну, то це рівнозначно його відмовленню від укладення угоди на запропонованих умовах і звільняє експортера від зробленої ним пропозиції.

Вільна оферта – це пропозиція на ту саму партію товару декільком можливим покупцям. У ній не встановлюється термін для відповіді і тому оферент не зв'язаний своєю пропозицією. Згода покупця з умовами, викладеними у вільної оферті, підтверджуються твердою контрофертою. Після акцепту контроферти продавцем угода вважається укладеною. Експортер акцептує ту контроферту, яка отримана раніше, чи від того покупця, з яким угода вигідніша.

Використання вільної оферти для покупця менш зручно, ніж твердої оферти, оскільки вона не створює в імпортера повної впевненості в тому, що пославши контроферту, він стане власником товару. Така оферта застосовується рідко.

Досить часто в міжнародній торговій практиці використовується спосіб підготовки угоди на основі вивчення умов **замовлення** на постачання товарів, отриманого від покупця. Замовлення може бути підтверджено і прийнято до виконання чи відхилене (причини пояснювати не обов'язково). Підтвердження замовлення є комерційним документом, що являє собою повідомлення експортера про прийняття умов замовлення без застережень.

У випадку, якщо ініціатива укладення угоди виходить від покупця, то його звертання до продавця з проханням надіслати оферту (пропозицію) називається **запитом.** Мета запиту – одержати від експортних фірм низки конкурентних пропозицій, з яких на основі аналізу вибирається найкраща. Тому запити посилаються не одній, а декільком фірмам різних країн. У запиті вказується: точне найменування потрібного товару, його якість, сорт, кількість, термін постачання. Ціна, по якій імпортер готовий купити даний товар, у запиті, звичайно, не вказується, а обумовлюється лише спосіб її фіксації.

Переговори між контрагентами ведуться шляхом обміну листами, телефонуванням, телеграфом, телетайпом, телефаксом тощо, однак особисті контакти, як правило, відіграють вирішальну роль.

При підготовці до укладення експортної угоди оформляються такі документи:

- пропозиція (оферта);
- контракт;
- підтвердження замовлення;
- рахунок-проформа (документ, що виступає як попередній рахунок, але не є основою для оплати);
- заявка на інструкції з постачання (видається постачальником і містить прохання до покупця повідомити інструкції у відношенні умов постачання замовлених товарів);
- тендер (пропозиція оферента, який бере участь у торгах, що відповідає вимогам замовника, і підтверджує згоду оферента взяти на себе виконання позначених у технічних умовах робіт і містить вказівку пропонованої ціни чи вартості робіт).

При підготовці до укладення імпортної угоди оформляються документи:

- запит;
- лист про наміри, яким покупець інформує продавця про прийняття в принципі пропозиції і угоді почати переговори про укладення контракту;
- замовлення (у нього включається інструкція щодо постачання замовлених товарів: кількість і розмір часткових постачань, їхніх умов, адреса експедитора, засіб транспорту, найменування перевізника, а також інструкція з упакування);
- тендерна документація.

12.3. Укладання контракту міжнародної купівлі-продажу

12.3.1. Етапи укладання контракту

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

Протягом переддоговірного періоду ведуться попередні переговори про майбутню угоду й узгоджуються, уточнюються її основні умови, щоб умови договору носили конкретний і точний характер, який не допускає різночитання.

Переговори ведуться шляхом переписування, особистих зустрічей, розмов телефонуванням чи в сполученні їхніх різних комбінацій.

У переддоговірний період складається проект контракту. У ньому враховується фактична домовленість, досягнута сторонами в ході переговорів.

При укладанні контракту сторонам, щоб уникнути помилок та збитків, слід враховувати низку важливих моментів [23, с. 483]:

1. Обсяг договору. Договір може бути коротким чи докладним.

Короткий договір містить мінімум умов: предмет контракту, який включає найменування та кількість товару; ціну з указанням базисних умов

постачання; умови платежу). При його укладенні необхідно уявляти, чим будуть заповнюватися прогалини контракту.

Докладний договір передбачає значну кількість додаткових умов. Недоліки цих договорів такі:

- контракт, як правило, складається за допомогою типових договорів, які недостатньо враховують вид товару. У цьому випадку однакові умови передбачаються як відносно усіх видів масових продовольчих та промислових товарів, так і відносно машин та устаткування. Типові договори складаються незалежно від того з партнером якої країни вони укладаються, а також без врахування застосовуваного права;
- порівняно рідко використовуються посилання на стандартні умови купівлі-продажу, які застосовуються в міжнародній торгівлі;
- у договорі намагаються передбачити умови на всі випадки, що можуть виникнути під час його виконання. Це ускладнює переговорний процес при укладанні договору та обтяжує контракт великою кількістю загальних положень.

2. Договір повинен бути укладений із дотриманням інтересів обох партнерів і складатися згідно з чинним законодавством. Тому цю операцію слід доручити юристом.

3. У договорі не повинно бути будь-яких суперечностей чи недомовок. Суперечності між окремими умовами контракту, нечітко сформульовані умови викликають заперечення щодо їх тлумачення і це може дорого коштувати одній із сторін. Тому в договорі треба звести до мінімуму фрази, які можна тлумачити неоднозначно.

4. Якщо договір складено контрагентом, необхідно чітко визначити сутність тих чи інших фраз, їх смислове навантаження.

5. Найменування та інша інформація про контрагентів. Якщо у договорі нема юридичної адреси сторін, або є фіктивна юридична адреса зарубіжного партнера, або тільки поштова адреса для направлення кореспонденції до запитання, то у цьому випадку немає можливості знайти партнера для вручення йому позовних матеріалів та повістки щодо виклику його в арбітраж. Тому необхідно перевіряти правовий статус партнера (що юридично він собою являє, де зареєстрований, який обсяг його правоздатності), його фінансове положення, комерційну репутацію, повноваження його представника щодо укладення договору. Якщо це не перевірити, то в ряді випадків експортер може не одержати оплату за свій товар, або не зможе добитися повернення коштів, які були сплачені за імпортні товари, що не були поставлені, або поставлені не в повному обсязі чи з суттєвими недоліками.

Необхідно також перевіряти, щоб найменування зарубіжного партнера у преамбулі відповідало наведеному у розділі „Місцезнаходження сторін”. Це пов’язано з тим, що фірма, яка указана в преамбулі, може бути не зареєстрована в торговому реєстрі і відповідно не визнається юридичною

особою країни, яка названа місцем її знаходження. А фірма, юридична адреса якої указана в контракті, може заперечувати, що вона уклала контракт.

6. У договорах, що передбачають поставку товару в декілька етапів, часто не вказують кількість товару та час поставки на кожному етапі.

7. Іноді допускаються неточності щодо застосування базисних умов поставки товару. Це може призвести до труднощів при вирішенні суперечок, наприклад, щодо питання про момент, у який товар вважається поставленим, про момент переходу ризику з продавця на покупця.

8. При складанні договору слід враховувати, що відносини між контрагентами визначаються не тільки умовами договору, а й нормами права, яке застосовується. Невідповідність умов контракту імперативним наказуванням закону призводить до визнання договору в цілому (або відповідної його умови) недійсними. Якщо у контракті нема умови з якого-небудь питання, то прогалина контракту заповнюється за допомогою норм застосованого права. У цьому випадку контрагент не завжди зможе виконати умову контракту.

9. У контракті доцільно передбачити можливість та порядок внесення доповнень та змін до контракту.

У період комерційних переговорів вивчаються аргументи сторін і знаходяться компромісні рішення. При узгодженні умов контракту одна сторона відсилає другій проект контракту. Після вивчення і знаходження компромісних рішень складається остаточний текст контракту. На цій стадії складаються предконтрактні документи: протокол розбіжностей, протокол узгодження розбіжностей, протокол про залік взаємних вимог, угода про зміну договору, супровідний лист до проекту договору, договір (контракт) купівлі-продажу.

Підготовлений остаточний текст контракту візується кожною стороною підписами уповноважених представників сторін (попереднє підписання чи парафування тексту контракту), а потім підписується, що є останньою стадією укладення контракту.

Отже, контракт вважається укладеним, якщо він підписаний сторонами, юридичні адреси яких у ньому зазначені, чи якщо він підписаний особами, що мають право підпису таких документів.

Якщо сторонами контракту виступають два контрагенти, то він підписується обома сторонами в двох екземплярах, а якщо три і більш контрагентів – то складається в декількох екземплярах і підписується кожною стороною. Якщо сторони знаходяться в різних географічних пунктах і не можуть одночасно підписати контракт, то спочатку всі примірники контракту підписує одна сторона, пересилає їх іншій стороні, яка потім повертає першій стороні необхідну кількість екземплярів із двома підписами.

12.3.2. Форма, момент та мова укладання контракту

Контракт купівлі-продажу може бути укладений у письмовій, усній, (телефонуванням, на аукціонах, на біржах), частково в письмовій і частково в усній формі.

У більшості випадків національні законодавства вимагають тільки письмову форму договору. При цьому в письмовій формі надається оферта й акцепт.

Права й обов'язки контрагентів виникають з моменту укладення контракту. Момент укладення контракту визначається по-різному в різних країнах. Якщо контракт підписується присутніми сторонами, то він вважається укладеним з моменту його підписання, якщо в цьому документі не зазначений інший термін вступу його в дію. Якщо контракт укладається між відсутніми сторонами, то моментом укладення вважається:

- момент відсилання письмового акцепту (у Великій Британії, США, Японії, Швейцарії);
- момент одержання експортером акцепту (у Франції, Німеччині, Італії, Австрії).

Усна домовленість повинна обов'язково надалі підтверджуватися письмовим контрактом.

Контракт укладається на двох мовах, якщо задіяні два контрагенти, а якщо їх більше, то на всіх необхідних мовах.

Текст контракту друкується спочатку на одній мові, потім на іншій. Або кожна сторінка тексту поділяється вертикально на дві частини: на одній текст друкується мовою одного партнера, на іншій – мовою іншого партнера.

12.4. Виконання контракту міжнародної купівлі-продажу

Виконання контракту – це процес реалізації узятих на себе зобов'язань: з боку продавця – у постачанні покупцю товару, що є предметом контракту, з боку покупця – у сплаті встановленої ціни.

12.4.1. Підготовка товару до відвантаження

Продавець, щоб виконати свої зобов'язання, повинен у встановлений термін підготувати товар до відвантаження й оформити документацію, необхідну для відправлення товару й одержання платежів.

При підготовці товару до відвантаження продавець повинен виконати ряд вимог, пропонованих до:

а) упакування товару. Ці вимоги враховують:

- умови транспортування (приймається до уваги спосіб, відстань і тривалість транспортування, можливість перевантаження товару в дорозі, температурний режим і вологість при транспортуванні, погодні умови, способи оплати транспортування, сумісність з іншими вантажами та ін.);
- кліматичні умови (при постачанні товарів у тропічні країни, де висока вологість і температура, упаковка повинна бути особливо міцною, просочена особливими речовинами, виготовлена зі спеціальних матеріалів; як упаковка використовуються металеві контейнери, запаяні ящики і т.ін.);
- специфіку митного режиму країни призначення товару. Упаковка повинна бути пристосована до відповідних вказівок, що містяться в митному тарифі. Наприклад, упаковка повинна бути якомога більш легкою при стягуванні специфічного мита з ваги брутто товару. При стягуванні митних податків з ваги нетто, вага нетто визначається шляхом вирахування з ваги брутто ваги упаковки з урахуванням встановленої в митному тарифі шкали знижок на окремі види упаковки (бочки, ящики, кліті, барабани). Це називається тарним тарифом;
- положення законодавчих актів країни призначення товару щодо упаковки. Так, може бути заборонене ввезення товарів у певній упаковці; введено імпортні мита на окремі види пакувальних матеріалів;

б) маркірування товару. Під маркіруванням розуміються необхідні написи, зображення, умовні позначки, що поміщаються на упаковці. Маркірування повинне містити позначку країни походження товару, відповідати вимогам митниці щодо розміру напису і його нанесення. Маркірування потрібно для належного перевезення і здачі вантажу одержувачу, для полегшення перевантажень товару в дорозі, кількісного добору окремих штук, для запобігання непорозумінь при видачі товару різним адресатам.

12.4.2. Зовнішньоторговельна документація

Залежно від виконуваних функцій, зовнішньоторговельні документи, що підтверджують виконання контракту, можна розподілити на групи:

1. За забезпеченням виробництва експортного товару:

- доручення на покупку (для покупки виробів чи матеріалів, необхідних для виробництва товарів, замовлених покупцем);
- інструкція з виготовлення;
- наряд на вивіз зі складу;
- таблиця фактурування (містить відомості про продані товари, використовується для складання комерційного рахунка);
- інструкція з упакування;
- наряд на внутрішнє транспортування;
- статистичні й адміністративні документи.

2. За підготовкою товарів до відвантаження:

- заявка на фрахтування;
- інструкція з відправлення;
- доручення на відвантаження (повітряні перевезення);
- ордер на перевезення (місцеві перевезення);
- повідомлення про готовність до відправлення;
- ордер на відправлення;
- повідомлення про відправлення;
- повідомлення про розподіл документів;
- дозвіл на постачання.

3. Фінансові документи (з платіжно-банківських операцій):

- інструкція з банківського переведення;
- заявка на банківську тратту;
- повідомлення про інкасовий платіж;
- повідомлення про платіж по товарному акредитиву;
- заявка на банківську гарантію;
- банківська гарантія;
- гарантійний лист по товарному акредитиву;
- інкасове доручення;
- форма надання документів;
- заявка на товарний акредитив;
- товарний акредитив;
- повідомлення про відкриття товарного акредитиву;
- повідомлення про переведення товарного акредитиву;
- повідомлення про зміну товарного акредитиву;
- банківська тратта;
- перевідний вексель;
- простий вексель;
- боргове зобов'язання.

4. Товаросупроводжувальні документи:

4.1. Комерційні документи:

4.1.1. Комерційний рахунок. Основний розрахунковий документ, містить вимогу продавця до покупця про сплату зазначеної суми платежу за поставлений товар. У ньому вказується ціна за одиницю товару, загальна сума платежу, базисні умови постачання товару, спосіб платежу і форма розрахунку, найменування банку, де повинен бути зроблений розрахунок, відомості про оплату вартості перевезення і про страхування. За здійсненими функціями рахунки поділяються на такі види:

- рахунок-фактура – вимога оплати за проданий товар. Виписується звичайно після остаточного приймання товару покупцем;
- рахунок-специфікація – поєднує реквізити рахунка і специфікації. Виписується, коли партія містить різні за асортиментом товари;
- попередній рахунок – виписується, коли приймання товару здійснюється в країні призначення чи при часткових постачаннях і коли контракт ще не підписаний. Після приймання товару чи постачання всієї партії продавець виписує рахунок-фактуру, за яким здійснюється остаточний розрахунок;
- проформа рахунок – містить відомості про ціну і вартість партії товару, але не є розрахунковим документом, тому що не містить вимоги про сплату зазначеної в ньому суми.

4.1.2. Документи, що дають кількісну характеристику товару: специфікація, технічна документація, пакувальний аркуш;

4.1.3. Документи, що свідчать про якість поставлених товарів: сертифікат якості, гарантійний лист, протокол випробувань, дозвіл на відвантаження.

4.2. Страхові документи:

- страховий поліс (підтверджує договір страхування, містить умови страхування);
- страховий сертифікат (засвідчує, що страхування було зроблено і був виданий поліс);
- страхове оголошення (використовується, коли страхувальник повідомляє страхувачу відомості про окремі постачання, на які поширюється договір страхування);
- рахунок страховика;
- ковернот (страхувач сповіщає страхувальника про те, що його інструкції зі страхування виконані).

4.3. Транспортні документи (виписуються вантажоперевізником у посвідчення того, що товар прийнятий ним до перевезення):

4.3.1. При морських перевезеннях:

4.3.1.1. Коносамент – документ, що підтверджує прийняття товару до перевезення морським шляхом і зобов'язує перевізника видати товар законному власнику. Коносамент є:

- розпискою, що підтверджує прийняття до перевезення вантажу, позначеного на лицьовій стороні цього документа («вантаж на борті», «вантаж завантажено», «вантаж прийнятий до навантаження»);
- контрактом на перевезення товару на обговорених у ньому умовах;
- товаророзпорядчим документом, тобто надає право власнику оригіналу розпоряджатися вантажем. Особа, яка зазначена в коносаменті або має коносамент на пред'явника, має право вимагати від вантажоперевізника видачі товару і розпоряджатися їм. Для продажу товару, що знаходиться в дорозі і наданого коносаментом, товаророзпоряднику досить продати чи переуступити свої права по коносаменту.

Види коносаменту:

- іменний, котрий виписується на конкретного одержувача товару. Товар видається особі, на чиє ім'я виписаний коносамент;
- ордерний, відповідно до якого відправник вантажу може передати свої права третій особі, здійснивши індосування коносаменту, тобто поставивши на звороті підпис і печатку. Товар видається особі, на чиє ім'я індосований коносамент;
- коносамент на пред'явника, відповідно до якого товар передається будь-якій особі – власнику коносаменту.

Коносаменти складаються в трьох і більше примірниках з однаковим змістом і датою (для відправника вантажу, вантажоодержувача і вантажоперевізника). Усі примірники складають повний комплект і є оригіналами. Однак товаророзпорядчим документом може бути тільки один оригінал коносаменту. Після видачі вантажу за одним із оригіналів інші втрачають силу.

4.3.1.2. Штурманська розписка;

4.3.1.3. Морська накладна;

4.3.1.4. Докова розписка.

4.3.2. При залізничних перевезеннях: залізнична накладна та дорожня відомість.

4.3.3. При повітряних перевезеннях: авіавантажна накладна.

4.3.4. При автоперевезеннях: автодорожня накладна; бордеро (містить перелік вантажів, перевезених вантажівками).

4.3.5. Під час перевезення декількома видами транспорту: універсальний транспортний документ; документ змішаного перевезення; документ комбінованого перевезення.

4.3.6. При використанні всіх способів перевезень:

- розписка в одержанні вантажу;
- гарантійний лист;
- підтвердження на фрахтування тоннажу;
- заява – вимога про відправлення;
- фрахтовий рахунок;
- повідомлення про прибуття вантажу;
- повідомлення про виникнення перешкод у постачанні;

- повідомлення про виникнення перешкод у перевезенні;
- повідомлення про постачання вантажу;
- вантажний маніфест;
- фрахтовий маніфест;
- контейнерний маніфест.

4.4. Транспортно-експедиторські документи (для оформлення операцій з експедирування, обробки вантажів, складування, організації перевезення, надання місцевих транспортних засобів, перевірки, стану упакування, маркірування):

- відвантажувальне доручення;
- експедиторська інструкція;
- повідомлення експедитором агента імпортера;
- повідомлення експедитором експортера;
- рахунок експедитора;
- експедиторське свідчення про одержання вантажу;
- повідомлення про відправлення;
- складська розписка експедитора;
- розписка в одержанні товару;
- товароскладська квитанція;
- ордер на обробку вантажів;
- пропуск на товар;
- документи на портові збори.

4.5. Митні документи (для оформлення переходу товарів через митний кордон):

- митна декларація;
- експортна, імпортна, валютна ліцензії;
- декларації валютного контролю (експорт і імпорт);
- декларації: податкова, вантажна, про товари для внутрішнього споживання, про негайне митне вивільнення, про небезпечні вантажі;
- митне повідомлення про постачання;
- заявка і сертифікат про походження товару;
- сертифікат (ЮНКТАД) про походження товару, який підпадає під дію преференціального режиму;
- консульська фактура;
- свідчення про районне найменування;
- заявка і свідчення про контроль якості;
- заявка і свідчення про огляд;
- статистичні документи (експорт, імпорт);
- свідчення: ветеринарне, санітарне, фітосанітарне, карантинне;
- декларація про товари для митного транзиту;
- міжнародна митна декларація, зразок МЗП (відповідно до положень Міжнародної конвенції 1952р. про полегшення умов залізничного перевезення вантажів через границі);

- книжка МДП (відповідно до вимог Митної конвенції про міжнародне перевезення вантажів);
- книжка АТА (відповідно до вимог Митної конвенції про тимчасовий ввіз вантажів);
- декларація ТМТ (відповідно до вимог Митної конвенції про міжнародне транзитне перевезення вантажів);
- транзитне гарантійне свідчення.

12.4.3. Відповідальність сторін за порушення договірних зобов'язань

В разі порушення договору однією із сторін друга сторона може вживати відповідні засоби правового захисту. Вони використовуються, коли має місце суттєве порушення договору і контрагент втрачає те, на що розраховував.

Коли договір порушується продавцем, то покупець може: заявити, про розірвання договору; вимагати заміни товару у випадку його невідповідності і усунення цієї невідповідності шляхом виправлення; встановити додатковий строк для виконання продавцем своїх зобов'язань; вимагати відшкодування збитків; знизити ціну тощо.

Якщо покупець не виконує будь-яке зі своїх зобов'язань за договором, то продавець може: розірвати договір; вимагати відшкодування збитків, сплати ціни, прийняття поставки, виконання їм інших зобов'язань; встановити додатковий строк розумної тривалості для виконання договору.

На виконання зовнішньоторговельного договору впливають дві групи умов, які необхідно враховувати:

- умови, на які партнери угоди не можуть впливати і змінювати;
- умови, які партнери можуть встановлювати і змінювати.

До першої групи умов відносяться:

- економічні та політична ситуація в країні імпортера;
- діючі національні та міжнародні системи регулювання розрахунків у міжнародній торгівлі;
- забезпеченість платіжних зобов'язань (фінансовий стан партнера).

До другої групи умов відносяться:

- умови постачання (терміни, періодичність, умови транспортування, страхування тощо);
- порядок та строки платежу;
- одержання додаткових гарантій при здійсненні розрахунків

Найбільш складною є оцінка першої групи умов виконання зовнішньоторговельного договору, що потребує значного обсягу організаційно-інформаційної роботи. Вирішення такого завдання рекомендується здійснювати на основі аналізу існуючих рейтингів країн, розробкою яких займаються авторитетні агентства і консалтингові фірми.

Глава 13. Врегулювання міжнародних торгових спорів

13.1. Врегулювання міжнародних торгових спорів міжнародним комерційним арбітражем

Для вирішення суперечок, що виникають у міжнародній торгівлі між сторонами різних держав, найчастіше використовується міжнародний комерційний арбітраж. Міжнародний комерційний арбітраж (третейський суд) — це недержавний орган, який формується із осіб за вибором сторін або за призначенням у порядку, встановленому законом.

Організації й фірми різних країн, укладаючи контракти, зазвичай вважають, що арбітражний розгляд спорів є кращим, ніж судовий. Його перевагами є: відносна швидкість розгляду; добровільність підпорядкування спору арбітражу; компетентність і нейтральність арбітрів, а також можливість вибору сторонами таких арбітрів, яких вони вважають найбільш кваліфікованими для розгляду певного спору; конфіденційність розгляду спорів; відносно невелика вартість арбітражного розгляду порівняно із судовим; арбітражне рішення оскарженню не підлягає. Слід відзначити, що можливість примусового виконання арбітражного рішення існує практично в усьому світі.

Умовою арбітражного (третейського) порядку вирішення спору є угода сторін про його передачу на розгляд арбітражу. Така угода може бути включена в текст зовнішньоекономічного контракту і в цьому разі її прийнято іменувати «арбітражним застереженням». Вона також може бути укладена у вигляді окремої угоди, і тоді її називають арбітражною угодою, підкреслюючи її відокремленість від контракту. Основною вимогою, що пред'являється до арбітражної угоди законодавством більшості країн, є вимога про додержання письмової форми.

При укладенні арбітражного договору в ньому необхідно передбачити:

- місце розгляду спору;
- норми права, від яких не можна відступати;
- вибір, матеріального права, відповідно до якого буде розглядатися суперечка[4];
- межі дії арбітражного застереження;
- вибір арбітрів;
- оплату третейського суду по розгляду суперечки;
- мова, на якій буде розглядатися суперечка;
- характер розгляду справи (ступінь відкритості, термін);
- процедуру, якої повинні дотримуватися арбітри (на основі тільки документів, усного розгляду, опитування свідків і т.ін.);

---

[4] Матеріальне право – всі правові норми, які діють у певних країнах, які не стосуються процесу. Кожна країна має свої норми міжнародного приватного права, які визначають, матеріальне право якої країни потрібно застосовувати судами для вирішення юридичних питань, які виникають при здійсненні міжнародних торговельних угод.

- третейський суд зобов'язаний винести рішення, якщо тільки сторони не вирішать суперечку мирно;
- чи не впливає недійсність окремих положень арбітражного договору на дійсність договору в цілому;
- у яких випадках можна вважати, що ще не вичерпано процедури «мирного» врегулювання суперечки.

Особливість укладеної арбітражної угоди полягає у її обов'язковості для сторін, які не можуть ухилитися від передачі спору арбітражу.

Арбітражна угода, у тому числі арбітражне застереження у зовнішньоекономічному контракті, має стосовно контракту самостійність, автономність. Це означає, що дійсність арбітражної угоди не залежить від дійсності контракту, щодо якого вона була укладена.

Інституціональну структуру міжнародного арбітражу складає сукупність різних арбітражних органів, діяльність яких спрямована на забезпечення безпеки і передбачуваності світової системи торгівлі.

Міжнародний комерційний арбітраж може бути утворений спеціально для розгляду окремої справи, який прийнято називати ізольованим, або як постійно діюча арбітражна установа (інституційний арбітраж).

Постійно діючі арбітражі створюються при торгових та торгово-промислових палатах країн, при біржах, асоціаціях тощо. Серед них розрізняють загальні арбітражі, що існують при торгових палатах відповідних країн, і спеціальні, що розглядають певні справи з урахуванням виду товару чи напряму діяльності (наприклад, Арбітраж Лондонської асоціації з торгівлі зерном, Міжнародний арбітраж з морського і внутрішнього судноплавства у Гдині). Існує понад 100 постійно діючих арбітражів. Широко відомі і користуються високим авторитетом такі установи, як Арбітражний суд Міжнародної торгової палати у Парижі, Лондонський Міжнародний третейський суд, Арбітражний інститут Торгової палати Стокгольма, Американський арбітраж, Європейський арбітраж. Існує Міжнародний комерційний арбітражний суд при Торгово-промислових палатах країн СНД, зокрема Міжнародний комерційний арбітражний суд при Торгово-промисловій палаті України (Арбітражний суд).

Міжнародний Арбітражний Суд МТП є неурядовою організацією і функціонує з 1923 року. Він займається арбітражним врегулюванням міжнародних комерційних суперечок. Ним розроблені Регламент про арбітраж та Регламент про факультативне примирення (для сприяння мирному вирішенню спорів).

Відповідно до рекомендацій МТП усі сторони, що хочуть посилатися на Арбітраж МТП, у своїх контрактах повинні використовувати наступний нормативний пункт: «Усі суперечки, що виникають у зв'язку з дійсним контрактом, підлягають остаточному врегулюванню відповідно до Регламенту про Примирення й Арбітраж МТП одним чи декількома арбітрами, призначеними відповідно до цього Регламенту».

Регламент про Арбітраж МТП не обмежує сторони у вільному виборі закону, що регулює контракт, а також місце і мову арбітражу.

Європейський арбітраж регламентується Конвенцією про зовнішньоторговельний арбітраж, підписаною в Женеві в 1961р. Конвенція ратифікована Україною. Європейський арбітраж діє під егідою Європейської економічної комісії ООН. З 1966р. діє Регламент про арбітраж ЄЕК ООН.

Лондонський міжнародний третейський суд діє на основі «Регламенту ЛСМА». Існує список арбітрів, шкала арбітражних зборів, прийнята типова обмовка, яка передається на розгляд і кінцеве вирішення в арбітраж.

Американський арбітраж представлено Американською арбітражною асоціацією, діяльність якої регулюється Законом про арбітраж США, Єдиним арбітражним законом, Регламентом комерційного арбітражу та Додатковими процедурами міжнародного комерційного арбітражу.

Міжнародний комерційний арбітражний суд при Торгово-промисловій палаті України (Арбітражний суд) є самостійним постійно діючим третейським судом, який розглядає економічні суперечки, що виникають при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності з договірних і інших видів міжнародних економічних зв'язків, якщо хоча б одна зі сторін є іноземною. До його компетенції відносяться суперечки, що виникають з відносин: купівлі-продажу (постачання) товарів; виконання робіт; надання послуг; обміну товарами і/чи послугами; перевезення вантажів і пасажирів; торгового представництва і посередництва; оренди (лізингу); науково-технічного обміну й обміну іншими результатами творчої діяльності; спорудження промислових і інших об'єктів; ліцензійних операцій; страхування; спільного підприємництва, інших форм підприємницької кооперації; інших видів міжнародних економічних зв'язків.

Таким чином, до суду за угодою сторін можуть передаватись:

- спори з договірних та інших цивільно-правових відносин, які виникають при здійсненні зовнішньоторговельних та інших видів міжнародних економічних зв'язків, якщо комерційне підприємство хоча б однієї із сторін спору знаходиться за кордоном;
- спори підприємств з іноземними інвестиціями і міжнародних об'єднань та організацій, створених на території України, між собою, спори між їх учасниками, а так само їх спори з іншими суб'єктами права України.

Діяльність Арбітражного суду здійснюється на основі Регламенту Міжнародного комерційного суду при ТПП України, Закону України «Про міжнародний комерційний арбітраж» № 4002 – XII від 24 лютого 1994р., що установлює вимоги до арбітражного договору (арбітражному застереженню), вимоги до порядку вибору арбітрів, правила арбітражної процедури, порядок прийняття арбітражних рішень.

В інституціональній структурі міжнародного арбітражу особливе місце займає Комісія ООН з питань права міжнародної торгівлі (ЮНСІТРАЛ), яка не є міжнародним арбітражним центром, але нею розроблено декілька документів з уніфікації права міжнародного арбітражу, тобто вони містять типові правила щодо доарбітражного врегулювання спорів і про арбітраж.

До них належать: Правила про арбітраж 1976 р., Правила щодо доарбітражному врегулюванню спорів 1980 р., Типовий закон про арбітраж 1985 р. Ці документи багатьма державами покладено в основу розробки національних законодавчих актів.

При складанні міжнародних торгових контрактів у частині, що стосується вирішення спорів, можна робити посилання на перераховані вище документи шляхом використання типового арбітражного застереження, наведеного в них.

13.2. Врегулювання торгових суперечок у рамках СОТ

У ГАТТ 1994 р. СОТ передбачена загальна система правил і процедур, які застосовуються в суперечках, що виникають між сторонами зовнішньоторговельних відносин. Орган вирішення спорів у рамках СОТ, функцію якого виконує Генеральна рада СОТ, має виняткові повноваження створювати третейські групи для розгляду конкретних суперечок; затверджувати доповіді, що надаються такими групами, а також апеляційним органом; стежити за виконанням рішень і рекомендацій; санкціонувати застосування відповідних заходів у випадку невиконання рекомендацій.

Мета механізму врегулювання суперечок у рамках СОТ полягає в забезпеченні позитивного рішення суперечок, тобто заохочується прагнення сторін до пошуку взаємоприйнятого рішення проблем, що виникають у відносинах між країнами-членами. Врегулювання спорів досягається в процесі двосторонніх консультацій між зацікавленими урядами.

Так, на першому етапі врегулювання розбіжностей, проведення таких консультацій є обов'язковою умовою. Якщо консультації не дають бажаних результатів протягом 60 днів, позивач може звернутися в ОРС із проханням про утворення третейської групи для розгляду справи.

Порядок проведення роботи третейської групи полягає в такому.

До початку розгляду суперечки кожна сторона представляє групі свою заяву, у якій викладаються факти й аргументи, що стосуються спору;

Якщо одна зі сторін піднімає питання наукового чи технічного характеру, третейська група може призначити групу експертів для підготовки експертного висновку.

Третейська група представляє сторонам описовий розділ своєї доповіді (фактологічна сторона справи й аргументація сторін) і дає їм два тижні для підготовки зауважень. Потім група надає сторонам проміжну доповідь з висновками і дає сторонам один тиждень для подачі заяви про перегляд доповіді.

Термін перегляду – не більш двох тижнів.

Заключна доповідь передається сторонам у суперечці протягом шести місяців. У разі негайної потреби, коли мова йде про швидкопсувні товари, терміни надання доповіді скорочуються до трьох місяців. Через три тижні після передачі доповіді сторонам, доповідь поширюється серед усіх членів СОТ.

У випадку, якщо третейська група визнає, що розглянутий захід суперечить умовам відповідної угоди СОТ, вона рекомендує країні-члену, що запровадила цей захід, привести його у відповідність із цією угодою. Група також може запропонувати шляхи виконання рекомендації.

Доповіді третейської групи затверджуються ОРС.

Механізм розв'язання спорів у СОТ передбачає можливість подати апеляцію кожної зі сторін. Апеляція розглядається постійним апеляційним органом, що створюється ОРС і складається з 7 чоловік. Термін розгляду апеляції не повинен перевищувати 60 днів. Апеляційний орган у праві підтвердити, змінити чи анулювати правові висновки і висновки третейської групи.

Процес врегулювання спорів третейською групою показано на рис. 13.1.

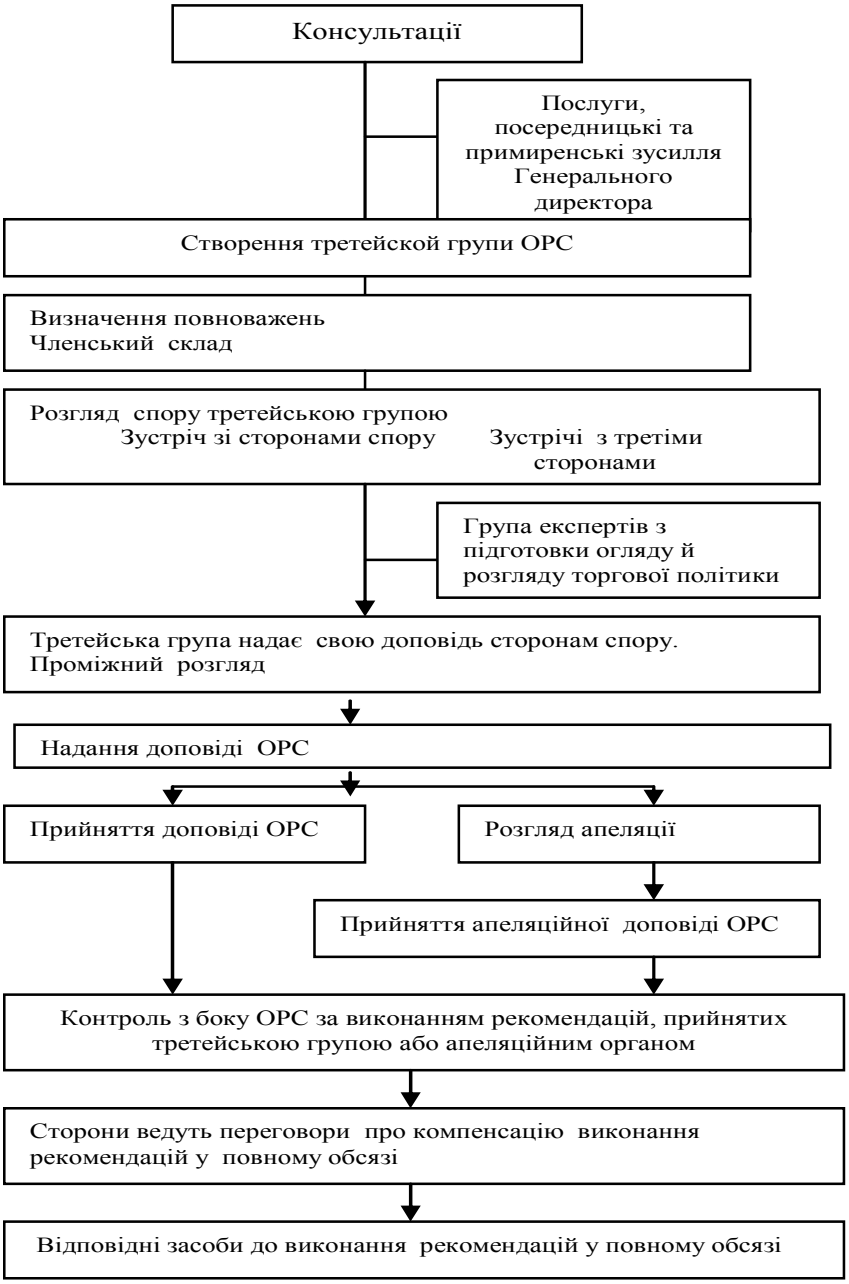


Рис 13.1. Процес врегулювання спорів третейською групою, яка була створена Органом розв'язання спорів СОТ

ОРС приймає доповідь апеляційного органа, що в безумовному порядку підлягає прийняттю сторонами суперечки, якщо немає загальної думки, проте що доповідь не повинна бути прийнята.

Невідкладне виконання рекомендацій ОРС є необхідною умовою ефективного розв’язання суперечок.

На засіданні ОРС, що проводиться протягом 30 днів після затвердження доповіді третейської групи чи доповіді апеляційного органа, порушена сторона (відповідач) зобов'язана викласти свої наміри у відношенні виконання рекомендацій. Якщо негайне виконання рекомендацій неможливе за об'єктивних причин, ОРС установлює «розумні терміни» для їх виконання. У випадку невиконання рекомендацій у встановлений термін, сторона-відповідач зобов'язана почати переговори з позивачем для визначення взаємопогоджуваної компенсації, наприклад, про зниження тарифів у секторах, що являють особливий інтерес для позивача.

Якщо задовільна для позивача компенсація не буде погоджена, позивач вправі звернутися до ОРС за санкцією на призупинення дії поступок чи зобов'язань стосовно відповідача.

Дія поступок припиняється в тому секторі торгівлі, у відношенні якого виникла суперечка. Якщо цей захід є чомусь неефективним чи не може бути реалізований за практичних міркувань, дія поступок припиняється у відношенні іншого сектора торгівлі, але в рамках тієї ж угоди, а якщо і це неможливо, то дія поступок припиняється в рамках іншої угоди СОТ.

ОРС контролює виконання прийнятих рекомендацій чи правових визначень, а будь-яка невирішена суперечка буде залишатися в його порядку денному до повного розв’язання.

Розділ VI. Розрахункові операції з міжнародних торговельних угод

Глава 14. Сутність та основні форми міжнародних розрахунків

14.1. Характеристика міжнародних розрахунків

Міжнародні розрахунки є системою регулювання платежів за грошовими вимогами та зобов'язаннями, що виникають між суб'єктами міжнародної економічної діяльності на основі політичних, економічних, науково-технічних та інших відносин. Отже, міжнародні розрахунки - це:

а) комерційні платежіза грошовими вимогами і зобов'язаннями, що виникають між підприємствами, банками, установами й окремими особами різних країн , пов'язані з міжнародною торгівлею, міжнародним кредитом, прямими іноземними інвестиціями тощо;

б) некомерційні платежі, пов'язані з перевезенням пасажирів, страхуванням, туризмом, переказом грошей за кордон тощо.

На стан міжнародних розрахунків комплексно впливають численні чинники:

- економічні та політичні відносини між країнами;
- становище країни на товарних і грошових ринках;
- ступінь використання та ефективність державних заходів щодо зовнішньоекономічного регулювання;
- міжнародні торговельні правила та звичаї;
- регулювання міждержавних товарних потоків, послуг і капіталів;
- відмінності в темпах інфляції в різних країнах;
- стан платіжного балансу;
- банківська практика;
- умови зовнішньоторговельних контрактів та кредитних угод;
- конвертованість валют тощо.

Особливості міжнародних розрахунків полягають у такому:

1. Імпортери та експортери, їх банки вступають до певних відособлених від зовнішньоекономічного контракту відносин, пов'язаних з пересилкою, обробкою товаророзпорядчих і платіжних документів, із здійсненням платежу. Обсяг зобов'язань і розподіл відповідальності між ними залежать від конкретної форми розрахунків.

2. Міжнародні розрахунки регулюються національними нормативними та законодавчими актами, міжнародними банківськими правилами та звичаями.

3. Міжнародні розрахунки є об'єктом уніфікації. Це зумовлено процесом інтернаціоналізації господарських зв'язків, універсалізацією банківських операцій. Наприклад, уніфікація вексельного законодавства, Уніфіковані правила для документарних акредитиву та інкасо, Правила щодо контрактних гарантій тощо.

4. Міжнародні розрахунки мають, як правило, документарний характер, тобто здійснюються проти фінансових і комерційних документів.

5. Міжнародні розрахунки здійснюються у різних валютах, а відтак, по-перше, на їх ефективність впливає динаміка валютних курсів, по-друге, нормальне функціонування міжнародних товарно-грошових відносин можливе лише за умови вільного обміну національної валюти на валюту інших країн. Іншими словами, найбільш ефективна участь тієї чи іншої країни у міжнародних торговельних розрахунках можлива лише на основі конвертованої валюти. У сучасній практиці розрахунки між банками різних країн з боргових вимог і зобов'язань здійснюються в основному у ВКВ. У країнах з частково конвертованою валютою держава використовує валютні обмеження, що безпосередньо впливає на зовнішньоторговельні розрахунки.

Міжнародні розрахунки бувають двосторонніми, коли вони здійснюються між двома країнами, або багатосторонніми, коли суми, виручені від реалізації товарів в одній країні, використовуються для платежів третім країнам.

Переважна частина міжнародних розрахунків здійснюється в порядку безготівкових розрахунків, через банки різних країн, котрі підтримують взаємні кореспондентські зв'язки, тобто відкривають один одному рахунки, зберігають на них грошові кошти у відповідній валюті і виконують платіжні та інші доручення на засадах взаємності. Робиться це так: банк в країні імпортера списує суму платежу з рахунку свого клієнта і зараховує її (або еквівалент в іноземній валюті) на рахунок іноземного банку — кореспондента, а банк в країні експортера списує цю суму з рахунку кореспондента і зараховує її на рахунок свого клієнта, що експортував свій товар.

Платежі готівкою з міжнародних розрахунків виконуються в основному під час подорожей за кордон делегацій, туристів або приватних осіб, котрі обмінюють у банках валюту своєї країни на відповідну іноземну валюту.

Міжнародні розрахунки у зв'язку з рухом капіталу пов'язані з функціонуванням фінансових ринків, з рухом цінних паперів як у формі прямих, так і портфельних інвестицій.

Провідну роль у міжнародних розрахунках відіграють великі банки. Ступінь їх впливу в міжнародних розрахунках залежить від:

- масштабів зовнішньоекономічних зв'язків країни базування;
- застосування національної валюти країни базування;
- спеціалізації, фінансового стану, ділової репутації;
- мережі банків-кореспондентів.

Для здійснення розрахунків банки використовують свої закордонні відділення та кореспондентські відносини з іноземними банками. Кореспондентські відносини з іноземними банками супроводжуються відкриттям рахунків «лоро» (рахунків іноземних банків у даному банку) і «ностро» (рахунків даного банку в іноземних банках). Кореспондентські відносини визначають порядок розрахунків, розмір комісії, методи поповнення витрачених коштів.

Основними формами міжнародних розрахунків у міжнародній торгівлі є товарний акредитив і акцепт документів, переданих банкові на інкасо.

14.2. Міжнародні розрахунки за допомогою акредитива

Акредитив — це розрахунковий або грошовий документ, який являє собою доручення однієї кредитної установи іншій здійснити за рахунок спеціально забронюваних коштів оплату товарно-транспортних документів за відвантажений товар або сплатити пред'явникові акредитива певну суму грошей. Акредитив завіряє експортера, що банк оплатить перевезену продукцію. Він також завіряє імпортера, що оплата експортеру не буде виконана без перевірки того, що вся документація відповідає строкам і умовам акредитива.

Процедура здійснення акредитивної операції поділяється на три фази.

1 фаза. Угода про відкриття акредитиву. Розглядається пропозиція щодо умов поставки товару. Експортер надає потенційному покупцеві свою пропозицію і під час переговорів з покупцем обговорює умови акредитиву.

2 фаза. Доручення на відкриття акредитиву. Ця фаза пов'язана з підписанням умов поставки товару та його оплати. Імпортер дає експортеру замовлення на поставку товару, відповідно підписавши договір з купівлі-продажу. Водночас він дає своєму банку доручення на відкриття акредитиву.

3 фаза. Використання акредитиву. Експортер поставляє замовлений товар і надає банку документи на оплату.

За випуск і оплату акредитива комерційні банки отримують певну комісійну винагороду[27, с.516].

14.3. Міжнародні розрахунки за допомого інкасо

Інкасо— це банківська операція, за допомогою якої банк за дорученням свого клієнта (експортера) отримує на підставі розрахункових документів, грошові кошти, що належать клієнту, від платника (імпортера) за відвантажені йому товарно-матеріальні цінності або надані послуги і зараховує ці кошти на рахунок клієнта-експортера у себе в банку. Ця форма платежу значно поширена, оскільки дешевша порівняно з акредитивом.

Здійснення інкасо умовно поділяють на три фази.

Фаза 1. Домовленість про умови інкасо. Експортер визначає у своїй пропозиції умови платежу або узгоджує їх з покупцем у контракті на купівлю-продаж.

Фаза 2. Видача інкасового доручення та надання документів. Після отримання замовлення або після укладення договору про купівлю-продаж продавець відвантажує замовлений товар або безпосередньо на адресу покупця або на адресу посередника. Одночасно він складає всі необхідні документи (рахунок-фактуру, коносамент, страховий сертифікат, свідоцтво про походження товару та ін.) і відправляє їх разом з інкасовим дорученням своєму банкові (банку-ремітенту). Банк-ремітент передає документи з необхідними інструкціями інкасуючому банкові.

Фаза 3. Подання документів платнику. Інкасуючий банк інформує покупця про надходження документів, а також про умови їх одержання. Він приймає від покупця платіж або акцептований вексель і передає покупцеві документи. Сплачена сума по інкасо переводиться банку-ремітенту, який потім зараховує її на рахунок експортера [27, с.513].

Глава 15. Засоби та способи здійснення міжнародних платежів

15.1. Засоби платежу в міжнародній торгівлі

15.1.1. Платіж векселями

У системі міжнародних розрахунків одним з головних інструментів є вексель.

Вексель відноситься до кредитних засобів платежу, що обумовлено поширенням у зовнішній торгівлі комерційного кредиту.

Вексель – це цінний папір, який засвідчує безумовне грошове зобов'язання векселедавця сплатити після настання строку визначену суму грошей власникові векселя (векселедержателю)

Середовища застосування векселів:

- для оплати за поставлену продукцію, виконані роботи та надані послуги;
- для покриття взаємної заборгованості суб'єктів підприємницької діяльності;
- при ввезенні в країну майна як внеску іноземного інвестора до статутного фонду підприємства з іноземними інвестиціями, а також за договорами (контрактами) про спільну інвестиційну діяльність;
- для сплати ввізного чи вивізного мита, податків та зборів при ввезенні (вивезенні) давальницької сировини;
- для сплати експортного мита, податку на додану вартість, податку на прибуток тощо.

При розрахунках із зовнішньоторговельних операцій використовуються два основні види векселів: прості та переказні (тратти).

Простий вексель – це складений за суворо визначеною формою документ, за яким боржник (векселедавець) бере на себе просте, нічим не обумовлене зобов'язання у зазначений строк, в обумовленому місці здійснити платіж кредиторові (векселедержателеві) або тому, кому він накаже. При простому векселі платником є сам векселедавець. Таким чином, простий вексель – це боргове зобов'язання імпортера здійснити платіж.

Переказний вексель (тратта) – це складений за суворо визначеною формою документ, у якому міститься проста і нічим не обумовлена пропозиція боржника, векселедавця (трасанта) іншій особі, платникові (трасату) в зазначений строк у зазначеному місці здійснити платіж кредитору, векселедержателю (ремітенту) або тому, кому він накаже. Іншими словами, переказний вексель – це письмовий наказ здійснити платіж певній особі у певний строк, який виставляється експортером на іноземного імпортера.

Переказний вексель відрізняється від простого тим, що векселедавець сам платіж не здійснює, а переказує цей свій обов'язок на свого боржника (платника за векселем).

При розрахунках на умовах комерційного кредиту частіше використовується переказний вексель.

Гарантією за простими та переказними векселями є їх авалювання банком. 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) та підписується авалістом.

У міжнародному платіжному обігу вексель є оборотним фінансовим документом. Це означає, що з передачею векселя іншій особі до нього переходять усі права, вимоги та ризик за цим документом. Передавання векселя здійснюється шляхом передавального напису – індосаменту, який здійснюється на зворотному боці векселя і підписується індосаментом.

Вексель може бути виписаний у будь-якій валюті, проте здебільшого він виписується у валюті країни платежу.

Векселі, які виписані в одній країні, а підлягають оплаті в іншій, називаються іноземними (зовнішніми).

В основі розрахунків при операціях з іноземними векселями важливе значення має вексельний курс.

Вексельний курс – це ціна іноземного векселя у національній валюті. При котируванні короткострокових вексельних курсів за основу береться курс "спот", а при котируванні довгострокових вексельних курсів орієнтуються на курс "форвард".

Поряд з комерційними векселями використовуються і банківські векселі. Банківський вексель – це тратта, яку виставляють банки на своїх іноземних кореспондентів. Імпортери, купуючи ці векселі у національних банків і пересилаючи їх для експортерів, погашають у такий спосіб свої боргові зобов'язання.

15.1.2. Платіж чеками

У торговельних і неторговельних розрахунках широко використовуються чеки. Чеки застосовуються як самостійний засіб платежу, а також у поєднанні з іншими формами міжнародних розрахунків.

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

Чек є особливою формою розрахунків, яка має зовнішню простоту та підвищену мобільність. Він зручний для розрахунків тоді, коли імпортер боїться віддати гроші до того, як одержить товар, а експортер не хоче передати товар до одержання гарантій платежу. Використання чека дозволяє заощаджувати обігові кошти – готівку та прискорити платежі, оскільки всі чеки оплачуються після подання.

Безумовний характер платежу за чеком означає незалежність зобов'язань сплатити вказану у чеку суму від умов та дійсності угоди, для

виконання якої виданий чек. Недійсність даної умови не є підставою для відмови здійснити платіж за чеком.

Чек за умови передачі від однієї особи до іншої може бути: іменний, ордерний, чек на пред'явника.

Залежно від чекодавця чеки поділяються на банківські та фірмові.

У розрахунках неторговельного характеру використовуються дорожні чеки та єврочеки.

15.1.3. Платежі пластиковими картками

Пластикові картки широко використовується у практиці міжнародних розрахунків приватного характеру. Цей метод платежу може бути реалізований лише у спеціально обладнаних місцях. Пластикові картки бувають двох видів: дебетні та кредитні.

Дебетні картки використовують для оплати товарів та послуг за допомогою прямого списання певної суми грошей з банківського рахунка клієнта.

Кредитні картки дозволяють її власнику здійснити оплату товарів та послуг за рахунок банківських позичок чи кредиту компанії-емітента кредитної картки.

За характером надання послуг виділяють такі види кредитних карток: цільові, гарантійні, універсальні.

15.1.4. Банківський переказ

Банківський переказ – це розрахункова банківська операція, яка являє собою доручення комерційного банку своєму банку-кореспонденту сплатити відповідну суму грошей на прохання та за рахунок переказника іноземному отримувачу (бенефіціару) із зазначенням способу відшкодування банку-платнику сплаченої ним суми.

Банківський переказ полягає у пересиланні платіжного доручення одного банку іншому.Платіжне доручення – це розрахунковий документ, який містить доручення платника банку, що його обслуговує, здійснити переказ указаної в ньому суми грошових коштів зі свого рахунка на рахунок одержувача. Платіжним дорученням розраховуються з постачальниками та підрядниками в разі передоплати ними за узгодженням із кредиторами. При розрахунку дорученнями скорочується час і документообіг операції.

Банківський переказ є складовим елементом акредитивів, інкасо, чеків, векселів.

15.2. Способи платежу в міжнародній торгівлі

Перекази за кордон можуть здійснюватися письмово, поштою, телеграфом, телетайпом, через міжбанківські системи комунікацій тощо.

Серед цих способів платежу в умовах зростання платіжного обороту між банками країн світу підвищується значення комунікаційних систем стандартизованого вигляду, які працюють з уніфікованою інформацією. Такими системами переміщення коштів між банками за товари та надані послуги є міжнародні платіжні системи.

Міжнародна платіжна система– це платіжна система, в якій платіжна організація може бути як резидентом, так і нерезидентом і яка здійснює свою діяльність на території двох і більше країн та забезпечує проведення переказу грошей з однієї країни в іншу[31, с.81].

Кількість міжнародних банківських мереж постійно збільшується. Для задоволення зростаючого попиту на інформаційне і телекомунікаційне обслуговування створюються міжнародні мережі, які надають комплекс послуг по переводу платежів, інформаційному забезпеченню і управлінню активами. Найвідомішими міжнародними платіжними системами є системи SWIFT і TARGET.

Система SWIFT (Societyfor World-Wide Interbank Financial Telecommunications) – це всесвітня міжбанківська фінансова телекомунікаційна система. Вона була організована у 1973 р. у Брюсселі з метою розробки уніфікованих методів обміну фінансовою інформацією і створення міжнародної мережі передачі даних з використанням стандартизованих повідомлень. Ця система є найбільшою і найпоширенішою в світі мережею фінансових повідомлень, після під’єднання до якої будь-який банк може вважати себе повноцінним членом світового фінансового співтовариства. Основними напрямами діяльності SWIFT є надання оперативного, надійного, ефективного, конфіденційного та захищеного від несанкціонованого втручання доступу до телекомунікаційного обслуговування банкам та для проведення робіт по стандартизації форм і методів обміну фінансовою інформацією.

SWIFT надає такі послуги:

- обмін стандартизованими фінансовими повідомленнями з фіксованим набором символів;
- передача по мережі масових платежів й інших файлів з довільним набором символів;
- обмін захищеними фінансовими повідомленнями власних форматів у режимі реального часу (у режимі «он-лайн», тобто час відправлення засобів у тому місці, де знаходиться початкова точка переказу);
- об'єднання структурних підрозділів фінансової організації та її клієнтів у єдину віртуальну мережу (створення закритої групи користувачів), керовану члену SWIFT;
- одержання в інтерактивному режимі інформації про стан кореспондентського рахунку.

Мережею SWIFT передаються як платіжні повідомлення, так і повідомлення, що мають відношення до казначейства, цінних паперів та торгівлі. Фінансові повідомлення SWIFT класифікують на: системні повідомлення; клієнтські перекази та чеки; перекази фінансових організацій; ринки грошових коштів – форекс, депозити та деривативи; інкасо та касові листи; ринки цінних паперів; дорогоцінні метали; акредитиви та гарантії; дорожні чеки; управління грошовими коштами та статус клієнта.

Передача по мережі SWIFT одного повідомлення складає від 20 секунд до 5-20 хвилин, при чому забезпечується високий ступінь надійності та конфіденційності (близько 100%).

Щоденно в світі передається більше 9 млн. повідомлень SWIFT сумарною вартістю більше 7 трлн дол. США.

Головні переваги SWIFT:

- надійність, оскільки SWIFT бере на себе фінансову відповідальність за точну, повну та своєчасну доставку повідомлень;
- швидкість. Доставка повідомлень здійснюється за декілька секунд, при чому перевірка та підтвердження дійсності здійснюється повністю автоматично;
- безпека, тому що мережа SWIFT гарантує повну безпеку багаторівневою комбінацією фізичних, технічних і організаційних методів захисту, забезпечує повну самостійність і таємність переданих повідомлень;
- ефективність, оскільки всі платіжні документи надходять у систему в стандартизованому виді, що дає змогу автоматизувати обробку даних, виключити можливість різного розуміння змісту повідомлень відправником і одержувачем, і підвищити в остаточному підсумку ефективність роботи банку. Фіксація виконання трансакцій дає можливість повного контролю (аудита) усіх розпоряджень і щоденного автоматизованого формування звіту по них; крім цього, долаються мовні бар'єри і зменшуються розходження в практиці проведення банківських операцій;
- рентабельність. Мережа SWIFT дозволяє суттєво знизити розрахункові та фінансові ризики, здешевити вартість повідомлень та розширити спектр послуг для своїх клієнтів, що в свою чергу підвищує конкурентоспроможність банків-членів.

Головним недоліком SWIFT, з погляду користувачів, є висока плата за вступ, що створює певні проблеми для дрібних і середніх банків. Взагалі, як показує практика, витрати банків на участь у системі SWIFT окупаються зазвичай протягом 5 років.

На базі SWIFT побудовано більше 50 національних платіжних систем.

У ЄС для обслуговування операцій між Європейським центральним банком і національними центральними банками створено **Транс'європейську автоматизовану систему валових розрахунків у режимі реального часу – TARGET** (Trans-European Automated Real-Time Gross Settlement Express Transfer System), яка почала діяти 4 січня 1999 р. Вона була організована з метою полегшення запровадження єдиної валютної політики, скорочення часу проходження транскордонних платежів, створення надійного та безпечного механізму для здійснення транскордонних платежів, підвищення ефективності

платежів між країнами ЄС. Її основою є система SWIFT. Система TARGET – це децентралізована система, тобто транскордонні платежі проходять через національні центральні банки, оминаючи Європейський центральний банк (ЄЦБ). Вона складається з національних систем валових розрахунків у режимі реального часу (ВРРЧ), системи взаємозв'язку між ними та Європейським центральним банком (ЄЦБ). Система TARGET виконує такі три основних завдання:

- обслуговує потреби грошово-кредитної політики Євросистеми;
- збільшує ефективність внутрішньоєвропейських трансграничних платежів;
- забезпечує надійний і безпечний механізм для врегулювання трансграничних платежів.

В TARGET оброблюються такі види розрахункових операцій:

- платежі, безпосередньо пов'язані із операціями центральних банків, де хоча б однією із сторін (отримувачем чи відправником) виступає Євросистема;
- розрахункові операції неттінгових систем великих переказів, що працюють в євро;
- платежі в євро між кліринговими банками;
- міжбанківські та клієнтські платежі в євро.

На систему TARGET припадає близько 70% загального обсягу валових європейських розрахунків. Через неї щоденно здійснюється понад 200 тис. платежів на суму близько 1500 млн. євро. Середній розмір одного клієнтського транскордонного платежу – 1 млн. євро, а міжбанківського – близько 18млн євро.

З січня 2007 р. розпочато впровадження системи TARGET 2. Основа розвитку TARGET 2 визначається задачею створення єдиного європейського платіжного простору, що припускає гармонізацію інфраструктури, інтерфейсів і функціональності, однаковість системи менеджменту, загальну систему керування ліквідністю, а також єдині ціни. Крім цього, на розвиток системи впливає розширення ЄС, що припускає використання загальної платформи платіжних операцій для країн - нових членів ЄС замість децентралізованої структури, що включає національні платіжні системи.

Принципи формування TARGET 2:

- контакти з клієнтами децентралізовані (між кредитною організацією та її рідним центральним банком);
- бухгалтерський облік, керування резервами й операції, пов'язані з грошовою політикою, здійснюються на рівні національного центрального банку.

Модульна побудова TARGET 2 припускає наявність обов'язкових і додаткових модулів (систем). Обов'язкові модулі надають повний спектр послуг по здійсненню розрахунків і інформаційному забезпеченню платіжних операцій. Додаткові модулі дають змогу проводити операції з розрахунком в національному центральному банку, здійснювати керування базою даних клієнтів, використовувати сховище даних (warehouse), а також надають можливість керування мінімальними резервами.

Бібліографія

1. Гіл Чарлз В.Л. Міжнародний бізнес. - К.: Основи, 2001 р.- 856 с.
2. Глобальна торгова система: розвиток інститутів, правил, інструментів СОТ./ Кер.авт.кол. і наук. ред. Циганкова Т.М. – К.:КНЕУ,2003.-660с.
3. Гриффин Р. Пастей М. Международний бизнес/ Пер. с англ. под ред. А.Г.Медведева. - СПб.: Питер 2005
4. Доклад секретариата Конференции ООН по торговле и развитию 2013 [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/tdr2013_ru.pdf
5. Зовнішньоекономічна діяльність: Навчальний посібник/За ред. Козака Ю.Г., Логвінової Н.С.- К.: Освіта України, 2012. – 300с.
6. ИНКОТЕРМС 2010г. Правила ІСС з використання термінів для внутрішньої та міжнародної торгівлі. – Асоціація «ЗЕД», 2011, -268 с.
7. Исаченко Т.М. Обновленная торговая политика ЕС – инструмент реализации политики экономического роста [Электоронный ресурс] / Т.Исаченко // Режим доступа: www.mgimo.ru/ news/experts/document181148.phtml
8. Исаченко Т.М. Торговая политика Европейского Союза. – М.: Изд. дом Гос. ун-та – Высшей школы экономики , 2010.- 395 с.
9. Козак Ю.Г., Логвінова Н.С., Батанова Т.В. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: сучасні особливості функціонування та аналізу розвитку. – Одеса: Одеський національний економічний університет, 2012. – 182 с.
10. Кругман П.Р., Обстфельд М. Международная экономика. Учебник. СПб:Питер, 2004. – 831с.
11. Линдерт П.Х. Экономика мирохозяйственных связей: Учебник, - М.: Прогресс, 1992.
12. Майер Дж., Олесневич Д. Міжнародне середовище бізнесу: Конкуренція та регулювання у глобальній економіці/ Пер. з англ., - К.: Либідь, 2002 – 703с.
13. Международная экономика: в вопросах и ответах: Учебник /Под ред. Козака Ю.Г. – К.: ЦУЛ, 2013. -240 с.
14. Международная экономика. В 2-х томах.-Т.1 Международная микроэкономика. Учебное пособие / под ред. Козака Ю.Г. –К.: ЦУЛ, 2013. - 302 с.
15. Международная экономика: Учебное пособие/Под редакцией Козака Ю.Г. – К.: ЦНЛ, 2012.
16. Международные валютно-кредитные и финансовые отношения: Учебник /Под ред. Л.Н.Красавиной. – М.: Финансы и статистика, 2005.- 576с.
17. Международные экономические отношения: теория и политика: Учебное пособие / Под редакцией Козака Ю.Г. – К.: ЦУЛ, 2013. – 360 с.
18. Международный менеджмент. Учебник для вузов / Под ред. С.Э.Приварова. СПб.: Изд-во»Питер»,2000 - 624с.
19. Миргородська Л.О. Фінансові системи зарубіжних країн: Навч. посіб. – К.: ЦУЛ,2008 – 320с.

20. Мировая экономика: Учебное пособие / Под ред. Козака Ю.Г. – К.:ЦУЛ, 2013. – 212 с.

21. Міжнародна мікроекономіка: Навчальний посібник/За ред. Козака Ю.Г.– Київ: ЦУЛ, 2012.

22. Міжнародна торгівля: Навч. посіб./За ред. Ю.Г.Козака, Н.С.Логвінової, О.В. Мирошниченка. – К.: ЦУЛ. 2009.- 668с.

23. Міжнародна торгівля :Підручник./ За ред.. Козака Ю.Г., Логвінової Н.С., Барановської М.І. –К.: ЦУЛ,2011.- 512с.

24. Міжнародна економіка: Навч. посібник. Видання 2-ге перероб. та доп. /За ред. Ю.Г.Козака, Н.С.Логвінової, В.М.Осипова. - К.:ЦУЛ, 2008. – 1118с.

25. Міжнародне оподаткування. Навч. посібник. / За ред. Козака Ю.Г.– К.: ЦНЛ, 2005.

26. Міжнародні економічні відносини: навч. посіб. / За ред. Козака Ю.Г.– К.: ЦУЛ, 2012.

27. Міжнародні комерційні угоди та розрахунки: нормативно-правове регламентування : навч.посіб./ за ред.. Козака Ю.Г., Логвінової Н.С. – К.: ЦУЛ, 2010. – 648 с.

28. Міжнародні організації: Навчальний посібник/За ред. Козака Ю.Г.– Київ: ЦУЛ, 2011.

29. Міжнародні стратегії економічного розвитку. Навч. посібник. / За ред. Козака Ю.Г.– К.: Освіта України, 2011.

30. Міжнародні фінанси: Навч. посібник/ За ред. Козака Ю.Г., Логвинової Н.С., Ковалевського В.В.,. – Київ: ЦУЛ, 2007.- 640с.

31. Міжнародні фінанси: навч.посіб. 5-те вид. перероб. та доп./ за ред.. Козака Ю.Г. - Київ – Катовіце.: ЦУЛ, 2014. - 348с.

32. Налог на добавленную стоимость в международной торговле:Европейский союз [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.roche-duffay.ru/articles/ec_vat.htm

33. Обзор торговой и сельскохозяйственной политики ЕС 2012г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.fao.org/fileadmin/templates/est/meetings/wto_comm/RU/Trade_Policy_Brief_EU_RU_final.pdf

34. Притула Н.В. Електронна міжнародна торгівля як сектор розвитку нової економіки /Н.В. Притула //Матеріали міжнародної науково-практичної інтернет конференції «Теоретичні та організаційно-методичні засади надання електронних послуг в системі е-урядування»: ОНПУ, м. Одеса, 25 квітня 2014 р.: тези доп.

35. Пугель Т.А., Линдер П.Х. Международная экономика: Учебник (Пер. с англ. – М.: Изд-во “Дело и Сервис”, 2003 г. - 800 с.

36. Пуригіна О.Г. Міжнародні економічні конфлікти: Навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури,2008.- 280 с.

37. Рогач О. Міжнародні інвестиції: теорія та практика бізнесу транснаціональних корпорацій. Підручник. - К.: Либідь, 2005. – 720 с.

38. Рокоча В.В. Міжнародна економіка. – Київ: Таксон, 2003. – 320 с.

39.Сальваторе Д. Международная экономика / Пер. с англ. – М.: Ин-т внеш. экон. связей и управления, 1998. – 714 с.

40. Світова економіка: Навч. посібник. / За ред. Козака Ю.Г. – К.: ЦНЛ, 2010.

41.Система світової торгівлі: Практичний посібник. – К.: "К.І.С.", 2002 – 348 с.

42.Фомичев В.И. Международная торговля: Учебник М.: ИНФРА – М, 2001.- 445 с.

43.Циганкова Т.М., Петрашко Л.П., Кальченко Т.В., Міжнародна торгівля: Навчальний посібник. - Київ: КНЕУ,2001. – 487 с.

44. An Introduction to International Economic Relations .- Edited by Yuriy Kozak, Temur Shengelia – Tbilisi : Publishing House „ Universal" , 2014. - 224 p.

45. A.Gribincea, Iu.Kozak ECONOMIA MONDIALĂ. Suport de curs- Chisinau :CEP-USM, 2012, 503 p

46. A.Gribincea, Iu.Kozak RELATII ECONOMICE INTERNATIONAL - Chisinau :CEP-USM, 2012, 338 p

47. Essentials of International Economics: Questions & Answers.- Edited by Yuriy Kozak,Tadeusz Sporek - Kiev-Katowice: CUL ,2014.-223 p

48.Introduction to International Economic Relations. Edited by Y. Kozak, A Gribincea-Chisinau :CEP-USM,2014, 185 p.

49.Sporek T. Influence of A Financial Crisis on Globalization of the World Economy.- Academy of Economics Katowice, 2010.

50. The World Bank database. Commercial service exports and imports. [Electronic resource]. Mode of access: http://data.worldbank.org/indicator/

51. The International Trade Statistics Yearbook (ITSY) of the United Nations Statistics Division/ Department of Economic and Social Affairs. 2013

52. The World Bank database. Commercial service exports and imports. [Electronic resource]. Mode of access: http://data.worldbank.org/indicator/

53.World Trade Organization. Trade in commercial services 2013. [Electronic resource]. Mode of access: http://www.wto.org/english/res_e/statis_e/its2013_e/its13_trade_category_e.pdf

54.World Trade Organization. World Trade 2013. [Electronic resource]. Mode of access: http://www.wto.org/english/news_e/ pres12_e/pr658_e. htm#chart2

55.WTO: 2012. [Electronic resource]. World Tariff Profiles. http://stat.wto.org/TariffProfile/WSDBTariffPFHome.aspx?Language=E

56. WTO: 2012 Press Releases. [Electronic resource]. Mode of access: http://www.wto.org/english/news_e/pres12_e/pr658_e.htm#chart2

57.WTO: 2013 Press Releases. [Electronic resource]. Mode of access: http://www.wto.org/english/news_e/pres12_e/pr658_e.htm