МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

К.В. Сухарева
Д.Т. Бікулов
С.В. Маркова
О.О. Головань
О.М. Олійник
Є.В. Маказан

ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

Навчальний посібник
для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності
«Менеджмент»
освітньо-професійної програми
«Менеджмент організацій і адміністрування»

Затверджено
вченою радою ЗНУ
Протокол №___ від ____

Запоріжжя
2025

УДК 339.5/.7(075.8)
З-781

Сухарева К.В., Бікулов Д.Т., Маркова С.В., Головань О.О., Олійник О.М., Маказан Є.В. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства : навчальний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Менеджмент» освітньо-професійної програми «Менеджмент організацій і адміністрування». Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2025. 115 с.

Навчальний посібник «Зовнішньоекономічна діяльність підприємства» розроблено відповідно до силабуса навчальної дисципліни. У посібнику систематизовано теоретичний матеріал із ключових питань курсу. Увагу акцентовано на сутності та змісті зовнішньоекономічної діяльності підприємства; особливостях підготовки, укладання та виконання зовнішньоекономічних контрактів; аналізі ефективності зовнішньоекономічної діяльності. До кожної теми подано перелік базових понять і термінів, запропоновано питання для самоконтролю і тестові завдання для оцінки рівня засвоєння знань, а також практичні завдання для набуття вмінь та навичок щодо зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Менеджмент», які навчаються за освітньо-професійною програмою «Менеджмент організацій і адміністрування».

Рецензент
О.С. Верітова, кандидат педагогічних наук, доцент кафедри бізнес-адміністрування і менеджменту зовнішньоекономічної діяльності

Відповідальний за випуск
Д.Т. Бікулов, доктор наук з державного управління, завідувач кафедри бізнес-адміністрування і менеджменту зовнішньоекономічної діяльності

ЗМІСТ

ВСТУП……. 4
Розділ 1. Сутність і зміст зовнішньоекономічної діяльності підприємства
Тема 1. Сутність та особливості зовнішньоекономічної діяльності ……... 6
Тема 2. Система регулювання зовнішньоекономічної діяльності. Нетарифне регулювання ЗЕД …… 13
Тема 3. Митно-тарифне регулювання зовнішньоекономічної діяльності.. 20
Тема 4. Форми виходу підприємства на зовнішній ринок…… 26
Тема 5. Посередницькі та орендні операції на зовнішніх ринках…… 30
Розділ 2. Структура, зміст та особливості підготовки, укладання та виконання зовнішньоекономічних контрактів
Тема 6. Організація і техніка підготовки, укладання та виконання зовнішньоекономічного контракту…… 36
Тема 7. Структура і зміст міжнародних контрактів купівлі-продажу……. 40
Тема 8. Базисні умови поставки товару в міжнародних контрактах купівлі-продажу……... 44
Тема 9. Ціна товару в міжнародних контрактах купівлі-продажу……. 48
Тема 10. Валютні та фінансові умови зовнішньоекономічних контрактів 54
Тема 11. Умови платежу та форми розрахунків у зовнішньоекономічних операціях…….. 58
Тема 12. Організація і технологія міжнародних перевезень ……... 62
Тема 13. Організація та функціонування підприємств з іноземним капіталом…….. 68
Розділ 3. Аналіз ефективності зовнішньоекономічної діяльності
Тема 14. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності……... 73
Тема 15. Економічна ефективність зовнішньоекономічної діяльності…. 78
ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ…… 82
ПИТАННЯ ДЛЯ ЗАКРІПЛЕННЯ ТА АКТУАЛІЗАЦІЇ ЗНАНЬ ……..… 88
ПРАКТИЧНІ ЗАВДАННЯ…….. 91
ГЛОСАРІЙ ……..… 107
ВИКОРИСТАНА ЛІТЕРАТУРА ……..…….. 112
РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА ……..…… 113

ВСТУП

Торгівля та міжнародні економічні відносини завжди були визначальним чинником успішного розвитку суспільства. Як засвідчує історичний досвід, ізольовані економічні системи зазвичай приречені на занепад і руйнування. Це спричиняє складні наслідки для суспільства. Натомість економічні системи, що інтегрувались у систему міжнародних відносин і міжнародної торгівлі, активно розвивались та вдосконалювались. Це забезпечило не тільки зростання суспільного добробуту, а й сприяло культурному та духовному розвитку.

Зовнішньоекономічна діяльність утвердилась як визначальний чинник забезпечення суспільного добробуту та економічного розвитку країни. Характерною особливістю сучасного економічного розвитку є значні темпи глобалізації, високий рівень невизначеності та ризику, в яких доводиться діяти економічним суб'єктам і приймати управлінські рішення. Актуальність зовнішньоекономічної діяльності та її важливе значення для підприємств та економічного розвитку держави зумовлена активним розвитком міжнародної торгівлі та міжнародних економічних відносин унаслідок стрімкого розвитку інформаційних технологій, поширення інтернет-торгівлі та цифровізації економіки.

Навчальний посібник з дисципліни «Зовнішньоекономічна діяльність підприємства» розроблений для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Менеджмент», які навчаються за освітньо-професійною програмою «Менеджмент організацій і адміністрування». Видання буде корисним для підготовки до практичних занять, метою яких є систематизація та поглиблення теоретичних знань, набуття та розвиток вмінь і навичок застосування інструментів зовнішньоекономічної діяльності підприємства для прийняття ефективних управлінських рішень.

Метою вивчення дисципліни «Зовнішньоекономічна діяльність підприємства» є засвоєння здобувачами вищої теоретичних основ та набуття практичних навичок щодо управління зовнішньоекономічною діяльністю на рівні підприємства та держави. Увага приділяється розробці практичних рекомендацій щодо використання сучасного механізму функціонування зовнішньоекономічної діяльності в Україні на сучасному етапі, нормативній базі регулювання зовнішньоекономічної діяльності, методам оцінки основних тенденцій, переваг і недоліків зовнішньоекономічної діяльності, специфіці використання різних форм виходу на зовнішні ринки, основним етапам укладання зовнішньоекономічних договорів, методам і способам визначення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен набути таких компетентностей:

- ✓ Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
- ✓ Здатність аналізувати результати діяльності організації, зіставляти їх з факторами впливу зовнішнього та внутрішнього середовища.
- ✓ Здатність аналізувати й структурувати проблеми організації,

формувати обґрунтовані рішення.

- ✓ Здатність оцінювати конкурентоспроможність організації та її продукції (робіт, послуг).
- ✓ Здатність управляти фінансово-господарською діяльністю організації, у тому числі взаємовідносинами з податковими органами.
- ✓ Здатність використовувати сучасні інформаційні технології для здійснення комерційної діяльності організації.

Вивчення дисципліни «Зовнішньоекономічна діяльність підприємства» передбачає набуття програмних результатів навчання, що визначені освітньо-професійною програмою «Менеджмент організацій і адміністрування»:

- ✓ Демонструвати знання теорій, методів і функцій менеджменту, сучасних концепцій лідерства.
- ✓ Демонструвати навички виявлення проблем та обґрунтування управлінських рішень.
- ✓ Застосовувати методи менеджменту для забезпечення ефективності діяльності організації.
- ✓ Демонструвати навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.
- ✓ Виконувати дослідження індивідуально та/або в групі під керівництвом лідера.

У запропонованому виданні логічно та послідовно подано програмний матеріал відповідно до змісту силабуса дисципліни «Зовнішньоекономічна діяльність підприємства». Структура видання передбачає наявність у кожній темі рекомендацій для організації процесу вивчення теоретичного матеріалу курсу, систематизації та поглиблення теоретичних знань До кожної теми надано перелік ключових термінів та понять із їх визначеннями. Видання містить тестові завдання для перевірки рівня засвоєння знань, практичні завдання, спрямовані на набуття та розвиток навичок щодо методики, методології, технології та організації зовнішньоекономічної діяльності з урахуванням світового досвіду та сучасного стану зовнішньоекономічної діяльності в Україні.

Розділ 1.
Сутність і зміст зовнішньоекономічної діяльності підприємства

ТЕМА 1
СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ



Основні поняття: зовнішньоекономічна діяльність, зовнішньоекономічні зв'язки, зовнішньоекономічні операції, суб'єкти ЗЕД, об'єкти ЗЕД, принципи ЗЕД.

План

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

1. Поняття зовнішньоекономічної діяльності.

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

У результаті здійснення зовнішньоекономічних реформ за часів перебудови сформувалося два поняття: *«зовнішньоекономічні зв'язки»* (ЗЕЗ) та *«зовнішньоекономічна діяльність»* (ЗЕД). Перше поняття є більш загальним і включає як форми реалізації міждержавних відносин у галузі виробничого, торгового та науково-технічного співробітництва і валютно-фінансових відносин, так і сукупність зовнішньоекономічних операцій підприємств, організацій різних форм власності. Друге поняття застосовується переважно для характеристики зовнішньоекономічних операцій на мікрорівні (підприємств, організацій, об'єднань), операцій, метою яких було отримання прибутку в умовах самоокупності.

У Законі України «Про зовнішньоекономічну діяльність» (ст.1) від 1991р. подано таке визначення даного поняття: «***Зовнішньоекономічна діяльність –*** *це діяльність суб'єктів господарської діяльності України та іноземних суб'єктів господарської діяльності, основана на взаємовідносинах як на території України, так і за її межами».* Іншими словами, ЗЕД можна визначити як

сукупність виробничо-господарських, організаційно-економічних і оперативно-комерційних функцій підприємства, пов'язаних з його виходом на зовнішній ринок та участю в зовнішньоекономічних операціях.

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

2. Суб’єкти та об’єкти ЗЕД в Україні .

Відповідно до Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність», ***суб'єктами ЗЕД*** є:

• фізичні особи – громадяни України, іноземні громадяни та особи без громадянства, що мають цивільну правоздатність і дієздатність відповідно до законів України і постійно мешкають на її території;

• юридичні особи, зареєстровані як такі в Україні й постійне знаходження яких – на її території;

• об'єднання фізичних, юридичних, фізичних та юридичних осіб, що не є юридичними особами відповідно до законів України, але які мають постійне місцезнаходження на території України і яким законами України не заборонено здійснювати господарську діяльність;

• структурні одиниці суб'єктів господарської діяльності, іноземних суб'єктів господарської діяльності, що не є юридичними особами відповідно до законодавства України (філії, відділення тощо), але мають постійне місцезнаходження на території України;

• інші суб'єкти господарської діяльності, передбачені законами України, в тому числі держава в особі її органів, органів місцевого самоврядування в особі створених ними зовнішньоекономічних організацій, що беруть участь у господарській діяльності на території України.

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

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

1) сільськогосподарська сировина, продукти харчування;
2) паливо, мінеральна сировина;
3) хімічні продукти;
4) машини, обладнання, транспортні засоби;

5) промислові товари народного споживання.

Відповідно до Класифікатора послуг зовнішньоекономічної діяльності, виокремлюють такі види послуг: транспортні послуги; послуги зв'язку; подорожі; фінансові послуги; страхові послуги; будівельні послуги; роялті та ліцензійні послуги; комп'ютерні та інформаційні послуги; різні ділові, професійні та технічні послуги; інші ділові послуги; послуги приватним особам та послуги у галузі культури й відпочинку.

На відміну від товарів, які підлягають обміну на світовому ринку лише шляхом фізичного перетину митних кордонів держав, відповідно до методики Світової організації торгівлі, послуги надаються на світовому ринку за допомогою 4 способів:

1. Транскордонна поставка послуг (cross-border trade).
2. Комерційна присутність виробника в країні надання послуги (commercial presence).
3. Споживання за кордоном (consumption abroad).
4. Переміщення фізичних осіб, що надають послугу (movement of natural persons).

3. Основні напрямки здійснення зовнішньоекономічних операцій.

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

• *міжнародна торгівля* (експортно-імпортна діяльність, включаючи реекспорт та реімпорт, операції зустрічної торгівлі, торгові операції змагального типу);

• *міжнародний трансфер технологій* (укладання ліцензійних і франчайзингових угод, експорт-імпорт інжинірингових та реінжинірингових послуг, консалтинг і наукоємний сервіс, лізинг тощо);

• *міжнародні інвестиції* (створення спільних підприємств, капіталовкладення в межах вільних економічних зон та ін.).

Серед наведених форм ЗЕД історично першою і переважаючою є *міжнародна торгівля,* що являє собою міжнародний обмін продуктами і послугами – результатами національної праці. Основними формами торгівлі виступають: торгівля готовою продукцією; торгівля продукцією в розібраному вигляді; зустрічна торгівля; постачання комплектного устаткування.

Міжнародний обмін технологіями передбачає використання активів, що перебувають за кордоном, наприклад, фірмових знаків, патентів авторських прав або інших видів експертних документів, згідно з підписаними контрактами, які носять назву ліцензійних угод. До міжнародного обміну технологіями належить також *франчайзинг*, тобто спосіб ведення бізнесу, при якому одна сторона продає іншій право на користування своїм фірмовим знаком, а також на

довгочасній основі допомагає у здійсненні господарських операцій, поставляючи напівфабрикати і комплектуючі вироби, надаючи управлінські послуги і технології.

Обмін технологіями також здійснюється через укладання міжнародних лізингових угод, які розцінюються як альтернатива традиційному інвестуванню. До міжнародного обміну технологіями можна віднести також експорт-імпорт наукоємних послуг у сфері виробництва, обігу та управління, що вважається найдинамічнішою складовою всієї сукупності міжнародних економічних відносин.

Розрізняють *два види міжнародних інвестицій:* прямі і портфельні. *Прямі інвестиції* є різновидом іноземних інвестицій, що супроводжуються контролем за діяльністю компанії навіть у випадку придбання невеликої частки її акцій (на рівні 10%). Досить поширеним різновидом прямого іноземного інвестування є створення спільних підприємств (СП). Часто з метою стимулювання таких інвестицій приймаючі держави надають інвесторам певні пільги.

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

Окремо слід виділити цілий комплекс міжнародних комерційних *операцій, що носять забезпечувальний характер*: міжнародні перевезення і транспортно-експедиторські операції; операції зі зберігання і страхування вантажів; розрахунково-фінансові операції; митне оформлення вантажів; дослідження кон'юнктури ринків і т. ін.

4. Мотиви розвитку ЗЕД підприємства та фактори, що впливають на її організацію.

У кожного підприємства є власні *мотиви* розвитку ЗЕД, однак серед основних виокремлюють такі:

• розширення ринку збуту своєї продукції за національні межі з метою максимізації прибутку;

• закупівля необхідної сировини, комплектуючих виробів, нових технологій і обладнання;

• залучення інжинірингових та інших послуг для потреб виробництва;

• залучення іноземних інвестицій з метою модернізації виробництва, зміцнення експортного потенціалу і конкурентних позицій на світових товарних ринках;

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

Фактори, що впливають на організацію та розвиток ЗЕД, доцільно поділити на дві групи: *внутрішні* і *зовнішні*. До ***внутрішніх факторів*** належать: 1) масштаби ЗЕД; 2) витрати; 3) складність продукції; 4) досвід; 5) контроль.

Кожна організація, яка бере участь у міжнародному бізнесі, може здійснювати різну кількість операцій. При невеликому їх *масштабі* і малій номенклатурі, як правило, на початковому етапі, немає потреби створювати додаткові структурні підрозділи, а тим більше засновувати зовнішньоторгову фірму. Як показує досвід, можна скористатися матричною структурою. У випадку розширення ЗЕД можна створювати спеціальні підрозділи або офшорні компанії.

Виробництво за кордоном або продаж продукції на зовнішніх ринках пов'язані з постійними *витратами,* тому при малому обсязі виробництва дешевше залучити до роботи на підрядних умовах сторонню фірму, яка займається міжнародним бізнесом. Коли бізнес розширюється, вигіднішим варіантом може стати ведення міжнародних операцій своїми силами.

Частина затрат пов'язана з передачею технології. Як правило, дешевше обходиться передача всередині «сімейства фірм», ніж іншій компанії.

Відмінності в затратах особливо відчутні, коли технологія складна, адже персонал філії добре ознайомлений з підходами, які використовує фірма в цілому. З цієї причини, чим складніша технологія, тим імовірніше, що компанія здійснить експансію в інші країни шляхом створення свого підприємства, а не укладання контракту зі сторонньою закордонною фірмою на виробництво продукції від свого імені.

На початковому етапі виходу на міжнародні ринки небагато фірм готові витрачати значну частину ресурсів на міжнародні операції. На початкових етапах вони намагаються берегти свої ресурси і зосереджувати їх насамперед у країні базування. З розширенням зарубіжної діяльності фірма починає розглядати свій міжнародний сектор окремо від внутрішнього. Потім з'являється тенденція до обслуговування міжнародних операцій власними силами і зростання питомої ваги ресурсів, розмішених за кордоном.

Чим більше угод фірма укладає з іншими компаніями, тим імовірніше, що вона втратить контроль над прийняттям рішень і це може позначитись на оптимізації її діяльності на глобальному рівні. Угоди з зовнішніми організаціями передбачають також розподіл доходів, що має велике значення на підприємствах з високим потенційним прибутком. Фірма ризикує ще й тим, що її конфіденційна інформація стане відомою конкурентам.

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

Економічна свобода включає такі фактори, як пряме заміщення окремих форм діяльності, визначення ставок податків, величини коштів, що підлягають

репатріації, вимоги (фактичні або можливі) дотримання умов антимонопольного законодавства тощо.

Можливість *конкуренції* може змусити фірму обирати стратегію прискореного розширення закордонних операцій, але тільки (через обмеженість ресурсів) шляхом укладання угод з іншими фірмами. Звести до мінімуму конкуренцію на конкретних ринках можна також за допомогою угод про співробітництво, які перешкоджають виходу нових конкурентів на ринок.

Коли компанія вже здійснює *операції у певній країні,* деякі переваги використання підрядної фірми вже втрачають сенс. В компаніях з високим рівнем диверсифікації діючі закордонні підприємства можуть виготовляти продукцію, яка настільки відрізняється від тієї, яка передається їм з центральної штаб-квартири, що простіше укласти договір з досвідченою сторонньою фірмою.

У бізнесі існують різні *ризики.* Однак ризик, пов'язаний з ймовірністю політичних або економічних змін, які можуть знизити захищеність активів фірми і отримуваних доходів, керівництво корпорацій часто ставить у міжнародних операціях на перше місце. Один із способів зведення до мінімуму втрат полягає у мінімізації активів за кордоном.

5. Принципи зовнішньоекономічної діяльності.

Управлінська діяльність завжди базується на основоположних правилах, яких дотримуються керівники і спеціалісти апарату управління в процесі прийняття тих чи інших рішень. Відповідно до Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність» (ст. 2) суб’єкти господарської діяльності України та іноземні суб’єкти господарської діяльності у здійсненні ЗЕД керуються такими принципами:

1) *принципом суверенітету народу України*, що полягає у: виключному праві народу України самостійно та незалежно здійснювати зовнішньоекономічну діяльність на території України, керуючись законами, що діють на території України; обов'язку України неухильно виконувати всі договори і зобов’язання України в галузі міжнародних економічних відносин;

2) *принципом свободи зовнішньоекономічного підприємництва*, що полягає у: праві суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності добровільно вступати у зовнішньоекономічні зв'язки; праві суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності здійснювати її в будь-яких формах, які прямо не заборонені чинними законами України; обов'язку дотримуватись при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності порядку, встановленого законами України; виключному праві власності суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності на всі одержані ними результати зовнішньоекономічної діяльності;

3) *принципом юридичної рівності і недискримінації*, що полягає у: рівності перед законом всіх учасників зовнішньоекономічної діяльності, незалежно від форм власності, в тому числі держави, при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності; забороні будь-яких, крім передбачених законом, дій держави, результатом яких є обмеження прав і дискримінація суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності, а також іноземних суб'єктів господарської діяльності за формами власності, місцем розташування та іншими ознаками; неприпустимості обмежувальної діяльності з боку будь-яких суб'єктів, крім випадків, передбачених законом;

4) *принципом верховенства закону*, що полягає у: регулюванні зовнішньоекономічної діяльності тільки законами України; забороні застосування підзаконних актів та актів управління місцевих органів, що у будь-який спосіб створюють для суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності умови, менш сприятливі, ніж ті, які встановлені законами України;

5) *принципом захисту інтересів суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності*, який полягає у тому, що Україна як держава: забезпечує однаковий захист інтересів всіх суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності та іноземних суб'єктів господарської діяльності на її території згідно з законами України; здійснює однаковий захист всіх суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності України за межами України згідно з нормами міжнародного права; здійснює захист державних інтересів України як на її території, так і за її межами лише відповідно до законів України, умов підписаних нею міжнародних договорів та норм міжнародного права;

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

Окрім національних принципів ЗЕД, виокремлюють також загальні: науковість, системність, взаємовигода. *Науковість ЗЕД* означає розвиток цієї діяльності відповідно до об'єктивних економічних законів. *Системність ЗЕД* означає, що між окремими її складовими існують стійкі взаємозв'язки. *Принцип взаємовигідності ЗЕД* є цілком очевидним: кожен учасник міжнародних операцій отримує свій прибуток.

ГЛОСАРІЙ

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

Зовнішньоекономічна операція – це комплекс дій контрагентів різних країн з підготовки, укладання і виконання торгової, науково-виробничої, інвестиційної чи іншої угоди економічного характеру.

Суб'єкти ЗЕД – це суб'єкти господарської діяльності, що відносяться до усіх форм власності, самостійно здійснюючи зовнішньоекономічні операції з закордонними партнерами.

Об'єкти ЗЕД – це матеріально-речова продукція та послуги, зокрема, результати науково-технічного та виробничого співробітництва, які набувають при міжнародному обміні вартість, тобто стають товаром.

Послуга – це товар особливого роду нематеріального характеру, що не має уречевленої форми.

Питання для самоперевірки знань

1. Що розуміють під поняттям зовнішньоекономічна діяльність?
2. Хто виступає суб'єктами ЗЕД в Україні?
3. Що є об'єктами ЗЕД в Україні?
4. Які існують основні напрямки здійснення зовнішньоекономічних операцій?
5. Які мотиви розвитку ЗЕД підприємства?
6. Які фактори впливають на організацію та розвиток ЗЕД підприємства?
7. Які існують принципи зовнішньоекономічної діяльності?

Рекомендована література: основна 1, 4, 5; додаткова 1,4.

ТЕМА 2
СИСТЕМА РЕГУЛЮВАННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ. НЕТАРИФНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЗЕД



Основні поняття: державне регулювання ЗЕД, зовнішньоекономічна політика, тарифне регулювання, нетарифне регулювання, квотування, квота, ліцензування, субсидії.

План

1. Мета, завдання, суб'єкти та інструменти регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні.
2. Сутність та методи державного регулювання ЗЕД.
3. Нетарифні методи регулювання, їх класифікація і характеристика.

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

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

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

• гарантування довгострокової міжнародної конкурентоспроможності та економічної безпеки держави;

• контроль за станом внутрішнього ринку через стимулювання його засобами зовнішньої конкуренції, недопущення проникнення на нього недоброякісних товарів;

• зниження абсолютних витрат та коригування вартісних пропорцій у національній економіці;

• збільшення зайнятості як фактора зростання виробництва та поліпшення результатів участі у міжнародному співробітництві;

• використання механізмів міжнародної кооперації як інструмента поліпшення якості життя та розв'язання інших соціальних проблем;

• поліпшення умов формування бюджету за рахунок позитивного сальдо поточних операцій або руху капітальних активів.

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

1) Україною як державою в особі її органів у межах їх компетенції: загальнодержавними органами (Верховна Рада, Президент України, Кабінет Міністрів України); координаційними органами (Міністерство закордонних справ, Міністерство економічного розвитку і торгівлі, Державної служби експортного контролю, Національний банк України, Державна фіскальна служба України, Антимонопольний комітет України, Міжвідомча комісія з міжнародної торгівлі); територіальними органами (місцеві ради народних депутатів, територіальні підрозділи органів державного регулювання ЗЕД);

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

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

Регулювання ЗЕД в Україні здійснюється за допомогою ***інструментів:***

- законів України («Про зовнішньоекономічну діяльність», «Про захист іноземних інвестицій в Україні», «Про міжнародні договори України», «Про міжнародний комерційний арбітраж», «Про режим іноземного інвестування», Митний кодекс України та ін.);

- передбачених у законах України актів тарифного і нетарифного регулювання, що видаються державними органами України у межах їх компетенції;

- економічних методів оперативного регулювання (валютно-фінансових, кредитних) в межах законів України;

- рішень недержавних органів управління економікою, які приймаються згідно з їх статутними документами в межах законів України;

- договорів, які укладаються суб'єктами ЗЕД і не суперечать законам України.

2. Сутність та методи державного регулювання ЗЕД.

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

Регулювання ЗЕД слід розглядати у 2-х аспектах:

1) правове регулювання ЗЕД всередині держави;

2) регулювання міжнародної діяльності.

Регулювання ЗЕД всередині держави передбачає: правове регулювання діяльності суб’єктів ЗЕД; регулювання інвестиційної діяльності; правове регулювання діяльності суб’єктів спеціальних економічних зон; валютне регулювання; тарифне регулювання ЗЕД; нетарифне регулювання ЗЕД; правове регулювання укладення, реєстрації та виконання зовнішньоторговельних договорів тощо.

Регулювання міжнародної діяльності (міжнародне право) включає: право міжнародних договорів; морське право; міжнародне повітряне право; міжнародне правове регулювання космічної діяльності; міжнародне правове регулювання збройних конфліктів; міжнародне співробітництво у боротьбі зі злочинністю; способи вирішення міжнародних суперечок тощо.

Методи державного регулювання ЗЕД поділяють на різні групи. З одного боку, це адміністративні та економічні методи.

До ***економічних належать***:

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

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

Адміністративні методи безпосередньо впливають на ЗЕ відносини. До них належать: ембарго; ліцензування; квотування; специфічні вимоги до товару, упаковки і маркування та ін.

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

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

Нетарифне регулювання – об’єднує решту методів, це комплекс національних адміністративних заходів, які часто не пов’язані безпосередньо із

зовнішньою торгівлею, але виконують функції регулятора експортно-імпортних операцій.

3. Нетарифні методи регулювання, їх класифікація і характеристика.

Нетарифне регулювання – це комплекс заходів обмежувально-заборонного характеру, що перешкоджають проникненню іноземних товарів на внутрішній ринок країни. На відміну від митних бар'єрів, нетарифні обмеження можуть бути введені рішенням різних органів державної влади, а також місцевою владою, тобто можуть діяти на різних рівнях.

1. Методи кількісних обмежень. Кількісні обмеження (квотування, ліцензування і добровільне обмеження експорту) – це адміністративна форма нетарифного державного регулювання торгового обороту, що визначає кількість і номенклатуру товарів, дозволених до експорту чи імпорту. Їх можуть застосовувати на підставі рішення уряду однієї країни, або на підставі міжнародних угод, що координують торгівлю певними групами товарів.

Квотування (контингентування) – це обмеження державною владою ввезення товарів певною кількістю чи сумою на встановлений період часу.

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

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

Глобальні – це квоти, що встановлюються за товаром без зазначення конкретних країн (чи груп країн), куди товар експортується, або з яких він імпортується. *Індивідуальні* – квоти, що встановлюються за товаром з визначенням конкретної країни, куди товар може експортуватись або з якої він може імпортуватись. *Групові* – квоти, що встановлюються та товаром з визначенням групи країн, куди товар експортується або з яких він імпортується. *Антидемпінгові* – граничний обсяг імпорту в Україну певного товару, що є об’єктом антидемпінгового розслідування та антидемпінгових заходів, який дозволено імпортувати в Україну протягом установленого строку та який визначається в натуральних або вартісних одиницях виміру. *Компенсаційні* – граничний обсяг імпорту в Україну певного товару, що є об’єктом антисубсидиційного розслідування та компенсаційних заходів, який дозволено імпортувати в Україну протягом установленого строку.

Ліцензування – це регулювання ЗЕД через дозвільний пакет документів, що видають державні органи на право експорту чи імпорту товару у визначених кількостях на певний проміжок часу. В Україні використовуються такі види ліцензій: генеральна – відкритий дозвіл на експортні (імпортні) операції з

окремим товаром або окремою країною; разова (індивідуальна) – разовий дозвіл, який має іменний характер і видається для здійснення кожної окремої операції конкретним суб'єктом ЗЕД; відкрита (індивідуальна) – дозвіл на експорт (імпорт) товару протягом конкретного періоду (але не менше одного місяця) з визначенням його загального обсягу; глобальна ліцензія – дозвіл на ввезення або вивезення того чи іншого товару в будь-яку країну за певний період часу без обмежень кількості і вартості.

«Добровільне» обмеження експорту – кількісне обмеження експорту, що ґрунтується на зобов'язанні одного з торгових партнерів обмежити або не розширювати обсяг експорту, прийнятому в рамках офіційного міжурядового або неофіційного договору про встановлення квот на експорт товару.

2. Методи прихованого протекціонізму. Методи прихованого, побічного протекціонізму являють собою різні перепони, створені численними державними структурами на шляху імпортних товарів.

Технічні бар'єри – це перешкоди для імпорту товарів, що виникають у зв'язку з їх невідповідністю національним стандартам у системі виміру та інспекції якості, вимогам техніки безпеки, санітарно-гігієнічним нормам, правилам пакування і маркування тощо. До цих бар'єрів належать: стандарти, сертифікація якості, вимоги до пакування та маркування, санітарно-гігієнічні та екологічні вимоги, процедури митного оформлення.

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

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

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

3. Методи стимулювання експорту (фінансові методи).

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

Експортне кредитування – це метод, який передбачає фінансове стимулювання державного розвитку експорту національними виробниками.

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

До ***адміністративних методів*** стимулювання експорту належать:

- податкова політика;
- система валютного контролю;
- національна система інформаційного забезпечення;
- кадрове забезпечення;
- дипломатична підтримка (торговельні представництва).

4. Правові методи регулювання ЗЕД.

До них належать:

1) торговельні договори та угоди;

2) режими регулювання.

Торгово-політичний режим – це сукупність заходів, які застосовуються в певний момент часу в певній країні для регулювання доступу іноземних товарів на внутрішній ринок, а також для забезпечення доступу вітчизняних товарів на ринки інших країн. *Режим найбільшого сприяння (РНС)* – це положення про те, що кожна з держав, які домовляються, зобов'язується надати іншій державі, що бере участь у переговорах, такі ж сприятливі права, переваги, привілеї і пільги, як і ті, що їх вона надає чи надаватиме у майбутньому будь-якій третій державі. *Національний режим* передбачає надання державою іноземним юридичним та фізичним особам, товарам та послугам умов, аналогічних тим, якими користуються, відповідно, вітчизняні юридичні і фізичні особи, товари, послуги тощо. *Преференційний режим –* надання країнам, що розвиваються, переваг щодо доступу їх товарів на ринки розвинутих країн.

5. Обмеження митного оформлення:

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

2) ***Особливості декларування***. Процедура декларування експортно-імпортних операцій полягає у заявленні відомостей на кожну конкретну товарну партію та сплаті усіх належних митних платежів.

3) ***Методи оперативного регулювання***. Ними можуть бути обмеження у торгівлі з певною країною чи групою країн, наприклад, ембарго (заборона імпорту та/або експорту).

6. Обмеження за цінами та режимом розрахунків за імпорт. В цих обмеженнях можна виділити 2 взаємопов’язані методи – цінову політику держави щодо імпортованих товарів та порядок валютних розрахунків за їхнє надходження.

ГЛОСАРІЙ

Зовнішньоекономічна політика – це система заходів, спрямованих на досягнення економікою даної країни певних переваг на світовому ринку та, одночасно, захист внутрішнього ринку від конкуруючих імпортних товарів.

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

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

Квотування (контингентування) – це обмеження державною владою ввезення товарів певною кількістю чи сумою на встановлений період часу.

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

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

«Добровільне» обмеження експорту – кількісне обмеження експорту, що ґрунтується на зобов’язанні одного з торгових партнерів обмежити або не розширювати обсяг експорту, прийнятому в рамках офіційного міжурядового або неофіційного договору про встановлення квот на експорт товару.

Технічні бар'єри – це перешкоди для імпорту товарів, що виникають у зв'язку з їх невідповідністю національним стандартам у системі виміру та інспекції якості, вимогам техніки безпеки, санітарно-гігієнічним нормам, правилам пакування і маркування тощо.

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

Питання для самоперевірки знань

1. Яка мета державного регулювання ЗЕД в Україні?
2. На виконання яких завдань спрямовується регулювання ЗЕД в Україні?
3. Якими суб'єктами здійснюється регулювання ЗЕД в Україні?
4. За допомогою яких інструментів здійснюється регулювання ЗЕД в Україні?
5. Поясніть сутність методів державного регулювання ЗЕД.
6. Перелічіть нетарифні методи регулювання ЗЕД.
7. У чому полягає сутність методів кількісних обмежень нетарифного регулювання ЗЕД?
8. Визначте особливості методів прихованого протекціонізму.
9. У чому полягають особливості методів стимулювання експорту (фінансові методи) нетарифного регулювання ЗЕД?
10. Поясніть сутність правових методів регулювання ЗЕД.

Рекомендована література: основна: 1, 3, 4; додаткова: 2, 4.

ТЕМА 3
МИТНО-ТАРИФНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ



Основні поняття: тарифне регулювання зовнішньої торгівлі, митний тариф, мито, митна вартість, митні платежі, митний режим.

План

1. Сутність митно-тарифного регулювання ЗЕД в Україні, митний тариф.
2. Види і ставки мита, його функції.
3. Поняття митної вартості. Механізм нарахування та види митних платежів.
4. Види митного режиму в Україні.
5. Митний контроль, митне оформлення та декларування.
6. Митні документи та специфіка їх оформлення.

1. Сутність митно-тарифного регулювання ЗЕД в Україні, митний тариф.

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

Митний тариф – це систематизований перелік товарів, що підлягають обкладанню митом при ввезенні їх на митну територію країни або при вивезенні з неї. Ці товари об'єднані в групи за ознакою походження (рослинні, тваринні, промислові тощо) і за ступенем обробки товару.

Простий митний тариф встановлює одну ставку мита для кожного товару незалежно від країни походження цього товару. *Складний митний тариф* передбачає дві і більше ставок мита для кожного товару (генеральні, конвенційні, преференційні).

Систематизація ставок мита у тарифі здійснюється відповідно до диференційованого переліку товарів – товарної номенклатури. В Україні застосовується Українська класифікація товарів ЗЕД (УКТЗЕД), яка складається на основі гармонізованої системи опису та кодування товарів і Комбінованої номенклатури ЄС.

Для вибору ставки мита важливе значення має порядок визначення *країни походження товару.* Згідно із загальним правилом, такою країною вважається та, де товар було виготовлено або істотно перероблено.

2. Види і ставки мита, його функції

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

Залежно від способу стягнення розрізняють мита: ***адвалорне***, що нараховується у % до митної вартості товарів, які обкладаються митом; ***специфічне*** – нараховується у встановленому грошовому розмірі на одиницю товарів та інших предметів, які обкладаються митом; ***комбіноване***, що поєднує обидва ці види мита.

За об'єктом обкладання розрізняють: ***імпортне мито,*** що стягується з імпортованих товарів; ***експортне мито,*** що стягується з товарів при вивезенні їх за кордон з метою зменшення обсягу експорту певних товарів або штучного підвищення їх ціни; ***транзитне мито,*** що стягується за провезення товару територією тієї чи іншої країни.

За типом ставок мито може бути *постійним* або *мінливим*. ***Тарифна квота (контингент) –*** це різновид мінливого мита, ставки якого залежать від обсягу імпорту товару: якщо обсяг імпорту більший від встановленої кількості (квоти), впроваджується підвищена ставка мита.

За своїм походженням мито може бути автономним, конвенційним або преференційним. ***Автономне мито*** створюється постановою державної влади даної країни незалежно від будь-яких угод з іншими країнами. ***Конвенційне мито*** виробляється у процесі укладання угоди з іншою країною і фіксується у цьому договорі. ***Преференційні ставки мита –*** це особливі пільгові ставки, які застосовуються до імпортних товарів походженням з країн, що розвиваються.

За способом нарахування ставок розрізняють номінальне та ефективне мито. ***Номінальні митні ставки –*** це ті, що вказуються в митному тарифі. ***Реальні ставки*** (ефективні) свідчать про реальний рівень мита на кінцеві товари і розраховуються з урахуванням всіх факторів, які впливають на процес формування митного тарифу.

За характером застосування виділяють: ***сезонне мито,*** яке регулює зовнішньоторгові відносини щодо товарів сезонного характеру; ***зрівнювальне мито,*** що доповнює основне мито з метою вирівнювання цін імпортних товарів з цінами на товари національного виробництва; ***компенсаційне мито*** використовується з метою нейтралізації субсидій, наданих державою експортеру для підвищення конкурентоспроможності товарів на ринках збуту; ***антидемпінгове мито –*** особливо високе мито, що застосовується у разі виявлення факту імпорту товару за демпінговими цінами.

Функції мита:

- мито захищає національних виробників від іноземної конкуренції (протекціоністська функція);

- мито є джерелом надходження коштів до бюджету (фіскальна функція);

- мито є засобом удосконалення умов доступу національних товарів на зарубіжні ринки та запобігання небажаному експорту (регулююча функція);

- мито підтримує оптимальне співвідношення валютних доходів та витрат держави (балансувальна функція).

<u>3. Поняття митної вартості. Механізм нарахування та види митних платежів.</u>

При експорті та імпорті товарів слід розрізняти їх фактурну, митну та облікову вартість. **Фактурна вартість –** вартість товарів, що фактично сплачена (підлягає сплаті) або повинна компенсуватися зустрічними поставками товарів і міститься в рахунку-фактурі згідно з умовами зовнішньоекономічної угоди.

Митна вартість – це заявлена декларантом або визначена митним органом вартість товарів, що переміщуються через митний кордон України, яка обчислюється на момент перетинання товарами митного кордону України. Загалом до митної вартості входять: 1) фактурна вартість; 2) фактичні витрати, не відображені в рахунку-фактурі: на транспортування, завантаження, розвантаження, перевантаження і страхування товару до пункту перетинання митного кордону; комісійні і брокерські виплати; плата за використання об'єктів інтелектуальної власності, що мають відношення до даних товарів, яка повинна бути здійснена імпортером (експортером) як умова їх ввезення (вивезення).

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

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

Окрім мита, при перетині митного кордону сплачуються: ПДВ, акцизний збір, єдиний збір.

ПДВ (англ. *value added tax, VA*T) **–** непрямий податок на товари й послуги. З метою стимулювання експорту фірмам-експортерам повертається сума ПДВ (при певних умовах).

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

Єдиний збір в пунктах пропуску складається з: плати за здійснення передбачених Законом видів контролю вантажу і транспортного засобу; плати за проїзд транспортного засобу автомобільними дорогами; додаткової плати за проїзд автомобільного транспортного засобу з перевищенням встановлених параметрів.

4. Види митного режиму в Україні.

Митний режим – це сукупність правил, відповідно до яких товари переміщуються через кордон. Від нього залежить порядок оформлення і розмір митних платежів. Відповідно до мети переміщення товарів через митний кордон України запроваджено такі види митного режиму.

Імпорт (випуск для вільного обігу) – митний режим, відповідно до якого товари ввозяться на митну територію України для вільного обігу без обмеження строку їх перебування на ній.

Реімпорт – митний режим, відповідно до якого товари, що походять з України та експортовані за межі її митної території, не пізніше ніж у встановлений ввозяться на митну територію України для вільного обігу на ній.

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

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

Транзит – митний режим, відповідно до якого товари і транспортні засоби переміщуються під митним контролем між двома митними органами або в межах зони діяльності одного митного органу без будь-якого використання таких товарів і транспортних засобів на митній території України.

Тимчасове ввезення (вивезення) – митний режим, відповідно до якого товари можуть ввозитися на митну територію України чи вивозитися з обов'язковим подальшим поверненням цих товарів без будь-яких змін (до 3 років).

Митний склад – митний режим, відповідно до якого ввезені з-за меж митної території України товари зберігаються під митним контролем без справляння податків і зборів і без застосування до них заходів нетарифного регулювання у період зберігання, а товари, що вивозяться за межі України, зберігаються під митним контролем після митного оформлення митними органами до фактичного їх вивезення.

Вільна митна зона – митний режим, відповідно до якого до товарів, які ввозяться на території відповідних типів спеціальних економічних зон (ВЕЗ)

з-за меж митної території України, а також до товарів, які вивозяться з цих зон, не застосовуються заходи тарифного і нетарифного регулювання.

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

Переробка на митній території України **–** митний режим, відповідно до якого ввезені на митну територію України товари, що походять з інших країн, піддаються переробці без застосування до них заходів нетарифного регулювання, за умови вивезення за межі митної території України продуктів переробки відповідно до режиму реекспорту.

Переробка за межами митної території України **–** митний режим, відповідно до якого товари, що перебувають у вільному обігу на митній території України, вивозяться з метою їх переробки за межами митної території України та подальшого повернення в Україну.

Знищення або руйнування **–** митний режим, відповідно до якого товари, ввезені на митну територію України, знищуються під митним контролем чи приводяться у стан, який виключає їх використання, без справляння податків, установлених на імпорт, а також без застосування нетарифних заходів.

Відмова на користь держави **–** митний режим, відповідно до якого власник відмовляється від товарів, що перебувають під митним контролем, без будь-яких умов на свою користь.

5. Митний контроль, митне оформлення та декларування.

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

Метою ***митного оформлення*** є засвідчення відомостей, одержаних під час митного контролю товарів і транспортних засобів, що переміщуються через митний контроль України, та оформлення результатів такого контролю, а також статистичного обліку ввезення на митну територію України, вивезення за її межі та транзиту через неї товарів і транспортних засобів. Митне оформлення починається після подання митному органу **митної декларації**, а також усіх необхідних для здійснення митного контролю та оформлення **документів**, відомостей про товари і транспортні засоби, які підлягають митному оформленню.

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

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

1. Прийняття вантажної митної декларації (ВМД) до оформлення.
2. Митний огляд.
3. Завершення митного оформлення.
4. Видача оформлених документів декларанту.
5. Статистичний контроль.

<u>6. Митні документи та специфіка їх оформлення.</u>

Вантажно-митна декларація (ВМД, Cargo Customs Declaration) – письмова заява, яка містить у собі відомості про товари та інші предмети й транспортні засоби, мету їх переміщення через митний кордон України або відомості про зміну митного режиму щодо цих товарів, а також інформацію, необхідну для здійснення митного контролю, митного оформлення, ведення митної статистики, нарахування митних платежів. ВМД оформляється на одну партію товарів.

Книжка МДП (TIR Carnet) – це міжнародний митний документ, що дає право перевозити вантажі через кордони держав в запломбованих митницею кузовах автомобілів чи контейнерах зі спрощенням митного оформлення.

Рахунок-фактура (invoice) – документ, який супроводжує переміщувані через митний кордон України товари й інші предмети, вказує їх вартість та дозволяє їх ідентифікувати.

Сертифікат походження товару (certificate of origin) – документ встановленої форми, який застосовується для підтвердження країни походження товару.

ГЛОСАРІЙ

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

Мито (tax, customs), що стягується митницею – це податок на товари та інші предмети, які переміщуються через митний кордон України.

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

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

Митний режим – це сукупність правил, відповідно до яких товари переміщуються через кордон

Питання для самоперевірки знань

1. Розкрийте сутність митно-тарифного регулювання ЗЕД в Україні.
2. Назвіть види і ставки мита.
3. Перелічіть функції мита.
4. Що являє собою митна вартість?
5. Опишіть механізм нарахування та види митних платежів.
6. Назвіть види митного режиму в Україні.
7. Охарактеризуйте процес митного контролю, митного оформлення та декларування.
10. Наведіть перелік митних документів та поясніть специфіку їх оформлення.

Рекомендована література: основна: 1, 2, 5; додаткова 4, 7.

ТЕМА 4
ФОРМИ ВИХОДУ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗОВНІШНІЙ РИНОК



Основні поняття: експорт, експортна кооперація, спільне підприємництво, ліцензування, франчайзинг, підрядне виробництво, спільне володіння, пряме інвестування.

План

1. Критерії вибору форм виходу підприємств на зовнішні ринки.
2. Класифікація і характеристика форм виходу на зовнішній ринок.
3. Пошук партнерів при здійсненні ЗЕД.

1. Критерії вибору форм виходу підприємств на зовнішні ринки.

Сукупність умов, що впливають на вибір підприємством способу виходу на зовнішній ринок, становить:

1. Умови ринку: відкритий чи закритий, з передовою чи відсталою торговельною структурою, в умовах лібералізованої чи централізованої економіки.

2. Умови, пов’язані з товаром: фірмова продукція чи товар пересічної якості; з технічним обслуговуванням чи без нього; легко чи важко експортується.

3. Умови, пов’язані з діяльністю підприємства: обмежені чи розширені цілі, наявність чи відсутність міжнародного досвіду, добре чи погано розвинений ресурсний потенціал (фінансовий, кадровий тощо).

Головними критеріями вибору конкретної форми виходу на ринок є:

- форма руху капіталу;
- рівень витрат, пов’язаних із виходом на закордонний ринок;
- ступінь привабливості інвестування;
- контроль ринку;
- можливість виходу з ринку.

2. Класифікація і характеристика форм виходу на зовнішній ринок.

Експорт – вивіз за кордон товарів, які продані іноземним покупцям з метою їх безпосереднього споживання, продажу або для переробки. Переваги цього способу: потребує мінімальних змін у товарному асортименті підприємства, його структурі; потребує мінімальних інвестиційних витрат та поточних грошових зобов’язань; забезпечує мінімальний ризик при вході на ринок та легкість виходу.

Непрямий (опосередкований) експорт – продаж товарів на зовнішньому ринку за допомогою незалежних посередників (торговельні доми, міжнародні посередники, дистриб’ютори). Потрібен, коли виробник не має достатньо інформації про зовнішній ринок чи досвіду роботи на ньому.

Прямий експорт – продаж товарів на зовнішньому ринку самостійно (в даному випадку створюється експортний відділ, збутове відділення, закордонна філія, наймається комівояжер з експортних операцій).

Експортна кооперація – співробітництво на добровільній основі двох чи більше юридично і економічно самостійних підприємств на основі укладеного між ними договору.

Спільне підприємництво (спільна підприємницька діяльність) – об'єднання зусиль партнерів щонайменше з двох країн з метою організації спільної комерційної справи (ліцензування, підрядне виробництво, управління за контрактом, спільне володіння). Існує 4 види СПД: ліцензування (licensing); виробництво за контрактом (contract manufacturing) або підрядне В.; управління за контрактом (management contracting); підприємства спільного володіння (спільні підприємства).

Ліцензування / licensing – форма спільного підприємництва, яка базується на тому, що ліцензіар (продавець) передає ліцензіату (покупцеві) право на

використання виробничого процесу, патенту, товарного знака в обмін на гонорар або ліцензійний платіж.

Франчайзинг – контрактна система управління і розподілу товарів і послуг компанії через широку чи обмежену мережу дистриб'юторів. По умовах контракту франчайзер (виробник) гарантує право і ліцензію тримачу франшизи (франчайзі) продавати на ринку товари чи послуги, а також використовувати торгову марку і модель бізнесу, розроблену франчайзером.

Підрядне виробництво (виробництво за контрактом) / contract manufacturing – форма спільного підприємництва, за якої національний виробник (продавець) укладає угоду із закордонними виробниками на виготовлення своєї продукції.

Спільне володіння (спільні підприємства) / joint ventures – форма спільного підприємництва, за якої об'єднуються зусилля зарубіжних та місцевих інвесторів з метою створення місцевого комерційного підприємства, котрим вони володіють та керують спільно.

Пряме інвестування (трансферт капіталу) – розміщення капіталу у власні закордонні складальні або виробничі підприємства, збутові філії. Передбачає інвестування капіталу в створення за кордоном власних виробничих філій, забезпечуючи найбільш повне залучення підприємства до ЗЕД.

3. Пошук партнерів при здійсненні ЗЕД

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

Вибір зарубіжного партнера залежить від сукупності **чинників**, які відповідають меті виходу підприємства на зовнішні ринки: вид майбутньої зовнішньоекономічної угоди (експортна, імпортна, ліцензійна, страхування, кредитування тощо); предмет угоди (купівля-продаж товару чи надання послуг); фінансово-економічні умови угоди (наявність авансового платежу, купівля в кредит тощо); технічний рівень продукції підприємства, рівень технологічної бази і виробничі можливості; організація НДДКР і витрати на них; організація управління підприємством, у т.ч. ЗЕД; фінансовий стан підприємства; норми і правила, що діють в цій країні і регулюють відносини з партнером.

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

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

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

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

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

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

ГЛОСАРІЙ

Експорт – вивіз за кордон товарів, які продані іноземним покупцям з метою їх безпосереднього споживання, продажу або для переробки.

Експортна кооперація – співробітництво на добровільній основі двох чи більше юридично і економічно самостійних підприємств на основі укладеного між ними договору.

Спільне підприємництво (спільна підприємницька діяльність) – об'єднання зусиль партнерів щонайменше з двох країн з метою організації спільної комерційної справи.

Ліцензування / licensing – форма спільного підприємництва, яка базується на тому, що ліцензіар (продавець) передає ліцензіату (покупцеві) право на використання виробничого процесу, патенту, товарного знака в обмін на гонорар або ліцензійний платіж.

Франчайзинг – контрактна система управління і розподілу товарів і послуг компанії через широку чи обмежену мережу дистриб'юторів.

Підрядне виробництво (виробництво за контрактом) / contract manufacturing – форма спільного підприємництва, за якої національний виробник (продавець) укладає угоду із закордонними виробниками на виготовлення своєї продукції.

Спільне володіння (спільні підприємства) / joint ventures – форма спільного підприємництва, за якої об'єднуються зусилля зарубіжних та місцевих інвесторів з метою створення місцевого комерційного підприємства, котрим вони володіють та керують спільно.

Пряме інвестування (трансферт капіталу) – розміщення капіталу у власні закордонні складальні або виробничі підприємства, збутові філії.

Питання для самоперевірки знань

1. Визначте критерії вибору форм виходу підприємств на зовнішні ринки.

2. Наведіть класифікацію і характеристику форм виходу підприємств на зовнішній ринок.

3. Розкрийте сутність таких понять, як *експорт, експортна кооперація, спільне підприємництво, ліцензування, франчайзинг, підрядне виробництво, спільне володіння, пряме інвестування*.

4. Опишіть процес пошук партнерів при здійсненні ЗЕД.

Рекомендована література: основна: 2, 3, 5; додаткова 4, 7.

ТЕМА 5
ПОСЕРЕДНИЦЬКІ ТА ОРЕНДНІ ОПЕРАЦІЇ НА ЗОВНІШНІХ РИНКАХ



Основні поняття: посередники, агенти, брокери, комісіонери, агенти-консигнатори, торгові агенти, дистриб'ютори, оренда, лізинг.

План

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

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

Посередники – це особи, що поєднують сторони, які бажають укласти угоду. Вони діють у сфері перевезення, зберігання, страхування, збуту товарів. Посередники зазвичай працюють за рахунок ***принципала*** (доручителя) і одержують за це винагороду.

Мета залучення посередників – підвищення економічної ефективності зовнішньоторгових угод. Незважаючи на виплату винагороди посередникам, їх участь підвищує ефективність операцій завдяки таким перевагам:

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

- оперативна й активна реакція посередників на зміну ринкової кон'юнктури дає їм змогу більш успішно працювати в інтересах експортера, реалізуючи товар на вигідних умовах;

- технічне обслуговування, післяпродажний сервіс, що здійснюються посередниками, сприяють підвищенню конкурентоспроможності;

- створення і розвиток збутової мережі посередниками економить кошти експортерів;

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

У деяких випадках використання посередників стає необхідністю **(**окремі ринки збуту монополізовані; підприємства не можуть самостійно здійснювати дослідження закордонних ринків, займатися пошуком партнерів, розробляти умови контракту; так склалися міжнародні торговельні звичаї, наприклад, при операціях на біржах).

Водночас, недоліком непрямого методу торгівлі є позбавлення експортера безпосередніх контактів з ринками збуту, а також залежність його від активності торгового посередника. Збут продукції через посередників призводить до підвищення цін на товари і зниження доходів від експорту, так як частина виручки залишається у посередника. До того ж, торговий посередник несе певні витрати, що у підсумку оплачуються експортерами.

2. Класифікація посередників за обсягом повноважень і місцем на ринку.

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

Залежно від обсягу повноважень на ринку розрізняють такі види посередників.

1) Ті, що не мають права підписувати договори з третіми особами. ***Агенти-представники*** тільки представляють інтереси принципала на певному ринку щодо узгодженої номенклатури товарів. ***Брокери*** – це особи, які діють зі збуту і придбання товарів, але самі стороною договору ні в ролі продавця, ні в ролі покупця не виступають, їхнє завдання – знайти покупця для продавця і продавця для покупця та сприяти підписанню контракту між ними.

2) Ті, що мають право підписувати угоди з третіми особами від свого імені та за рахунок принципала.

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

Агенти-консигнатори. За договором консигнації (різновид договору комісії) принципал (консигнант) поставляє товари на консигнаційний склад

агента (консигнатора) для їх подальшої реалізації на ринку консигнатора. Консигнант є власником товару до моменту його реалізації. Винагороду консигнатора становить різниця між цінами, названими консигнантом, і цінами реалізації споживачеві. Важливою ознакою консигнаційного контракту є визначення території реалізації товарів; консигнатор не має права продавати товари за межами цієї території без згоди консигнанта.

3) Ті, що мають право підписувати угоди з третіми особами від імені та за рахунок принципала. ***Торгові агенти.*** Суть такої агентської операції: одна сторона (принципал) доручає іншій стороні (агентові) здійснювати операції, пов'язані з продажем-купівлею товарів, а також з пошуком замовників та виконавців на надання певних послуг на обумовленій території в узгоджений період за рахунок і від імені принципала.

4) Ті, що мають право підписувати угоди з третіми особами від свого імені та за свій рахунок. ***Дистриб'ютори (купці)***. Ці посередники займаються продажем товарів від свого імені і за свій рахунок, вони самі несуть усі ризики, пов'язані зі псуванням або втратою товарів, а також з неплатоспроможністю покупців.

За місцем на ринку посередників класифікують таким чином.

Прості агенти. Угода про просте агентство надає право посереднику збувати на обумовленій території певну номенклатуру товарів принципала та одержувати від нього винагороду. Така угода не обмежує прав принципала, який може самостійно або через інших агентів виходити з цими ж товарами на той самий ринок без виплати простому агентові будь-якої винагороди чи компенсації.

Агенти з правом «першої руки». Згідно з договором про агентство з правом «першої руки» принципал зобов'язаний спочатку запропонувати товар агентові й лише після його відмови продавати товар на цьому ринку самостійно або через інших посередників без виплати винагороди агентові.

Монопольні, або ексклюзивні, агенти. Угода про надання агентові монопольного права означає, що тільки він може продавати товари принципала певної номенклатури на обумовленій території протягом встановленого часу і отримувати за це винагороду, але принципал позбавляється права і можливості виходити на цей ринок з товарами обумовленої в угоді номенклатури самостійно або через інших агентів.

3. Організація збуту та способи винагороди посередників

У зовнішньоекономічній діяльності посередники використовують три види збутових мереж. ***Власна збутова мережа*** охоплює збутові відділи головного посередника і його підрозділи, розташовані в окремих регіонах країни. ***Незалежна збутова мережа*** (для агентів – субагентська мережа) охоплює дочірні компанії за участю капіталів основних посередників (агентів) і

незалежні збутові фірми, що ведуть оптову і роздрібну торгівлю. ***Змішані мережі,*** найбільш поширені у міжнародній торгівлі, складаються із власних збутових відділів і незалежних збутових фірм.

Можна виділити кілька основних способів нарахування і виплати винагороди посередникам.

1) Посередники залишають собі різницю між цінами реалізації товарів на ринку збуту і цінами експортерів. Такий спосіб стимулює посередника до розширення обсягів збуту, однак не створює у нього зацікавленості у збільшенні експортних цін.

2) На користь посередника нараховуються узгоджені проценти з експортних цін. Це стимулює посередника до збільшення обсягу збуту і підвищення цін, що в результаті призводить до зростання ефективності експорту.

3) Змішана форма винагороди у вигляді процентів з фактурної ціни і різниці цін відповідає інтересам експортерів, якщо вони мають змогу оперативно контролювати фактичний рівень цін реалізації товарів на ринку.

4) Винагорода за системою «кост плас»: посередник надає експортерові документи, які підтверджують понесені витрати, і експортер відшкодовує ці витрати, збільшені на узгоджені проценти, які і складають прибуток посередника.

4. Сутність та організаційні форми міжнародних орендних операцій.

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

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

Лізинг – найпоширеніший у міжнародній практиці. ***Лізинг*** – це господарська операція, при якій суб'єкт підприємницької діяльності (лізингодавець) передає матеріальні цінності іншому суб'єкту підприємницької діяльності (лізингоотримувачу) у користування за оплату для підприємницької діяльності.

У класичній лізинговій угоді беруть участь *3 суб'єкта*: лізингодавець (власник предмета лізингу), лізингоотримувач (суб'єкт, що користується предметом лізингу), постачальник (продавець, виробник об'єкта лізингу).

Основні переваги лізингу: можливість використання нової, дорогої техніки, високих технологій без значних одночасних витрат; лізинг допускає

100% кредитування і не вимагає негайного початку платежів; лізинг дозволяє спочатку випробувати машини, а потім закупити їх; лізингові платежі у повному обсязі включаються до собівартості продукції, що виробляється лізингоотримувачем, що відповідно знижує оподатковуваний прибуток; майно за лізинговою угодою не зараховується на баланс лізингоотримувача, що не збільшує його активи і звільняє від сплати податку на майно; лізинг доступний для МСП, в той час як отримання банківських кредитів на сприятливих умовах для них проблематичне.

Відповідно до рівня окупності майна розрізняють фінансовий та операційний (оперативний) лізинг. ***Фінансовий лізинг*** – передбачає протягом періоду дії контракту виплату орендатором сум, які б покривали повну вартість амортизації обладнання або більшу її частину, а також прибуток орендодавця. Після закінчення строку дії контракту орендатор може викупити майно за залишковою вартістю. ***Операційний лізинг***, окрім обсягу зобов'язань лізингодавця, відрізняється від фінансового і за строком: обладнання використовується протягом часу, значно меншого, ніж строк економічної служби обладнання.

ГЛОСАРІЙ

Посередники – це особи, що поєднують сторони, які бажають укласти угоду.

Оренда (lease) – це тимчасове користування майном на умовах, що встановлюються у договорі між власником майна (*орендодавцем*) та особою, на користь якої воно передається (*орендатором*).

Лізинг – це господарська операція, при якій суб'єкт підприємницької діяльності (лізингодавець) передає матеріальні цінності іншому суб'єкту підприємницької діяльності (лізингоотримувачу) у користування за оплату для підприємницької діяльності.

Питання для самоперевірки знань

1. Охарактеризуйте зміст посередницьких операцій.
2. Назвіть переваги та недоліки залучення посередників у зовнішньоекономічній діяльності.
3. Наведіть класифікацію посередників за обсягом повноважень і місцем на ринку.
4. Опишіть організацію збуту та способи винагороди посередників.
5. Поясніть сутність та організаційні форми міжнародних орендних операцій.

Рекомендована література: основна: 2, 3, 5; додаткова 4, 7.

Розділ 2.
Структура, зміст та особливості підготовки, укладання та виконання зовнішньоекономічних контрактів

ТЕМА 6
ОРГАНІЗАЦІЯ І ТЕХНІКА ПІДГОТОВКИ, УКЛАДАННЯ ТА ВИКОНАННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНИХ КОНТРАКТІВ



Основні поняття: зовнішньоекономічний контракт, оферта, акцепт, зустрічна оферта, експортно-імпортна угода.

План

1. Сутність договірних відносин між підприємствами на зовнішньому ринку та особливості зовнішньоекономічного контракту.
2. Види зовнішньоекономічних контрактів та їх характеристика.
3. Етапи здійснення експортно-імпортної угоди, порядок укладання контрактів.

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

Зовнішньоекономічний контракт – це матеріально оформлена угода двох або більше суб'єктів ЗЕД та їхніх іноземних контрагентів, спрямована на встановлення, зміну або припинення їх взаємних прав і зобов'язань у зовнішньоекономічній діяльності.

При укладанні зовнішньоторгової угоди сторони повинні обумовити, право якої держави буде використовуватись для регулювання форми угоди і прав та обов'язків сторін. У законодавстві більшості країн світу й у багатьох міжнародних конвенціях закріплено *принцип автономії волі сторін,* що означає їх свободу підпорядкувати договір вибраному ними правопорядку. Важливими є правила імперативного характеру, коли сторони не мають права вибору, тобто передбачено певні обмеження автономії їхньої волі. Це стосується, по-перше, контрактів про створення спільних підприємств, до яких застосовується право країни, на території якої СП створюється й офіційно реєструється. По-друге, застосовним правом у випадках укладання договорів на аукціоні, в результаті конкурсу або на біржі є право країни, на території якої проводиться аукціон, конкурс або знаходиться біржа.

Зовнішньоекономічний контракт юридично закріплює відносини між сторонами, надаючи їм характеру зобов'язань, виконання яких захищене законом; визначає порядок, послідовність і способи дій партнерів; передбачає заходи щодо забезпечення виконання зобов'язань сторонами. Він виконує такі функції:

- ініціативна: договір є актом прояву ініціативи та узгодженої волі сторін врегулювати певні відносини;

- програмно-координаційна: договір як програма поведінки сторін і засіб координації їх дій відповідно до економічних інтересів і намірів;

- інформаційна: договір містить Інформацію про правове становище сторін у договорі, яка необхідна сторонам і третім особам;

- гарантійна: лише завдяки договору включаються в дію такі правові гарантії виконання договірних зобов'язань, як неустойка, завдаток, застава тощо;

- правозахисна: договір є правовою формою відносин, в межах якої забезпечується примусове виконання зобов'язань сторін.

2. Види зовнішньоекономічних контрактів та їх характеристика.

Залежно ***від характеру операції***, яку збираються здійснити контрагенти, розрізняють: контракт купівлі-продажу; підрядний контракт; контракт оренди; ліцензійний контракт та інші.

У контракті купівлі-продажу обов'язковою умовою є ***перехід права власності*** на товар від продавця до покупця. Передачею товару визнається надання товару тому, хто його купує, а також здача товару транспортній організації або пошті для відправки покупцеві, якщо за контрактом або укладеним договором перевезення оплата за доставку товару не входить до обов'язків покупця. Згідно з Віденською конвенцією (Відень, 1980 р.), договір міжнародної купівлі-продажу товарів має такі основні ознаки:

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

- контракти на термін – передбачають поставку товару до чітко визначеного терміну, і в разі порушення строку покупець має право розірвати угоду;

- спеціальні контракти – на проєктування, монтажні роботи, технічне обслуговування, проведення випробувань тощо;

- «рамкові» контракти – містять лише основні умови, які потребують подальшого уточнення;

- наміри – встановлюють намір покупця придбати товар без твердих зобов'язань.

<u>3. Етапи здійснення експортно-імпортної угоди, порядок укладання контрактів.</u>

Підготовка до укладання контракту складається з трьох етапів:

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

Вибір ринку проводиться згідно з програмою маркетингу, враховуючи такі фактори: політичні взаємини з країною-контрагентом; місткість товарного ринку; кон'юнктура товарних ринків; торгово-політичні умови; транспортні умови; умови платежу і кредиту; правові питання; специфічні вимоги ринку; канали і методи збуту.

При **встановленні контакту з потенційним покупцем** можуть бути використані такі способи: 1) направити пропозицію (оферту) одному чи декільком іноземним покупцям; 2) прийняти і підтвердити замовлення покупця; 3) направити покупцеві пропозицію у відповідь на його запит; 4) взяти участь у міжнародних торгах, виставках, ярмарках; 5) направити покупцеві комерційний лист про наміри розпочати переговори щодо укладання контракту.

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

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

Часто в міжнародній практиці використовується спосіб підготовки угоди на підставі вивчення умов ***замовлення на поставку товарів***, отриманого від покупця. Замовлення може бути підтверджене і прийняте до виконання чи відхилене. У випадку, якщо ініціатива укладання угоди виходить від покупця, то його звернення до продавця з проханням надіслати оферту називається ***запитом***.

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

Протягом ***переддоговірного періоду*** ведуться попередні переговори про майбутню угоду й узгоджуються, уточняються її основні умови, щоб умови договору були конкретними і точними, не допускали різночитання. При цьому складається проєкт контракту. У період комерційних переговорів (***трактація угоди)*** вивчаються аргументи сторін і знаходяться компромісні рішення. Після цього складається остаточний текст контракту. Підготовлений остаточний текст

контракту візується кожною стороною підписами уповноважених представників сторін (***попереднє підписання, чи парафування тексту контракту),*** а потім підписується. Договір купівлі-продажу **вважається укладеним**, коли обидві сторони дійшли згоди за усіма істотними умовами угоди.

Права й обов'язки контрагентів виникають з моменту укладання контракту.

ГЛОСАРІЙ

Зовнішньоекономічний контракт – це матеріально оформлена угода двох або більше суб'єктів ЗЕД та їхніх іноземних контрагентів, спрямована на встановлення, зміну або припинення їх взаємних прав і зобов'язань у зовнішньоекономічній діяльності.

Оферта – це письмова заява продавця про бажання укласти договір купівлі-продажу яка містить в собі усі істотні пункти передбачуваного договору і бути адресованою конкретній особі або невизначеному колу осіб за умови можливої індивідуалізації однієї або декількох з них, що бажатимуть прийняти пропозицію.

Акцепт – це згода адресата, дана у встановлений строк, укласти договір на умовах, запропонованих в оферті.

Зустрічна оферта – це відповідь на оферту, яка має за мету слугувати акцептом, але містить доповнення, обмеження або інші зміни**.**

Питання для самоперевірки знань:

1. Поясніть сутність договірних відносин між підприємствами на зовнішньому ринку та особливості зовнішньоекономічного контракту.
2. Назвіть функції, які виконує зовнішньоекономічний контракт.
3. Охарактеризуйте види зовнішньоекономічних контрактів.
4. Опишіть етапи здійснення експортно-імпортної угоди.
5. Поясніть порядок укладання контрактів.

Рекомендована література: основна: 2, 5, 7; додаткова: 4, 6.

ТЕМА 7
СТРУКТУРА І ЗМІСТ МІЖНАРОДНИХ КОНТРАКТІВ КУПІВЛІ-ПРОДАЖУ



Основні поняття: типовий контракт, сертифікат якості, строк поставки, дата поставки, приймання товару, попереднє приймання товару, остаточна здача-приймання товару, рекламація.

План

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

1. Типові контракти в міжнародній торгівлі.

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

Типові форми контрактів розробляються в основному великими експортерами даного виду продукції, об'єднаннями промисловців і підприємців, асоціаціями, союзами, торгово-промисловими палатами тощо.

Використання типового контракту може здійснюватися двома способами:

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

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

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

2. Умови контракту: обов'язкові та додаткові.

Зміст контракту складають його ***умови***, про які сторони, що укладають угоду, домовились у процесі укладання контракту та попередніх переговорів.

Із погляду обов'язковості умови контракту поділяються на *обов'язкові* та *додаткові.* Обов'язковими умови називають тому, що коли одна із сторін не виконує їх, то інша має право розірвати контракт і вимагати відшкодування збитків. Додаткові (несуттєві) умови передбачають, що у разі порушення їх однією із сторін інша не має права розірвати угоду, зате може вимагати виконання контрактних зобов'язань і застосовувати штрафні санкції, якщо це передбачено контрактом.

Із погляду універсальності умови контракту можна поділити на універсальні й індивідуальні.

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

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

3. Зміст і характеристика основних умов контракту.

Форма та зміст зовнішньоекономічних контрактів в Україні регулюються Наказом Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції «Про затвердження Положення про форму зовнішньоекономічних договорів (контрактів)». Формулювання основних умов може дещо відрізнятись від Положення, але має містити такі складові.

1. Назва, номер договору, дата і місце його укладення.
2. Преамбула. Контракт починається з визначення сторін, тобто з назв фірм або організацій, які виступають «Продавцем» і «Покупцем», а також назв документів, якими керуються контрагенти при укладанні договору (статут підприємства, установчий договір і т.д.).
3. Предмет контракту. Визначає вид договору і контрактний опис товару. У тому випадку, якщо товар потребує більш детальної характеристики або номенклатура товару досить велика, ці дані вказуються у додатку до договору (специфікація контракту, технічні умови).
4. Кількість та якість товару (обсяги виконання робіт, надання послуг). Як правило, вказується у метричних одиницях, штуках, парах тощо. Кількість товару може бути визначена або твердо фіксованою цифрою, або у встановлених межах. Визначення якості товару передбачає встановлення якісної характеристики товару, тобто сукупності властивостей, що визначають придатність товару за його призначенням. Документом, який підтверджує якість товару, є ***сертифікат якості***.
5. Строк і дата поставки.

Строк поставки – це момент, коли продавець зобов’язаний передати товар у власність покупцю чи за його дорученням особі, що діє від його імені.

Дата поставки – це дата передачі товару в розпорядження покупця.

6. Базисні умови поставки. Визначають розподіл між продавцями і покупцями обов'язків, пов'язаних зі здійсненням поставок товарів. Застосування базисних умов поставок суттєво раціоналізує механізм дії контракту на основі спрощень у складанні та узгодженні його позицій і статей. На даний час діє 11 транспортних термінів ІНКОТЕРМС-2020.

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

8. Умови платежів. Контракти, як правило, містять детальний виклад порядку взаємних розрахунків: валюту платежу, термін платежу, спосіб платежу, форми розрахунків, валютні поправки. Оплата товару може здійснюватися у валюті експортера або імпортера, а також валюті третьої країни. З метою уникнення втрат від можливої зміни курсів валют контракти з тривалими термінами поставок товарів часто містять валютні поправки, тобто прив'язку курсів валют ціни і платежу до курсу стійкої валюти.

9. Умови приймання-здавання товару (робіт, послуг). Тут визначаються строки та місце фактичної передачі товару, перелік товаросупровідних документів.

Приймання – це перевірка відповідної якості, кількості та комплектності товару його характеристиці та технічним умовам, вказаним у контракті.

Попереднє приймання – це огляд товару на підприємстві продавця для встановлення відповідності його кількості та якості умовам контракту.

Остаточна здача-приймання встановлює фактичне виконання поставки.

10. Упаковка і маркування. Вигляд упаковки визначається особливостями товару і базисними умовами поставок. Маркування буває двох видів: товарне і спеціальне.

Товарне маркування показує найменування продавця, покупця, № контракту, № місця, вагу брутто, нетто та інші реквізити.

Спеціальне маркування містить такі відомості: «боїться сирості», «крихкий товар», «не кантувати» тощо.

11. Форс-мажорні обставини. У ході виконання контракту можуть виникнути надзвичайні обставини, що перешкоджатимуть нормальному виконанню контракту, які неможливо було передбачити при його підписанні і попередити (форс-мажор). До них належать землетруси, урагани, пожежі, воєнні дії, страйки та урядові заходи тощо. З метою уникнення розбіжностей у контрактах слід перелічити ті обставини, які сторони вважатимуть форс-мажорними. У разі їх настання виконання контракту може бути без будь-яких санкцій призупинено на час їхньої дії та ліквідації наслідків. Контракти передбачають зобов'язання сторони, для якої настали такі обставини, представити в обумовлений термін *свідчення торгової палати*, яке підтверджує наявність форс-мажору.

12. Санкції та рекламації. У більшості випадків контракти передбачають матеріальну відповідальність сторін за невиконання або неналежне виконання зобов'язань (штрафні санкції у формі штрафу або відшкодування збитків).

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

13. Урегулювання спорів у судовому порядку. У цьому розділі визначаються умови та порядок вирішення спорів у судовому порядку щодо тлумачення, невиконання або неналежного виконання договору з визначенням назви суду або чітких критеріїв визначення суду.

Спірні питання можуть бути вирішені в арбітражному суді країни експортера, країни імпортера, третьої країни або в арбітражному суді Міжнародної торгової палати.

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

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

ГЛОСАРІЙ

Типовий контракт являє собою зразковий договір чи ряд уніфікованих умов, викладених у письмовій формі, сформульованих заздалегідь з урахуванням торгової практики чи торгових звичаїв і прийнятих договірними сторонами після того, як вони були погоджені з вимогами конкретної угоди.

Сертифікат якості – це документ, який підтверджує якість товару.

Строк поставки – це момент, коли продавець зобов'язаний передати товар у власність покупцю чи за його дорученням особі, що діє від його імені.

Дата поставки – це дата передачі товару в розпорядження покупця.

Приймання – це перевірка відповідної якості, кількості та комплектності товару його характеристиці та технічним умовам, вказаним у контракті.

Попереднє приймання – це огляд товару на підприємстві продавця для встановлення відповідності його кількості та якості умовам контракту.

Остаточна здача-приймання встановлює фактичне виконання поставки.

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

Питання для самоперевірки знань

1. Охарактеризуйте типові контракти в міжнародній торгівлі.
2. Які умови контракту – обов'язкові та додаткові – ви знаєте?
3. Визначте зміст і характеристики основних умов контракту.
4. Розтлумачте такі поняття, як *типовий контракт, сертифікат якості, строк поставки, дата поставки.*
5. Розкрийте сутність таких понять, як *приймання товару, попереднє приймання товару, остаточна здача-приймання, рекламація.*

Рекомендована література: основна: 1, 4, 5; додаткова: 3, 5.

ТЕМА 8
БАЗИСНІ УМОВИ ПОСТАВКИ ТОВАРУ В МІЖНАРОДНИХ КОНТРАКТАХ КУПІВЛІ-ПРОДАЖУ



Основні поняття: базисні умови поставки товарів, ціна, витрати, ризик, страховка, транспортування.

План

1. Базисні умови поставки товарів. Суть та еволюція умов «ІНКОТЕРМС».
2. Характеристика умов «ІНКОТЕРМС-2020».

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

Міжнародні правила інтерпретації комерційних термінів ІНКОТЕРМС визначають обов'язки контрагентів щодо поставки товару і встановлюють момент переходу ризиків від однієї сторони до іншої, а також конкретний строк поставки товару. Ці умови називаються базисними, оскільки встановлюють базис ціни.

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

Із метою уніфікації умов контракту в міжнародній торгівлі були спроби створити єдині правила для трактування комерційних термінів і тим самим повністю уніфікувати торгові звичаї в різних країнах. Так, в 1936 р. Міжнародна торговельна палата опублікувала збірку правил з трактування міжнародних торговельних термінів «Інкотермс». Пізніше, в 1953, 1967, 1976, 1980, 1990, 2000, 2010, 2020 рр. були внесені зміни та доповнення з метою приведення цих правил у відповідність до поточної практики міжнародної торгівлі. Зокрема, при перегляді ІНКОТЕРМС у 1990 р. у статтях, що стосувалися обов'язку продавця надати докази поставки, було дозволено замінити паперовий документообіг електронним обміном даними за умови, що сторони заздалегідь домовилися. Правилами ІНКОТЕРМС 2020 використовується 11 термінів, які поділені на два класи за ознакою виду транспорту, що використовується.

Перший клас включає сім термінів, які можуть застосовуватися незалежно від обраного виду транспорту та його кількості: EXW, FCA, CPT, CIP, DPU, DAP і DDP.

Другий клас включає чотири терміни в яких пунктом поставки і місцем, до якого здійснюється перевезення товару, є порти, тому даний клас має назву «Для морського і внутрішнього водного транспорту»: FAS, FOB, CFR і CIF.

Цей документ не є обов'язковим, тому застосування правил у міжнародній практиці можливе тільки при наявності про це прямого посилання в контракті.

2. Характеристика умов «ІНКОТЕРМС-2020»

Правила для будь-якого виду чи видів транспорту:

EXW (EX Works) – франко-завод (із зазначенням пункту доставки).

Цей термін часто використовується у початкових цінових пропозиціях на продаж товарів без урахування будь-яких витрат. EXW означає, що продавець надає товари на його території або в іншому зазначеному місці (завод, фабрика, склад, тощо). Продавець не повинен ні завантажувати товари на транспорт для підвезення вантажів, ні замитнювати товари для експорту.

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

FCA (Free Carrier) – франко-перевізник (із зазначенням пункту доставки).

Термін FCA може мати два різних значення, кожне з яких передбачає різні рівні ризику та витрат для покупця та продавця. FCA (a) використовується, коли продавець доставляє товар, замитнений для експорту, у вказане місце, яке є його власною територією. FCA (b) використовується, коли продавець доставляє товар, замитнений для експорту, у вказане місце, яке не є його власною територією. У обох випадках товар може бути доставлений перевізнику, призначеному покупцем, або іншій стороні, призначеній покупцем.

CPT (Carriage Paid To) – перевезення оплачене до... (із зазначенням пункту призначення).

За умов CPT продавець платить за перевезення товару до зазначеного пункту призначення.

CIP (Carriage and Insurance Paid To) – перевезення і страхування оплачені до... (із зазначенням пункту призначення).

Ці умови подібні до умов CPT з тим винятком, що продавець повинен забезпечити мінімальне страхування товару під час перевезення.

DAP (Delivered at Place) – доставка в місце призначення (із зазначенням пункту призначення).

У цьому випадку вважається, що продавець доставив товар, якщо товар перебуває у розпорядженні покупця на виді транспорту, що прибуває, і готовий до розвантаження у зазначеному пункті призначення. За умов DAP продавець повинен керувати всіма ризиками, пов'язаними з ввезенням товарів.

DPU (Delivered at Place Unloaded) – доставка в місце призначення з розвантаженням (з зазначенням пункту призначення).

Згідно з цими умовами Інкотерм, продавець повинен надати товар у розвантаженому вигляді в зазначеному місці. Продавець сплачує всі транспортні витрати (експортні збори, плата за перевезення, розвантаження з транспорту основного перевізника у порту призначення та збори порту призначення) і бере на себе всі ризики до прибуття в пункт призначення.

DDP (Delivered Duty Paid) – доставка зі сплатою мита (із зазначенням пункту призначення).

Продавець відповідальний за доставку товару у зазначене місце в країні покупця і сплачує всі витрати, пов'язані з перевезенням товару до пункту призначення, включно з митом на імпорт та податками. Продавець не несе відповідальності за розвантаження.

Правила для морських перевезень і перевезень внутрішніми водними шляхами:

FAS (Free Alongside Ship) – франко уздовж борту судна (із зазначенням порту відвантаження).

Товар вважається доставленим продавцем, якщо товар розташований уздовж борту судна (наприклад, біля причальної лінії або на баржі), призначеного покупцем у зазначеному порту відвантаження. Ризик втрати або товару переходить від продавця до покупця, коли товар розташовується уздовж борту судна, і з цього моменту покупець несе відповідальність за всі витрати.

FOB (Free On Board) – франко-борт.

Продавець доставляє товар на борт судна, призначеного покупцем, у зазначеному порту відвантаження, або закуповує товари, вже доставлені таким чином на судно. Ризик втрати або товару переходить від продавця до покупця, коли товар опиняється на борту судна, і з цього моменту покупець несе відповідальність за всі витрати.

CFR (Cost and Freight) – вартість і фрахт.

Продавець доставляє товар на борт судна. Ризик втрати або товару переходить від продавця до покупця, коли товар опиняється на борту судна. Продавець повинен укласти договір і оплатити всі витрати та фрахт, необхідні для доставки товару у зазначений порт призначення.

CIF (Cost, Insurance and Freight) – вартість, страхування і фрахт.

Те ж саме, що й CFR, але з тим доповненням, що продавець також повинен забезпечити мінімальне страхове покриття ризику втрати товару покупцем або пошкодження товару під час перевезення.

Порівняння усіх умов ІНКОТЕРМС 2020 наведене в табл. 8.1.

Таблиця 8.1 – Розподіл обов'язків між продавцем (Пр.) та покупцем (Пок.) за різних умов ІНКОТЕРМС 2020

Сфера обов'язків продавця і покупця	Універсальні умови (будь-які перевезення та види транспорту)							«Морські» умови (морські/внутрішньоводні перевезення)			
	EXW	**FCA**	**CPT**	**CIP**	**DAP**	**DPU**	**DDP**	**FAS**	**FOB**	**CFR**	**CIF**
Пакування	Пр.	Пр.	Пр.	Пр.	Пр.	Пр.	Пр.	Пр.	Пр.	Пр.	Пр.
Навантаження	Пок.	Пр.	Пр.	Пр.	Пр.	Пр.	Пр.	Пр.	Пр.	Пр.	Пр.
Внутрішні перевезення	Пок.	Пр.	Пр.	Пр.	Пр.	Пр.	Пр.	Пр.	Пр.	Пр.	Пр.
Експортне мито, митний збір, податки	Пок.	Пр.	Пр.	Пр.	Пр.	Пр.	Пр.	Пр.	Пр.	Пр.	Пр.
Витрати з проходження термінал у у місці відправки	Пок.	Пок.	Пр.	Пр.	Пр.	Пр.	Пр.	Пр.	Пр.	Пр.	Пр.
Завантаження на судно	Пок.	Пок.	Пр.	Пр.	Пр.	Пр.	Пр.	Пок.	Пр.	Пр.	Пр.
Фрахт	Пок.	Пок.	Пр.	Пр.	Пр.	Пр.	Пр.	Пок.	Пок.	Пр.	Пр.
Страховка	Пок.	Пок.	Пок.	Пр.	Пок.	Пок.	Пок.	Пок.	Пок.	Пок.	Пр.
Витрати з проходже-ння термінал у у місці призначе-ння	Пок.	Пок.	Пр.	Пр.	Пр.	Пр.	Пр.	Пок.	Пок.	Пок.	Пок.

Імпортне мито, митний збір, податки	Пок.	Пок.	Пок.	Пок.	Пок.	Пок.	Пр.	Пок.	Пок.	Пок.	Пок.
Доставка до місця призначе-ння	Пок.	Пок.	Пок.	Пок.	Пок.	Пок.	Пр.	Пок.	Пок.	Пок.	Пок.

Питання для самоперевірки знань

1. Що таке базисні умови поставки товарів ? У чому полягає їх мета?
2. Опишіть сутність та еволюцію умов поставки товарів «ІНКОТЕРМС».
3. У чому полягає різниця умов поставки товарів «ІНКОТЕРМС 2010» та «ІНКОТЕРМС 2020»?
4. Охарактеризуйте перший клас умов поставки товарів «ІНКОТЕРМС 2020», який включає сім термінів, що можуть застосовуватися незалежно від обраного виду транспорту та його кількості: EXW, FCA, CPT, CIP, DPU, DAP і DDP.
5. Охарактеризуйте другий клас умов поставки товарів «ІНКОТЕРМС 2020», який включає чотири терміни «Для морського і внутрішнього водного транспорту»: FAS, FOB, CFR і CIF.
6. Що означає поняття «вільно» (франко) в умовах «ІНКОТЕРМС»?

Рекомендована література: основна: 1, 3, 4; додаткова 4, 5.

ТЕМА 9
ЦІНА ТОВАРУ В МІЖНАРОДНИХ КОНТРАКТАХ КУПІВЛІ-ПРОДАЖУ



Основні поняття: цінова політика, ціни, що публікуються, світові ціни, розрахункові ціни, цінові стратегії, методи ціноутворення.

План

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

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

Цінова політика – це визначення рівня цін і можливих варіантів їх зміни залежно від цілей та завдань, що стоять перед підприємством в короткостроковому періоді та в перспективі. Залежно від поставлених цілей підприємство може здійснювати такі кроки в сфері цінової політики: збереження встановленого рівня цін; підвищення рівня цін; зниження рівня цін; зміна рівня ціни – поступово чи стрибкоподібно.

При розробці цінової політики підприємство має відповісти на запитання:

1. Чи є ціна засобом конкурентної боротьби на конкретному ринку?

2. Якою має бути цінова політика?

3. Яку цінову стратегію повинно обрати підприємство?

4. Чи повинна бути єдиною базисна ціна для всіх країн, з якими ведеться торгівля?

5. Чи здійснює держава заходи щодо регулювання ціни на певний товар у країнах-імпортерах?

6. Чи існують в цих країнах громадські організації, які контролюють рівень цін?

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

Ціни, що публікуються – це ціни, що оприлюднюються в спеціальних джерелах інформації (ціни аукціонів, біржові котирування, ціни статистичних довідників, ціни укладених контрактів, ціни пропозиції великих фірм). Ціни, що публікуються, відображають рівень світових цін. ***Світові ціни*** – це ціни великих експортно-імпортних операцій, що здійснюються в основних центрах світової торгівлі. При цьому операції мають здійснюватися на умовах готівкового платежу в ВКВ, а обрані ринки – регулюватись загальним (а не спеціальним) торговельно-політичним режимом.

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

2. Фактори ціноутворення в ЗЕД.

Фактори, що впливають на цінові рішення при здійсненні ЗЕД:

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

- рівень витрат та їх структура;
- бажаний рівень прибутку;
- діюча система управління, планування і контролю діяльності;
- способи і методи одержання інформації про ринок.

2. Товарні, як діють тільки щодо даного товару:

- корисність товару;
- місце товару в товарній номенклатурі;
- стадія життєвого циклу товару;

- якість товару;

- зміна цін інших товарів (товари-субститути, товари-комплементи);

- ступінь монополізації попиту і пропозиції товару (монополія, олігополія, монополістична конкуренція);

– рівень обслуговування;

– система доставки.

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

- платоспроможність споживачів;

- інформаційне забезпечення;

- дії уряду (контроль цін, державні закупівлі). Інструменти державного регулювання цін: державне регулювання цін внутрішнього ринку, що здійснюється за допомогою гарантування виробникам рівня продажних цін;

- митна політика;

- бюджетне субсидування експорту;

- митні бар'єри;

- нетарифні бар'єри.

4. Витрати на розробку ринку:

- адаптація товару;

- обслуговування;

- канали розподілу;

- просування.

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

- конкурентне середовище;

- цінова політика конкурентів;

- фаза економічного циклу;

- короткострокові коливання попиту і пропозиції;

- заходи державного регулювання і контролю над цінами;

- рівень інфляції;

- валютні чинники;

- роль «сірого» ринку.

3. Цінові стратегії на зовнішньому ринку.

Стратегія ціноутворення має сприяти досягненню певних цілей підприємства:

- фінансових, що ґрунтуються на прибутку;

- збутових, що ґрунтуються на цілях інтенсифікації збуту;

- ситуаційних, що ґрунтуються на цілях збереження чи створення для підприємства більш прийнятних умов діяльності.

Розрізняють такы цінові стратегії на зовнішньому ринку.

Стратегія відшкодування повних витрат. Застосовується великими підприємствами або монополістами на ринку. Вони можуть встановлювати максимально високі ціни, що включають витрати виробництва та максимальний прибуток. Є ціновими лідерами, за якими слідують інші виробники.

Стратегія «зняття вершків». Застосовується до захищених патентом нових товарів і полягає в послідовному охопленні різних дохідних сегментів ринку. Поступово знижуючи ціну, можна залучати все нові кола клієнтів, яких влаштовує нова ціна. Висока ціна підтримує імідж товару високої якості, на який існує підвищений попит, і змінюється залежно від ступеня новизни товару, стадії життєвого циклу.

Стратегія прориву або проникнення на ринок. Полягає у встановленні низьких цін для швидкого проникнення на нові для підприємства ринки. Застосовується до нових товарів, які легко можуть бути відтворені конкурентами і мають високу еластичність попиту.

Стратегія пов'язаного ціноутворення. Полягає у порівняно низькій ціні на основні вироби за одночасного високого рівня цін на супутні товари, особливо запасні частини, витратні матеріали.

Стратегія престижних цін. Застосовується всесвітньо відомими фірмами з гарною репутацією на товари, аналогічні за властивостями виробам маловідомих фірм. В такому випадку споживач платить за престиж торгової марки.

Стратегія цінової диференціації. Полягає в тому, що на один і той же товар встановлюється різний рівень ціни для різних груп споживачів. Стратегія можлива за таких умов: а) ринок можна поділити на чіткі сегменти; б) сегменти мають різну еластичність попиту; в) сегменти розділені між собою певними бар'єрами.

Стратегії встановлення цін у рамках товарної номенклатури. Підприємство прагне розробити систему цін, яка б забезпечувала одержання максимального прибутку по номенклатурі в цілому.

Стратегія цінового вирівнювання. Ґрунтується на тісній інтеграції цінової та асортиментної політики підприємства. Це означає, що прибуток від товарів, що успішно реалізуються, має обов'язково покривати збитки зі іншими товарами з цього асортименту.

Стратегія трансфертних цін. Застосовується ТНК з широкою мережею закордонних філій. Основні принципи трансфертного ціноутворення: максимізація прибутків для корпорації в цілому; мінімізація

податків для корпорації в цілому; мінімізація митних платежів; удосконалення системи контролю материнською компанією фінансових потоків філій.

4. Методи встановлення зовнішньоекономічних цін.

Залежно від того, який фактор переважає (рівень витрат на одиницю продукції, наявність унікальних характеристик, середній рівень ринкових цін на аналогічні товари) виділяють 2 основні методи ціноутворення: витратний (на основі калькуляції витрат) та ринковий (на основі врахування дії ринкових факторів).

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

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

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

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

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

Одиниця виміру ціни може встановлюватися за певну кількісну одиницю товару або за одиницю маси.

Базис ціни – встановлює, чи входять транспортні, страхові, складські й інші витрати на доставку товару в його ціну. Базис ціни визначається використанням відповідного терміна ІНКОТЕРМС із зазначенням назви пункту здавання товару.

Валюта ціни. Ціна в контракті може бути виражена у валюті країни-експортера, країни-імпортера, або валюті третьої країни.

Спосіб фіксації ціни. Ціна може бути зафіксована в момент укладення контракту або визначатися протягом терміну його дії чи до моменту виконання контракту. Залежно від способу фіксації розрізняють такі види цін: *тверда ціна* – узгоджується і встановлюється в момент підписання контракту і не підлягає зміні протягом строку його дії; *рухома ціна* – це зафіксована ціна при укладанні контракту, що може бути переглянута у подальшому, якщо ринкова ціна даного товару до моменту його поставки зміниться; *ціни з наступною фіксацією* – встановлюються у визначені договорами терміни на підставі узгоджених джерел; *ковзаюча ціна (змінна)* – застосовується у контрактах із тривалими термінами поставок, протягом яких економічні умови виробництва товарів можуть суттєво змінитися. Ковзаюча ціна складається з двох частин: базової, що встановлюється на дату пропозиції або підписання контракту, і змінної, яка визначається на період виготовлення або поставки товару.

ГЛОСАРІЙ

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

Ціни, що публікуються – це ціни, що оприлюднюються в спеціальних джерелах інформації (ціни аукціонів, біржові котирування, ціни статистичних довідників, ціни укладених контрактів, ціни пропозиції великих фірм). Ціни, що публікуються, відображають рівень світових цін.

Світові ціни – це ціни великих експортно-імпортних операцій, що здійснюються в основних центрах світової торгівлі.

Розрахункові ціни – застосовуються в контрактах на нестандартне обладнання, як правило, виготовлене на індивідуальне замовлення.

Базис ціни – встановлює, чи входять транспортні, страхові, складські й інші витрати на доставку товару в його ціну. Базис ціни визначається використанням відповідного терміна ІНКОТЕРМС із зазначенням назви пункту здавання товару.

Валюта ціни – це ціна в контракті, яка може бути виражена у валюті країни-експортера, країни-імпортера, або валюті третьої країни.

Спосіб фіксації ціни – це ціна яка може бути зафіксована в момент укладення контракту або визначатися протягом терміну його дії чи до моменту виконання контракту.

Питання для самоперевірки знань:

1. Що таке цінова політика? У чому полягає її мета?

2. Опишіть особливості цінової політики на зовнішньому ринку.
3. Що таке світові ціни?
4. На основі яких двох видів цін визначається рівень ціни в ЗЕД?
5. Які фактори ціноутворення в ЗЕД?
6. Охарактеризуйте цінові стратегії на зовнішньому ринку.
7. Які існують методи встановлення зовнішньоекономічних цін?
8. Дайте визначення таких понять, як *одиниця виміру ціни, базис ціни, валюта ціни, засіб фіксації ціни, рівень ціни.*

Рекомендована література: основна: 1, 2, 4; додаткова 4, 5.

ТЕМА 10
ВАЛЮТНІ ТА ФІНАНСОВІ УМОВИ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНИХ КОНТРАКТІВ



Основні поняття: валютні умови контракту, валютні ризики, страхування валютних ризиків, хеджування, валютні опціони, ф'ючерсні операції.

План

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

1. Валютні умови контракту.

Валютно-фінансові умови визначають, яку валюту, в який час, у якій сумі, у якій формі отримає експортер за проданий товар чи надані послуги, а імпортер оплатить ввезений товар чи отримані послуги. Ці умови включають такі елементи: валюту ціни, валюту платежу, умови платежу, форми розрахунків, засоби платежу, застереження. Вибір валютно-фінансових умов угод залежить від характеру економічних відносин між країнами, співвідношення сил контрагентів, а також від традицій і звичаїв міжнародної торгівлі даним товаром.

Валюта ціни. Ціна у контракті може бути виражена у валюті країни експортера, імпортера чи у валюті третьої країни (якщо валюти обох контрагентів не користуються достатнім комерційним попитом). На вибір валюти ціни значною мірою впливають торгові звичаї, що існують в торгівлі цими товарами. ***Валютний демпінг*** – це експорт товарів за зниженими цінами (відносно світових), що здійснюється через застосування знижених валютних курсів.

Валюта платежу (валюта, в якій здійснюється оплата товару) може відрізнятися від валюти ціни, особливо коли контрактні ціни встановлюються на біржах, аукціонах. В такому випадку валюта ціни є формою страхування ризику зміни курсу валюти платежу.

Перерахунок валют. У випадку, коли валюта ціни і валюта платежу не співпадають, зазначається перерахунок валюти ціни у валюту платежу. При цьому у контракті необхідно обумовити: *дату перерахунку* (на день підписання контракту, на день платежу та інші варіанти); *курс перерахунку*; *вид платіжного документа* (електронний переказ, поштовий переказ, курс тратт); *місце платежу*.

Технічні поправки. До найпоширеніших поправок у практиці міжнародної торгівлі можна віднести такі: поправка на техніко-економічні відмінності; поправка на комплектацію; поправка на тропічне виконання.

Комерційні поправки. З найпоширеніших комерційних поправок у практиці міжнародної торгівлі можна назвати такі: приведення до єдиних умов поставки; поправка на вторгування; приведення імпортної ціни до строку поставки; поправки на умови платежу.

Валютні поправки застосовуються для зменшення валютних ризиків. Існують *двосторонні та односторонні* поправки. В першому випадку здійснюється перерахунок сум платежу у разі зміни курсу валюти платежу і застосовується в основному у торгівлі з країнами, що розвиваються. Односторонні поправки, як правило, застосовуються у торгівлі з розвинутими країнами і на їх основі також перераховується сума платежу. Поправка може бути *одновалютною* у разі співпадання валюти ціни і платежу, поставленою в залежність від курсу деякої іншої валюти. За *мультивалютної* поправки сума грошових платежів уточнюється залежно від зміни середньоарифметичного курсу кількох валют.

На рівень фіксованих у контракті цін можуть суттєво впливати різні види ***знижок***, які застосовуються у міжнародній торговій практиці (загальна (проста) чи одночасна знижка; бонусна знижка; знижка за кількість чи серійність; дилерська знижка; спеціальна знижка на пробні партії товару; сезонна знижка; експортна знижка; знижка за повернення раніше купленого товару у даної фірми).

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

Валютний ризик – коливання валютних курсів породжують ризик при експортно-імпортних операціях. В умовах знецінювання валют цей ризик стає значним для експортерів, особливо при довгострокових угодах, а також при

продажі товарів у кредит. Із метою запобігання валютним ризикам та їх страхуванню використовують валютні застереження.

Валютні застереження – це спеціальні умови, що передбачають перегляд суми платежу в тій самій пропорції, в якій передбачається зміна курсу валюти платежу відносно валюти застереження. При цьому методі валюта платежу ставиться в залежність від стійкішої валюти застереження.

Фіксація ціни товару в стійкій валюті є однією з форм страхування валютних ризиків, найпоширенішою сьогодні. Застереження бувають: *з двосторонньою спрямованістю* – корекція платежу здійснюється як від зниження курсу валюти, так і від його зростання. При цьому захищаються інтереси обох партнерів; *з односторонньою спрямованістю* – корекція платежу здійснюється тільки при підвищенні або тільки при зниженні валютного курсу.

Застереження захищають інтереси тільки одного з партнерів.

Якщо валюта ціни і валюта платежу збігаються, а розмір суми платежу залежить від зміни курсу валюти розрахунків відносно іншої стабільної валюти (валютне застереження), то застосовується ***пряме валютне застереження***. За розбіжності валюти ціни та валюти платежу застосовується ***непряме застереження,*** відповідно до якого сума платежу змінюється пропорційно зміні курсу валюти ціни до курсу валюти платежу, що відбулася у визначений термін в узгодженому місці.

Багатовалютне (мультивалютне) застереження – це застереження, відповідно до якого сума платежу залежить від зміни курсового співвідношення між валютою платежу та «кошиком валют», який визначається угодою сторін.

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

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

З метою зменшення можливих валютних втрат через різкі коливання курсів валют та їх інфляційне знецінювання експортери багатьох країн застосовують так званий «***метод хеджування»,*** тобто метод укладання поряд з основним контрактом контракту про купівлю в постачальників відповідного товару «на термін» за фіксованою ціною. Спекулюючи на біржі, експортер розраховує отримати прибуток, який компенсує йому можливі збитки при виконанні основного контракту.

Багато іноземних банків часто здійснюють і валютні угоди «на термін» (так звані «***форвардні валютні операції»),*** суть яких полягає у купівлі чи

продажу певних сум відповідної валюти за заздалегідь обумовленим курсом на основі поточних ринкових котирувань з їх фактичною передачею у розпорядження контрагента у певний строк у майбутньому.

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

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

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

Для страхування зовнішньоекономічних угод використовуються також операції «своп», які поєднують готівкову купівлю-продаж з одночасним укладанням угоди на певний строк. ***Валютна операція «своп»*** – це купівля іноземної валюти на умовах «спот» в обмін на вітчизняну валюту з подальшим викупом.

ГЛОСАРІЙ

Валютний ризик – коливання валютних курсів породжують ризик при експортно-імпортних операціях.

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

Багатовалютне (мультивалютне) застереження – це застереження, відповідно до якого сума платежу залежить від зміни курсового співвідношення між валютою платежу та «кошиком валют», який визначається угодою сторін.

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

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

Валютна операція «своп» – це купівля іноземної валюти на умовах «спот» в обмін на вітчизняну валюту з подальшим викупом.

Питання для самоперевірки знань

1. Що таке валютні умови контракту? У чому полягає їх мета?
2. Опишіть валютні умови контракту.
3. Охарактеризуйте елементи валютних умов контракту: валюту ціни, валюту платежу, умови платежу, форми розрахунків, засоби платежу, застереження.
4. Наведіть різні види знижок, які застосовуються у міжнародній торговій практиці можуть впливати на рівень фіксованих у контракті цін.
5. Що таке валютні ризики і які умови їх виникнення?
6. Які існують можливості запобігання та страхування валютних ризиків?
7. Що таке хеджування? У чому його переваги й недоліки?
8. Що таке валютні опціони? На чому вони базуються?
9. Що таке ф'ючерсні операції?

Рекомендована література: основна: 1, 4, 5; додаткова 2, 5.

ТЕМА 11
УМОВИ ПЛАТЕЖУ ТА ФОРМИ РОЗРАХУНКІВ У ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНИХ ОПЕРАЦІЯХ



Основні поняття: міжнародні розрахунки, платіж готівкою, авансовий платіж, платіж у кредит, чек, вексель, аваль, банківський переказ, акредитив, інкасо, відкритий рахунок.

План

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

1. Форми платежу у ЗЕД: готівка, авансовий платіж, платіж у кредит.

Міжнародні розрахунки – це система організації, регулювання та здійснення платежів за грошовими вимогами й зобов'язаннями, які виникають при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності між державами, підприємствами і громадянами різних країн. Основними суб'єктами міжнародних розрахунків є експортери, імпортери та банки, що їх обслуговують.

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

Платіж готівкою здійснюється через банк до чи проти передачі експортером товаросупровідних документів чи самого товару в розпорядження покупця. Готівковий платіж може здійснюватись повністю або частинами. *Повний готівковий платіж* передбачає оплату повної вартості товару за однією із зазначених вище умов. *Готівковий платіж частинами* передбачає оплату вартості товару кількома частинами відповідно до умов контракту.

Авансовий платіж: передбачає виплату покупцем обумовлених у контракті сум до передачі товаророзпорядчих документів і самого товару у розпорядження покупця, а найчастіше під час і навіть до виконання замовлення. Аванс може бути наданий у грошовій і товарній формах. Авансовий платіж відіграє подвійну роль. З одного боку, авансом імпортер кредитує експортера, з іншого - забезпечує виконання зобов'язань, взятих імпортером за контрактом. Авансові платежі вигідні для експортера і менш вигідні для імпортера. Для імпортера вони є ризиковою формою розрахунків, тому імпортер наполягає на виставленні на свою користь гарантії першокласного банку.

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

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

2. Засоби розрахунків: чеки, векселі та банківські перекази.

Найбільш поширеними у міжнародній практиці засобами розрахунків є чеки, векселі та банківські перекази.

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

Чек зручний для розрахунків тоді, коли платник побоюється віддавати гроші до отримання товару, а постачальник не хоче передавати товар до

одержання гарантій платежу. Використання чека як засобу платежу дає змогу заощаджувати на обігу готівки і прискорює платежі, оскільки всі чеки оплачують після подання. Виписаний чекодавцем документ повинен мати відповідне фінансове покриття на його банківському рахунку.

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

Переказний вексель являє собою безумовну пропозицію трасанта (кредитора), адресовану трасату (боржнику), сплатити третій особі (ремітенту) в установлений термін зазначену суму. При виникненні такого грошового зобов'язання трасант виступає і кредитором по відношенню до боржника (трасата), і боржником по відношенню до ремітента.

Простий вексель (соло) виставляється не кредитором, а боржником (векселедавцем). Останній бере зобов'язання сплатити кредитору певну грошову суму в обумовленому місці у визначений термін.

Аваль – це поручительство, що означає гарантію платежу за траттою чи простим векселем (повністю або частково) з боку банку, якщо боржник не виконав у термін зобов’язання за векселем.

Одним із засобів платежу, що використовується у міжнародній торгівлі, є ***банківський переказ***. Це розрахункова банківська операція, яка полягає у пересиланні платіжного доручення одного банку іншому. Платіжне доручення являє собою наказ клієнта банку, складений на основі вказівок переказодавця – клієнта банку, адресований своєму банкові-кореспонденту, про виплату певної суми грошей переказоодержувачу (бенефіціару).

3. Форми міжнародних розрахунків

До форм розрахунків, що найчастіше використовуються у міжнародній торгівлі, належать: 100% авансовий платіж; акредитив; інкасо; відкритий рахунок.

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

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

зобов'язання банку, видане ним за дорученням клієнта-наказодавця акредитиву (імпортера) на користь його контрагента за контрактом – бенефіціара (експортера).

Інкасо – це банківська розрахункова операція, за допомогою якої банк за дорученням свого клієнта (експортера) отримує на основі розрахункових документів належні клієнтові кошти від платника (імпортера) за відвантажені на адресу імпортера товари і зараховує ці кошти на рахунок клієнта-експортера. Для експортера інкасо часто виявляється неприйнятним через те, що він спочатку повинен відвантажити товар, а тоді передавати документи у банк і чекати виконання покупцем своїх зобов'язань щодо оплати. Для зменшення ризику неплатежу за інкасової форми розрахунків експортер повинен наполягати на наданні банківської гарантії платежу.

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

ГЛОСАРІЙ

Міжнародні розрахунки – це система організації, регулювання та здійснення платежів за грошовими вимогами й зобов’язаннями, які виникають при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності між державами, підприємствами і громадянами різних країн.

Чек – це безумовна пропозиція чекодавця платнику здійснити платіж зазначеної на чекові грошової суми чекодержателю готівкою чи перерахуванням грошей на рахунок власника чека у банку.

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

Аваль – це поручительство, що означає гарантію платежу за траттою чи простим векселем (повністю або частково) з боку банку, якщо боржник не виконав у термін зобов’язання за векселем.

Банківський переказ – це розрахункова банківська операція, яка полягає у пересиланні платіжного доручення одного банку іншому.

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

Акредитив – це одностороннє, умовне грошове зобов'язання банку, видане ним за дорученням клієнта-наказодавця акредитиву (імпортера) на користь його контрагента за контрактом - бенефіціара (експортера).

Інкасо – це банківська розрахункова операція, за допомогою якої банк за дорученням свого клієнта (експортера) отримує на основі розрахункових документів належні клієнтові кошти від платника (імпортера) за відвантажені на адресу імпортера товари і зараховує ці кошти на рахунок клієнта-експортера.

Відкритий рахунок – це найменш вигідна форма розрахунків для експортера, оскільки вона не передбачає гарантій своєчасного отримання платежу.

Питання для самоперевірки знань

1. Що таке міжнародні розрахунки? У чому полягає їх мета?
2. Охарактеризуйте форми платежу у ЗЕД.
3. Що таке платіж готівкою?
4. Що таке авансовий платіж?
5. Що таке платіж у кредит?
6. Охарактеризуйте засоби розрахунків: чеки, векселі та банківські перекази.
7. Назвіть форми розрахунків, що найчастіше використовуються у міжнародній торгівлі.

Рекомендована література: основна: 1, 4; додаткова 4, 5.

ТЕМА 12
ОРГАНІЗАЦІЯ І ТЕХНОЛОГІЯ МІЖНАРОДНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ



Основні поняття: транспортне забезпечення ЗЕД, міжнародні перевезення, фрахт, страхування.

План

1. Транспортне забезпечення ЗЕД, транспортні умови зовнішньоекономічних контрактів.
2. Фрахт та страхування міжнародних перевезень.
3. Організація зовнішньоекономічних перевезень.

4. Види міжнародних перевезень: морські, автомобільні, повітряні, залізничні.

1. Транспортне забезпечення ЗЕД, транспортні умови зовнішньо-економічних контрактів.

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

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

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

Зміст транспортних операцій у ЗЕД визначається характером міжнародних сполучень, які можна класифікувати за низкою ознак (табл.12.1).

Таблиця 12.1 – Класифікація транспортних операцій у ЗЕД

№ з/п	Ознака класифікації	Види операцій
1	За предметом транспортних операцій	Вантажні, пасажирські, багажні
2	За видом транспорту	Водні (морські, річкові), залізничні, автомобільні, трубопровідні, змішані (2 і більше видів транспорту)
3	Залежно від транспортної характеристики товару	З сухим вантажем (руда, вугілля, мінеральні добрива і т.д.), з наливним вантажем (нафта і нафтопродукти, рослинні олії, жири, вино і т.д.).
4	За періодичністю	Регулярне й нерегулярне перевезення (лінійне і трампове судноплавство, регулярне повітряне сполучення і чартерні рейси).
5	Залежно від порядку проходження кордону	Перевантажувальні й безперевантажувальні перевезення
6	За видом транспортно-технологічної системи	Контейнерні, поромні, ліхтерні, ролкерні
7	Залежно від завершення перевезення	Сусідські, транзитні, кільцеві
8	За видом сполучень	Прямі, непрямі: ламані з декількома перевізниками, із перевідправкою за одним або декількома договорами перевезення

9	Залежно від складу учасників перевізного процесу	Здійснювані виробником товару, продавцем або покупцем, замовником товару, перевізником-посередником
10	Залежно від місця проведення	Здійснювані всередині країни і на території інших країн

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

На І етапі, до укладання контракту, необхідно: провести аналіз кон'юнктури ринків транспортних послуг; визначити і конкретизувати транспортні умови і базисні умови поставки для їх включення в договір купівлі-продажу, організувати виконання цих умов; визначити частку витрат на транспортні операції в конкретній ціні товару; передбачити в кошторисі транспортні витрати.

На ІІ етапі, в процесі реалізації зовнішньоторговельної операції, необхідно: укласти договори на перевезення товарів, оформити їх відповідними документами; запланувати перевезення вантажів; підготувати товар до перевезення; оформити договір транспортного страхування вантажів; підготувати й оформити товаросупровідну документацію; зробити розрахунки з перевізником; виконати необхідні прикордонні та митні формальності; оформити необхідні документи; оплатити митні збори, податки, мито; організувати нагляд за просуванням вантажу до вантажоодержувача.

На ІІІ етапі, після завершення зовнішньоторговельної операції, необхідно: зробити додаткові взаєморозрахунки; вирішити спірні питання; за необхідності пред'явити претензії і позови.

2. Фрахт та страхування міжнародних перевезень.

Фрахт (від нім. *fracht* – вантаж) – плата за транспортування вантажів чи пасажирів морським, повітряним, залізничним або автомобільним транспортом, а також за використання (наймання) судна чи іншого транспортного засобу для таких перевезень. Обчислюють множенням ринкової фрахтової ставки на кількість вантажу або пасажирів.

Страхування – це механізм зниження фінансових втрат у разі пошкодження або втрати товару.

У практиці ***страхування*** існують два основних принципи формування ризиків, що забезпечують страховий захист. Перший принцип побудований на *методі виключення,* за яким страхується вантаж від усіх ризиків, за винятком деяких. Другий принцип побудований *на методі включення,* тобто вантаж

вважається застрахованим лише від тих ризиків, які перелічені; порівняно з методом виключення, при цьому забезпечується менший захист вантажів.

При укладанні експортно-імпортного контракту перед продавцем або покупцем неминуче постає питання про зменшення ймовірного збитку. Вибір того чи іншого варіанту страхування сторони узгоджують спільно (у разі поставки за умовами термінів «Вартість, страхування і фрахт» або «Перевезення і страхування оплачені до»), або кожна сторона приймає це рішення самостійно, враховуючи розподіл ризиків.

У разі поставки за умовами означених термінів «ІНКОТЕРМС», якщо у контракті не обумовлено інше, продавець здійснює страхування за умовами мінімального покриття ризиків (мінімальна страхова сума повинна покривати вартість контракту у розмірі 105-110%).

3. Організація зовнішньоекономічних перевезень.

Існують різні способи транспортування вантажів між країнами. Плануючи відправлення вантажів і вибір виду транспорту, необхідно враховувати низку факторів.

1) Вид вантажу. Вантажі поділяють на генеральні, масові й особливо режимні. До генеральних належать різні штучні вантажі (в упаковці чи без). До масових відносять вантажі, що мають певну структурну масу, яка перевозиться у великій кількості без упаковки. До особливо режимних відносять вантажі, які зберігають і перевозять при дотриманні спеціальних правил (небезпечні вантажі і ті, що швидко псуються).

2) Відстань і маршрут перевезення. Місце відправлення вантажу та кінцевий пункт перевезення також визначають при виборі виду транспорту. У внутрішньоконтинентальних перевезеннях використовують залізничний, трубопровідний, автомобільний та авіаційний транспорт, у міжконтинентальних – морський та авіаційний транспорт.

3) Фактор часу. Найшвидший спосіб доставки вантажу – авіатранспортом. Однак він дорого коштує. Тому використовується тільки тоді, коли треба доставити вантаж за мінімальний відрізок часу (продукти, квіти тощо).

4) Вартість перевезень. У деяких випадках вибору немає і доводиться платити високу ціну за перевезення. Коли є вибір, ціна буде нижчою. Наприклад, невеликі й середні за обсягом партії вантажів можна доставляти повітрям і сушею приблизно за однаковими цінами.

5) Безпека перевезення. Крихке й дорогоцінне обладнання краще перевозити повітряним транспортом. Товари з високим ступенем ризику розкрадання (автозапчастини, офісне обладнання тощо), як правило,

доставляються морським транспортом, в основному в контейнерах, хоч це й коштує дорожче.

Названі обставини важливо враховувати при виборі виду транспорту. Однак часто це визначається тим, що цікавить в першу чергу відправника вантажу. Найбільше переваг забезпечує автомобільний транспорт, чим і пояснюється зростання його частки в загальному обсязі перевезень.

4. Види міжнародних перевезень: морські, автомобільні, повітряні, залізничні.

Морські перевезення. Морські судна класифікуються залежно від видів вантажів, що перевозяться, регулярності рейсів, форм договорів перевезення. Найбільший інтерес являє поділ ринку морських перевезень на трампове та лінійне судноплавство.

Трамповими називаються судна, які здійснюють нерегулярні рейси, без чіткого розкладу, і скеровуються судновласниками туди, де з боку фрахтувальників є попит на тоннаж. Договір на перевезення вантажів трамповими суднами укладається у вигляді чартеру. Сторонами у чартерному договорі є фрахтувальник (вантажовідправник) і фрахтівник (перевізник). *Лінійне судноплавство* – форма транспортних послуг, яка забезпечує регулярні перевезення між встановленими портами генеральних вантажів за заздалегідь оголошеним розкладом.

Документ, який видає судновласник вантажовідправнику на підтвердження прийняття вантажу до перевезення морським шляхом, називається *коносамент.* Коносамент виконує три основні функції: засвідчує прийняття судновласником вантажу до перевезення; є товаророзпорядчим документом; свідчить про укладення договору перевезення вантажу морським шляхом, згідно з яким перевізник зобов'язується доставити вантаж проти подання документа.

Загалом до особливостей перевезень морським транспортом належать: відносно низька собівартість перевезень; мобільність; практично необмежена пропускна спроможність морських шляхів; велика вантажопідйомність; незначні витрати палива; відсутність габаритних обмежень; висока продуктивність праці.

Залізничні перевезення. Оскільки у світі існує кілька систем залізничного сполучення, які відрізняються між собою шириною колії, габаритами локомотивів і вагонів, умовами перевезень і т. д., то регулювання міжнародних залізничних перевезень здійснюється кількома незалежними одна від одної міжнародними конвенціями, кожна з яких застосовується конкретно до якоїсь із систем і регламентує форму *залізничної накладної.*

До переваг залізничного транспорту належать: висока ефективність при перевезеннях на відстань понад 200 км; відносна дешевизна та незначне забруднення навколишнього середовища; спроможність перевезення широкої номенклатури різних вантажів; незалежність від кліматичних умов; можливість доставки вантажів до підприємства з використанням під'їзних шляхів.

Автомобільні перевезення. Зміст відомостей, що подаються в *автотранспортній накладній (CMR),* визначається Конвенцією про договір міжнародного перевезення вантажів автомобільним транспортом. Окрім автотранспортної накладної, з вантажем слідують товаророзпорядчі документи: пакувальні аркуші, відвантажувальні специфікації, сертифікати якості та інші документи, потрібні для ввезення товару у країну покупця та перетинання транзитних країн.

Міжнародні автомобільні перевезення характеризуються такими рисами: можливість забезпечити швидку та в повній цілості доставку вантажів у пункти призначення; доставка вантажів до отримувача може здійснюватися без перевантаження; велика мобільність перевезень; висока ефективність при перевезеннях вантажів на невелику відстань (до 200 км); ритмічність перевезення вантажів. Водночас слід зважати на такі недоліки автомобільних перевезень: залежність від дорожньої мережі; складність управління вантажем, який знаходиться дуже далеко від керуючого.

Повітряні перевезення. Основним документом в авіаперевезеннях є *авіанакладна,* яка виконує функції договору повітряного перевезення, товаророзпорядчого документа, розписки аерофлоту про прийом вантажу до перевезення, митної декларації. Авіанакладна заповнюється відправником під час здавання вантажу і вручається одержувачу. Вона складається з трьох оригіналів і дев'яти копій.

Авіаперевезення характеризуються такими рисами: забезпечення високої швидкості доставки та збереження вантажу в дорозі; скорочення шляху; можливість перевезення вантажу у важкодоступні райони. Водночас слід зважати на такі недоліки цього виду транспорту, як високі витрати на доставку, а також необхідність узгодження маршрутів міжнародних перевезень авіакомпаніями різних країн.

ГЛОСАРІЙ

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

Міжнародні перевезення – це перевезення вантажів, пасажирів між кількома країнами, особливістю яких є обов'язкове перетинання кордону як мінімум двох суміжних країн.

Фрахт (від нім. *fracht* – вантаж) – плата за транспортування вантажів чи пасажирів морським, повітряним, залізничним або автомобільним транспортом, а також за використання (наймання) судна чи іншого транспортного засобу для таких перевезень.

Страхування – це механізм зниження фінансових втрат у разі пошкодження або втрати товару.

Питання для самоперевірки знань

1. Що таке транспортне забезпечення ЗЕД? У чому полягає його мета?
2. Опишіть транспортні умови зовнішньоекономічних контрактів.
3. Що таке фрахт та страхування міжнародних перевезень?
4. Які фактори впливають на організацію зовнішньоекономічних перевезень?
5. Які існують види міжнародних перевезень?
6. Опишіть особливості морських міжнародних перевезень.
7. Опишіть особливості автомобільних міжнародних перевезень.
8. Опишіть особливості повітряних міжнародних перевезень.
9. Опишіть особливості залізничних міжнародних перевезень.

Рекомендована література: основна: 1, 2, 4; додаткова 4, 5.

ТЕМА 13
ОРГАНІЗАЦІЯ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ З ІНОЗЕМНИМ КАПІТАЛОМ



Основні поняття: спільне підприємство, статутний фонд, підприємство з іноземними інвестиціями.

План

1. Сутність спільних підприємств. Статутний фонд спільного підприємства та особливості його формування.
2. Організаційні аспекти діяльності спільних підприємств.
3. Фінансові аспекти функціонування підприємств з іноземним капіталом.

1. Сутність спільних підприємств. Статутний фонд спільного підприємства та особливості його формування.

Спільні підприємства (СП) – це підприємства, які базуються на спільному капіталі суб'єктів господарської діяльності України та іноземних суб'єктів господарської діяльності, на спільному управлінні та на спільному розподілі результатів та ризиків.

Слід зазначити, що найчастіше організація СП передбачає реєстрацію на території країни однієї з материнських компаній нової юридичної особи, що відзначається наявністю одночасно вітчизняних та іноземних інвестицій. В Україні порядок створення та функціонування СП (як підприємств з іноземними інвестиціями) регламентується Законом України «*Про режим іноземного інвестування».*

Відповідно до Закону України «Про режим іноземного інвестування», ***підприємство з іноземними інвестиціями*** – це підприємство будь-якої організаційно-правової форми, створене відповідно до законодавства України, іноземна інвестиція в статутному фонді якого становить не менше ніж 10%. Підприємству надається статус підприємства з іноземними інвестиціями з дня зарахування іноземної інвестиції на його баланс.

Для країн базування вирішальним макроекономічним чинником експортної орієнтації підприємницького капіталу є насамперед оптимізація балансу імпорту й експорту інвестиційних ресурсів, зміцнення позицій держави на міжнародних ринках.

Для приймаючої країни переваги СП полягають у такому: створення СП сприяє формуванню ринкової інфраструктури; імпорт підприємницьких капіталів обумовлює збільшення виробничих потужностей та ресурсів, сприяє поширенню передової технології і управлінського досвіду, підвищенню кваліфікації кадрів; СП сприяють розвиткові національної науково-дослідної бази; СП стимулюють конкуренцію; збільшуються надходження до державного та місцевих бюджетів; досягається економія валюти; створення СП сприяє розв'язанню соціальних проблем (наприклад, пов'язаних із безробіттям).

Водночас СП мають і недоліки для приймаючої країни: відплив ресурсів через репатріацію прибутку перевищує величину первинних внесків; можливі зіткнення національних інтересів та мотивів іноземних інвесторів; на практиці приймаюча країна майже не бере участі у створенні технології, а лише отримує її кінцевий продукт; СП можуть виступати стримуючим фактором стосовно розвитку національного підприємництва; створення СП може викликати диспропорції у розвитку народного господарства, акумулюючи валютні кошти та передову технологію у галузях, найбільш привабливих для іноземних інвесторів.

Статутний фонд СП – це сукупність внесків засновників, які надаються в повне господарське відання (володіння, користування, розпорядження) підприємству, яке вони створюють. Обов'язковість створення Статутного фонду СП передбачена законодавством України.

Іноземний інвестор може робити внесок до статутного фонду у вигляді: іноземної валюти, що визнається конвертованою НБУ; валюти України при реінвестиціях; рухомого і нерухомого майна і пов'язаних з ними майнових прав; цінних паперів, виражених у конвертованій валюті; прав інтелектуальної власності; інших цінностей.

2. Організаційні аспекти діяльності спільних підприємств.

Основною передумовою для успішного створення СП є чітке визначення сторонами власної стратегічної цільової установки. Загалом виділяють три основні категорії мотивів спільного підприємництва: придбання необхідних виробничих ресурсів; ринкові мотиви; розподіл ризику.

Відповідно до чинного законодавства України СП може бути створене: 1) через його заснування; 2) у результаті придбання іноземним інвестором частки участі (паю акцій) у діючому підприємстві без іноземної інвестиції; 3) у результаті придбання ю.о. чи ф.о. України частки участі у підприємстві зі 100% іноземною інвестицією.

Основні *етапи створення підприємства з іноземними інвестиціями* на території України:

1) розроблення пропозицій українського партнера з питань створення СП, попередня оцінка ринку та можливостей збуту;

2) пошук і вибір партнера по майбутній угоді;

3) підписання протоколу про наміри, що фіксує збіг інтересів та офіційно закріплює наміри партнерів створити СП;

4) розроблення бізнес-плану та подальше техніко-економічне обґрунтування створення СП;

5) підготовка установчих документів; 6) державна реєстрація СП.

Успішне проходження сторонами всіх підготовчих етапів створення СП має результатом власне підписання договору та всіх необхідних статутних документів (установчого договору, статуту, техніко-економічного обґрунтування). Основні позиції тексту ***договору про СП:***

- визначення мети і предмету договору, обсягів угоди й поставок виготовленої продукції;

- уточнення характеру та розподілу власності, прав голосу, розподілу позицій у керівництві, прав та обов'язків сторін, розподілу прибутку й методів платежів;

- визначення мінімальних виробничих показників і необхідних технічних параметрів;

- визначення характеру збуту й частки експорту;

- характер урегулювання суперечок, конфліктів та вибір арбітражу, умов ліквідації підприємства.

3. Фінансові аспекти функціонування підприємств з іноземним капіталом.

Об'єктом розподілу у рамках СП виступає **виручка від реалізації** продукції або послуг. Джерелами фінансування спільного підприємства виступають грошові внески до статутного фонду, амортизаційні відрахування, резервний та інші фонди СП, а також кредити, залучені для формування основного капіталу та оборотних коштів. З основного й оборотного капіталу складається статутний фонд у вартісному виразі. Ця сума складається з внесків партнерів та довгострокових кредитів, отриманих СП у вітчизняних та зарубіжних банках.

Прибуток СП розподіляється згідно з чинним законодавством і статутом підприємства. Він спрямовується як на сплату податків, так і на виплату відсотків за довгостроковим кредитом, доходів засновникам, власникам цінних паперів, формування фондів і резервів, дивідендів за акціями.

При обліку використання прибутку СП проявляється така специфіка. Прибуток розподіляється між учасниками або пропорційно їх внескам до статутного фонду, або в іншій пропорції, зафіксованій установчими документами. Однак при ліквідації СП майно розподіляється лише пропорційно внескам учасників до статутного фонду. Іноземним інвесторам законодавчо гарантується компенсація і відшкодування збитків, включаючи упущену вигоду і моральну шкоду, завдану їм державними органами чи їх посадовими особами.

Після фактичної виплати доходу нерезиденту з нього стягується 15% податок на репатріацію, що певною мірою стимулює реінвестування.

СП створюють *резервний (страховий) фонд* у розмірі, встановленому установчими документами, але не менше 15% статутного фонду. Резервний фонд використовується на покриття непередбачуваних витрат і збитків; відшкодування заборгованості; виробничий та соціальний розвиток; надання коштів фонду в тимчасове користування іншим підприємствам, а також на оплату боргів підприємства при його ліквідації. *Фонд виробничого розвитку* створюється для фінансування розвитку його матеріально-технічної бази та інших капіталовкладень в розвиток підприємства. *Фонд матеріального заохочення* використовується для преміювання працівників СП за встановленою на підприємстві системою. *Фонд соціального розвитку*

створюється за рахунок відрахувань від чистого прибутку. *Фонд основних засобів* створюється за рахунок коштів фондів, використаних на фінансування основних засобів.

Однією з умов успішної роботи СП є те, що вони повинні дотримуватись принципу ***валютної самоокупності***, тобто забезпечувати покриття валютних витрат за рахунок власних валютних надходжень. Принциповою для СП є необхідність зарубіжного продажу для валютного забезпечення основних операцій. Основними способами подолання валютного дефіциту СП виступають:

- імпортозаміщення;
- реінвестиції у місцевій валюті;
- експорт внутрішньої продукції;
- прямий продаж продукції національним підприємствам за валюту.

ГЛОСАРІЙ

Спільні підприємства (СП) – це підприємства, які базуються на спільному капіталі суб'єктів господарської діяльності України та іноземних суб'єктів господарської діяльності, на спільному управлінні та на спільному розподілі результатів та ризиків.

Підприємство з іноземними інвестиціями – це підприємство будь-якої організаційно-правової форми, створене відповідно до законодавства України, іноземна інвестиція в статутному фонді якого становить не менше ніж 10%.

Статутний фонд СП – це сукупність внесків засновників, які надаються в повне господарське відання (володіння, користування, розпорядження) підприємству, яке вони створюють.

Питання для самоперевірки знань

1. Що таке спільне підприємство? У чому полягають особливості спільних підприємств в Україні?
2. Що таке статутний фонд спільного підприємства?
3. Окресліть особливості формування статутного фонду спільного підприємства.
4. Як може бути створене спільне підприємство відповідно до чинного законодавства України?
5. Охарактеризуйте основні етапи створення підприємства з іноземними інвестиціями на території України.
6. Наведіть основні позиції тексту договору про спільне підприємство.
7. Які існують фінансові аспекти функціонування підприємств з іноземним капіталом?

Рекомендована література: основна: 1, 2, 4; додаткова 4, 5.

Розділ 3.
Аналіз ефективності зовнішньоекономічної діяльності

ТЕМА 14
АНАЛІЗ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ



Основні поняття: аналіз ЗЕД, попередній аналіз, поточний аналіз, заключний аналіз, тематичний аналіз, показники ЗЕД.

План

1. Сутність і види аналізу зовнішньоекономічної діяльності.
2. Аналіз ЗЕД країни, регіону, галузі.
3. Аналіз ЗЕД підприємства.

1. Сутність і види аналізу зовнішньоекономічної діяльності.

Аналіз ЗЕД – це комплексне вивчення діяльності суб'єктів ЗЕД за певний період часу з метою підвищення її ефективності.

Види економічного аналізу класифікують за різними ознаками. За етапами управління розрізняють:

Попередній аналіз – застосовується на першому етапі управління, коли розробляють саме рішення. Його мета – підготовка даних для визначення перспектив розвитку економіки, складання проєктів плану, розрахунку економічної ефективності операцій. Він є базою для розробки нормативів, лімітів, складання різних економічних та зовнішньоторгових прогнозів тощо.

Поточний (оперативний) аналіз – застосовується у період виконання рішення і спрямований на вивчення і контроль процесів, що відбуваються під час здійснення заходів і дій в ході експортно-імпортних операцій. Його мета – підготовка необхідних матеріалів для прийняття оперативних рішень у сфері управління ЗЕД.

Заключний (підсумковий аналіз) спрямований на підведення підсумків роботи, що є завершальним етапом управління. Його мета – оцінка результатів ЗЕД підприємства за певний період.

За сферою охоплення аналіз буває комплексний або тематичний.

При ***комплексному аналізі*** охоплюється вся взаємопов'язана сукупність показників структурної одиниці, які повністю або частково відображають ЗЕД у господарському, виробничо-комерційному, фінансовому плані.

Тематичний (локальний) аналіз – спрямований на вивчення окремих показників діяльності господарської одиниці, на дослідження відповідного

кола функціональних питань у межах однієї структурної одиниці (відділу маркетингу, бухгалтерії тощо).

Аналіз оперує різними економічними показниками. *Кількісні* – відображають обсяги зовнішньоекономічних операцій, кількісні зміни у зовнішній торгівлі. *Якісні* – характеризують раціональність використання коштів, що зайняті в експортно-імпортних операціях, фінансовий стан підприємства тощо.

2. Аналіз ЗЕД країни, регіону, галузі.

Початковим етапом аналізу ЗЕД країни є визначення її місця у світовому господарстві (за географічним регіоном, за рівнем доходів на душу населення, рівнем заборгованості), аналіз розвитку її ЗЕД, структурних змін, інтенсивності ЗЕД та ефективності операцій із ЗЕ партнерами. З цією метою звертаються до класифікацій Світового Банку, ООН, СОТ та інших міжнародних організацій.

Наступним етапом є визначення абсолютних та відносних показників ЗЕД.

Абсолютні показники.

Зовнішньоторговельний оборот товарів і послуг (1):

$$ЗТО = V_x + V_{im} \quad (1)$$

де V_x – *обсяги експорту товарів і послуг;*

V_{im} – *обсяги імпорту товарів і послуг.*

Сальдо зовнішньої торгівлі товарами і послугами – характеризує ефективність зовнішньої торгівлі країни і визначається як різниця обсягів експорту та імпорту (активне, пасивне) (2):

$$S = V_x - V_{im} \quad (2)$$

Відносні показники.

Індекси динаміки. Для аналізу розвитку експортної та імпортної діяльності країн використовують такі показники, як темпи росту, темпи приросту обсягів відповідно експорту, імпорту або зовнішньоторговельного обороту.

Індекс стану балансу, або ***коефіцієнт покриття*** імпорту експортом визначається (3):

$$I_{ст.бал.} = V_x / V_{im}, \quad (3)$$

Індекс концентрації експорту – використовується для визначення частки експорту певного виду продукції у сукупному виробництві даної продукції (4):

$$I_{конц.\,x} = V_{xi} / V_{вир.i} \quad (4)$$

де V_{xi} – обсяг експорту і-го виду продукції;

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

Якщо $I_{конц\ х}$ наближається до 100%, це свідчить, що країна є світовим експортером даного виду продукції.

Індекс імпортної залежності визначається як питома вага імпорту у сукупному споживанні (5):

$$I_{імп.залеж.} = V_{im\ і} / V_{спож.і} \quad (5)$$

де $V_{im\ і}$ – обсяг імпорту і-го виду продукції;

$V_{спож.і}$ – сукупний обсяг споживання і-го виду продукції.

Якщо $I_{імп.залеж.}$= 100%, це свідчить, що потреба країни у даній продукції повністю задовольняється імпортом.

Рівень самозабезпеченості – показує, наскільки виробники даної країни можуть задовольнити потребу споживачів певного виду продукції в цій країні
(6):

$$РС = V_{вир} / V_{спож.} \quad (6)$$

де $V_{вир}$ – обсяги виробництва певного виду продукції;

$V_{спож.}$ – обсяги споживання.

Показники структури.

Структура експорту / імпорту товарів чи послуг – це питома вага окремих груп товарів (послуг) у загальному обсязі експорту (імпорту).

Приналежність товару до певної групи визначається згідно з існуючими правилами класифікації. В Україні класифікація (кодування) товарів проводиться відповідно до вимог Товарної номенклатури ЗЕД (УКТ ЗЕД). Для порівняння структур країн використовують індекс диверсифікації та індекс географічної концентрації.

1) індекс диверсифікації експорту (імпорту) – індекс відхилення структури експорту (імпорту) країни від структури світового експорту (імпорту), розраховується як абсолютне відхилення частки товару в експорті (імпорті) даної країни від його частки у світовому експорті (імпорті) (7).

$$S_{ij} = \Sigma \mid h_{ij} – h_i \mid / n \quad (7)$$

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

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

n – кількість досліджуваних груп.

2) індекс географічної концентрації експорту (імпорту) – характеризує стан світового ринку певного товару за такими ознаками, як кількість експортерів (імпортерів) та питома вага основного експортера (імпортера) (індекс Герфіндаля-Гіршмана) (8).

$$S_k = \sqrt{\Sigma\ (x^k_i / x^k)^2}$$

(8)

де x^k_i – обсяг експорту (імпорту) товару k країною і;

x^k – обсяг світового експорту (імпорту) товару k.

Показники інтенсивності міжнародної торгівлі.

Експортна (імпортна) квота – відношення обсягів експорту (імпорту) до обсягів ВВП країни.

Експортна квота (9):

$$К_х = V_х / V_{ВВП} \quad (9)$$

де $V_х$ – обсяги експорту, грош.од.;

$V_{ВВП}$ – обсяги ВВП країни, грош.од.

Імпортна квота (10):

$$К_{ім} = V_{ім} / V_{ВВП} \quad (10)$$

де $V_{ім}$ – обсяги імпорту.

Зовнішньоторговельна квота (11):

$$К_{зт} = (V_х + V_{ім})*0,5 / V_{ВВП} \quad (11)$$

Показник інтенсивності – відношення обсягу експорту, імпорту чи зовнішньоторговельного обороту до чисельності населення.

3. Аналіз ЗЕД підприємства.

Аналіз зовнішньоекономічної діяльності підприємства здійснюється за такими етапами.

І. Аналіз виконання зобов'язань з експортних та імпортних операцій. Він передбачає: визначення виконання зобов'язань за вартістю, фізичним обсягом, ціною експортованих чи імпортованих товарів; за термінами їх поставок та якістю; встановлення факторів і величини їх впливу на економічні показники; з'ясування причин недовиконання зобов'язань за тими чи іншими позиціями;

У ході аналізу виконання зобов'язань за торговими угодами з'ясовується:

кількість і загальна сума укладених торгових угод; кількість і сума виконаних торгових угод; кількість і сума протермінованих контрактів; причини неповної реалізації угод і порушень термінів поставок.

ІІ. Аналіз динаміки експорту та імпорту. Експорт (імпорт) товарів і послуг за звітний рік порівнюють з експортом (імпортом) за попередній рік, а також в динаміці за кілька років (5-10). Для вивчення динаміки обчислюють темпи приросту експорту (імпорту) за кожен рік і середньорічний темп росту, приросту експорту за весь досліджуваний період.

ІІІ. Аналіз якості та конкурентоспроможності експортних та імпортних товарів. Якість товарів повинна відповідати технічним умовам контрактів, інакше іноземний покупець може висунути фірмі рекламацію. ***Рекламація*** – претензія до якості товару (послуги), що містить вимоги щодо усунення недоліків, зниження ціни, відшкодування збитків. Аналіз якості товарів за звітний період проводиться порівняно із аналогічними показниками минулого періоду: кількість отриманих рекламацій; сума рекламацій; кількість задоволених рекламацій.

Конкурентоспроможність – порівняльна характеристика товару, що містить комплексну оцінку всієї сукупності його якісних і економічних властивостей щодо виявлених вимог ринку чи властивостей іншого товару.

ІV. З'ясування ступеня раціональності використання коштів під час зовнішньоекономічних операцій. Даний етап передбачає:

1) вивчення обороту коштів у зовнішньоекономічних операціях для виявлення можливості прискорення оборотності коштів, що дозволить звільнити із зовнішньоторгового обороту частину коштів.

2) дослідження структури і складу накладних витрат для виявлення доцільності цих витрат і пошуку можливостей зниження їх рівня та економії коштів у майбутньому.

3) визначення рівня ефективності ЗЕ операцій.

Аналіз ЗЕД підприємства передбачає розрахунок цілої низки показників:

1. Абсолютні показники: обсяги експорту / імпорту; обсяги накладних витрат на експорт / імпорт; середній залишок коштів; кількість отриманих рекламацій; сума рекламацій; кількість задоволених рекламацій.

2. Відносні показники: індекси динаміки; коефіцієнти виконання зобов'язань з експорту та імпорту (за вартістю, фізичним обсягом, за ціною); середня тривалість обороту експортної (імпортної) операції; коефіцієнт віддачі коштів від експортних (імп.) операцій.

3. Показники структури: товарна структура експорту та імпорту; географічна структура; структура накладних витрат на експорт та імпорт;

4. Показники ефективності.

Питання для самоперевірки знань

1. Що таке аналіз зовнішньоекономічної діяльності ? У чому полягає його мета?

2. Які існують види аналізу зовнішньоекономічної діяльності?

3. Яким буває аналіз зовнішньоекономічної діяльності за сферою охоплення?

4. Охарактеризуйте абсолютні показники аналізу зовнішньоекономічної діяльності країни.

5. Охарактеризуйте відносні показники аналізу зовнішньоекономічної

діяльності країни.

6. Охарактеризуйте показники структури зовнішньоекономічної діяльності країни.

7. Охарактеризуйте показники інтенсивності міжнародної торгівлі країни.

8. Опишіть етапи здійснення аналізу зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Рекомендована література: основна: 1, 3, 4; додаткова 1, 4, 5.

ТЕМА 15
ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ



Основні поняття: аналіз ЗЕД, попередній аналіз, поточний аналіз, заключний аналіз, тематичний аналіз, показники ЗЕД.

План

1. Ефективність зовнішньоекономічної діяльності, її сутність і принципи оцінки.
2. Показники ефективності експортних та імпортних операцій.
3. Шляхи підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

1. Ефективність зовнішньоекономічної діяльності, її сутність і принципи оцінки.

Для оцінювання діяльності фірми розраховують показники ефективності її діяльності, що характеризує ступінь вигідності для фірми зовнішньоекономічних операцій.

Економічне обґрунтування рішень, які приймаються стосовно управління ЗЕД підприємств, здійснюється шляхом розрахунку різних показників економічної ефективності. Всю систему показників економічної ефективності ЗЕД можна розподілити на дві групи:

1. Показники ефекту – визначаються як **абсолютні величини**, виражаються у відповідних грошових одиницях як різниця між результатами і витратами.

2. Показники ефективності – визначаються на основі **відношення** результатів до витрат, виражаються найчастіше у процентах (відносні величини).

Під **витратами** слід розуміти грошову, вартісну оцінку залучених виробничих ресурсів: вартість сировини, матеріалів, енергії, трудових ресурсів, послуг сторонніх організацій, обов'язкові відрахування до різних державних фондів та інші затрати, без яких неможливе здійснення угоди, операції.

Під **результатами** слід розуміти грошову, вартісну оцінку одержаної вигоди від операції: грошові кошти за поставлену продукцію, виконані роботи і послуги, вартість одержаного товару, робіт, послуг і т. д.

При розрахунках показників важливо дотримуватись таких принципових методологічних положень:

• принцип найбільш повного урахування усіх складових витрат і результатів;

• принцип порівняння з базовим варіантом (за базовий варіант може бути прийнятий стан справ до прийняття рішення, один з варіантів прийняття рішення або стан справ на ринку, в конкурента);

• принцип приведення витрат і результатів до вигляду, прийнятного для порівняння (за обсягом, якістю, періодом часу та іншими параметрами);

• принцип приведення різночасних витрат і результатів до одного моменту часу.

Конкретний розрахунок показників ефективності у значній мірі залежить від типу операції на зовнішньому ринку, її цілей, умов та інших особливостей конкретної угоди.

2. Показники ефективності експортних та імпортних операцій.

Показник ***ефекту експорту*** характеризує результат діяльності підприємства і розраховується як різниця між обсягом випуску продукції на експорт і витратами на її виробництво.

Показник ***ефекту імпорту*** товарів розраховується як різниця між внутрішньою ціною імпортної продукції та витратами на її придбання.

Економічною характеристикою будь-якої операції є показник валютної ефективності. Щодо експорту та імпорту його визначають згідно з експортним та імпортним еквівалентами. *Експортний еквівалент* – це набір товарів та послуг, експортованих з метою отримання валюти. *Імпортний еквівалент* – це набір товарів та послуг, імпортованих на отриману від експорту валюту.

Коефіцієнти ***валютної ефективності імпорту та експорту*** розраховуються за формулами:

$$k_{Bi} = Z_i / B_i$$

$$k_{Be} = B_e / Z_e,$$

де k_{Bi} – коефіцієнт валютної ефективності імпорту;

k_{Be} – коефіцієнт валютної ефективності експорту;

Z_i – вартісна оцінка імпортної продукції, або ціна імпортного товару на внутрішньому ринку (грн.);

B_i – витрати на імпорт у відповідній іноземній валюті;

Z_e – затрати на виробництво експортного товару (грн);

B_e – сума експортної виручки у відповідній іноземній валюті.

Інтегральний коефіцієнт валютної ефективності *експортно-імпортних операцій* розраховується за формулою:

$$K_{INT} = k_{Bi} * k_{Be}$$

Якщо $K_{INT} > 1$, експортно-імпортну операцію можна вважати ефективною.

Показники економічної ефективності

Показник ***економічної ефективності реалізації експортних товарів*** являє собою відношення нетто (чистого виторгу) в іноземній валюті за реалізований товар до його собівартості в гривнях:

$$E_{екс} = B_{нетто} / З_{екс},$$

де $B_{нетто}$ – чистий виторг (нетто) в іноземній валюті, переведений у гривні за офіційним курсом;

$З_{екс}$ – повна собівартість реалізованої на експорт продукції, грн.

Цей коефіцієнт показує суму інвалютного доходу від реалізації експортних товарів, що припадає на кожну витрачену підприємством гривню. Цей коефіцієнт також може бути виражений у відсотках.

Звітні показники ефективності реалізації експортних товарів необхідно порівнювати з аналогічним показником за минулий період, що дасть змогу встановити, як змінилася ефективність реалізації товарів у звітному періоді порівняно з минулим.

Також варто порівняти показники економічної ефективності експорту з показником ***ефективності реалізації експортних товарів на внутрішньому ринку***:

$$E_{екс\ внутр} = Q_{екс} * Ц_{внутр} / З_{вироб},$$

де $Q_{екс}$ – обсяг експорту в натуральному виразі, од.

$Ц_{внутр}$ – ціни на продукцію, аналогічну експортованій, на внутрішньому ринку, грн;

$З_{вироб}$ – затрати на виробництво усієї партії експортної продукції, грн.

Якщо показник економічної ефективності експорту > 1 і вищий, ніж показник ефективності реалізації на внутрішньому ринку, то експорт для підприємства є вигідним.

Показник ***економічної (абсолютної) ефективності імпорту*** товарів являє собою відношення вартості імпортної продукції на внутрішньому ринку

в гривнях до витрат на придбання імпортної продукції, виражених у гривнях. Чим більший цей показник за 1, тим ефективнішою буде імпортна діяльність для підприємства.

3. Шляхи підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Шляхи та заходи з підвищення ефективності ЗЕД визначаються на основі аналізу ЗЕД підприємства, розрахунку показників ефективності та визначення факторів, які на них впливають. Основні заходи з підвищення ефективності експортно-імпортних операцій:

- підвищення конкурентоспроможності експортованих товарів;
- диверсифікація виробництва з метою виведення на зовнішні ринки нових видів продукції;
- підвищення кваліфікації персоналу, що бере участь в організації ЗЕД (навчання й атестація, стимулювання і мотивація персоналу);
- вибір ефективної форми організації відділу, що здійснює експортні операції;
- залучення контрагентів для відносин на довгостроковій основі;
- використання найвигіднішої для експортера (імпортера) форми розрахунків – акредитива (негайної оплати готівкою);
- застосування базисних умов поставки, що мінімізують витрати експортера (імпортера) на транспортування товару;
- використання ефективних систем контролю якості з метою недопущення рекламацій з боку покупця;
- зменшення витрат виробництва з метою зменшення собівартості товару;
- застосування ефекту масштабу;
- проведення гнучкої цінової політики (орієнтація не тільки на затрати виробництва, але й на світові ціни);
- недопущення простроченої дебіторської заборгованості тощо.

Питання для самоперевірки знань:

1. Що таке ефективність зовнішньоекономічної діяльності?
2. Назвіть принципи оцінки ефективність зовнішньоекономічної діяльності.
3. Які існують показники ефективності експортних та імпортних операцій?
4. Окресліть шляхи підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Рекомендована література: основна: 1, 4; додаткова 4, 5.

ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ

1. Зовнішньоекономічна політика – це:

а) сукупність цілеспрямованих державних заходів щодо реалізації економічного потенціалу країни на внутрішньому ринку та задоволення власних потреб за рахунок товарів і послуг іноземного виробника;

б) сукупність цілеспрямованих державних заходів щодо реалізації економічного потенціалу країни на зовнішньому ринку та задоволення власних потреб за рахунок товарів і послуг іноземного виробника;

в) сукупність цілеспрямованих державних заходів щодо реалізації економічного потенціалу країни на зовнішньому ринку та задоволення власних потреб за рахунок товарів і послуг українського виробника;

г) сукупність цілеспрямованих державних заходів щодо реалізації економічного потенціалу країни на внутрішньому ринку та задоволення власних потреб за рахунок товарів і послуг українського виробника.

2. Основні складові зовнішньоекономічної політики держави:

а) політика у сфері стимулювання іноземних інвестицій;

б) внутрішньоторговельна політика;

в) банківська політика;

г) митно-тарифна політика.

3. Інструменти валютної політики:

а) диверсифікація кредитних резервів;

б) дисконтна політика;

в) валютне субсидування;

г) маркетингова політика.

4. До показників обсягу, які характеризують кількісні параметри зовнішньоекономічних зв’язків, відносять:

а) обсяг імпорту товарів;

б) обсяг реекспорту товарів;

в) обсяги внутрішніх інвестицій;

г) внутрішньоторговельний оборот.

5. Імпортна квота – це:

а) якісний показник, що характеризує значимість імпорту для економіки країни й окремих галузей з різноманітних видів продукції;

б) якісний показник, що характеризує значимість експорту для економіки країни й окремих галузей з різноманітних видів продукції;

в) кількісний показник, що характеризує значимість імпорту для економіки країни й окремих галузей з різноманітних видів продукції;

г) кількісний показник, що характеризує значимість експорту для економіки країни й окремих галузей з різноманітних видів продукції.

6. До показників, які характеризують структуру зовнішньоекономічних зв’язків, відносять:

а) національну структуру;

б) товарну структуру;

в) економічну структуру;

г) географічну структуру.

7. Індекс диверсифікації експорту – це:

а) індекс відхилення товарної структури експорту країни від структури світового імпорту;

б) індекс відхилення видової структури експорту країни від структури світового експорту;

в) індекс відхилення товарної структури імпорту країни від структури світового експорту;

г) індекс відхилення товарної структури експорту країни від структури світового експорту.

8. Платіжний баланс країни складається із:

а) торговельного балансу, балансу руху капіталів;

б) зовнішньоторговельного обороту, балансу руху капіталів;

в) балансу руху робочої сили, балансу руху капіталів;

г) торговельного балансу, балансу послуг.

9. До національних принципів зовнішньоекономічної діяльності варто віднести:

а) принцип верховенства закону;

б) принцип науковості;

в) принцип системності;

г) принцип еквівалентність обміну.

10. Суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності в Україні є:

а) фізичні особи;

б) юридичні особи, які незареєстровані в Україні;

в) спільні підприємства за участю суб'єктів господарської діяльності України та іноземних суб'єктів господарської діяльності;

г) державні замовники у сфері оборони.

11. Серед основних видів зовнішньоекономічної діяльності виділяють:

а) підприємницька діяльність на території України, пов’язана з наданням ліцензій, патентів, ноу-хау, торгових марок з боку українських суб’єктів господарської діяльності;

б) міжнародні фінансові операції та операції з цінними паперами;

в) експорт та імпорт товарів, капіталів і робочої сили;

г) операції по придбанню, продажу та обміну валюти на валютних аукціонах, валютних біржах та на міжбанківському валютному ринку.

12. До економічних інструментів регулювання зовнішньоекономічної діяльності відносять:

а) реєстрацію контрактів у сфері зовнішньоекономічної діяльності;

б) маркетингові дослідження кон'юнктури ринку;

в) державні гарантії;

г) податкове регулювання.

13. До адміністративних інструментів регулювання зовнішньоекономічної діяльності відносять:

а) кількісні обмеження;

б) митне регулювання;

в) реєстрацію контрактів у сфері зовнішньоекономічної діяльності;

г) страхування експортних кредитів.

14. Митний контроль здійснюється шляхом:

а) митного огляду;

б) перевірки обліку товарів, що переміщуються через митний кордон України;

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

г) письмового опитування громадян та посадових осіб підприємств.

15. Згідно з яким митним режимом товари, які були попередньо ввезені на митну територію України, вивозяться за межі митної території України без сплати вивізного мита та без застосування заходів нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності?

а) реімпорт;

б) реекспорт;

в) експорт;

г) транзит.

16. Згідно з яким митним режимом іноземні або українські товари зберігаються під митним контролем із умовним повним звільненням від оподаткування митними платежами?

а) безмитна торгівля;

б) вільна митна зона;

в) митний склад;

г) тимчасове вивезення.

17. Згідно з яким митним режимом українські товари випускаються для вільного обігу за межами митної території України без зобов'язань щодо їх зворотного ввезення?

а) експорт;

б) реекспорт;

в) імпорт;

г) реімпорт.

18. Згідно з яким митним режимом українські товари переробляються за межами митної території України без застосування заходів нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності, але за умови повернення цих товарів або продуктів їх переробки на митну територію України у митному режимі імпорту?

а) переробка на митній території;
б) вільна митна зона;
в) переробка за межами митної території;
г) безмитна торгівля.

19. До адміністративних методів нетарифного регулювання відносять:

а) експортне кредитування;
б) ліцензування;
в) заходи цінового контролю;
г) квотування.

20. До правових методів нетарифного регулювання відносять:

а) заходи цінового контролю;
б) торгові угоди;
в) правові режими;
г) правові конвенції.

21. За охопленням території квоти поділяють на:

а) групові;
б) індивідуальні;
в) глобальні;
г) регіональні.

22. Ліцензії на здійснення зовнішньоекономічної діяльності бувають:

а) відкриті;
б) разові;
в) генеральні;
г) закриті.

23. Який валютний курс формується на валютному ринку під впливом попиту і пропозиції?

а) фіксований;
б) плаваючий;
в) національний;
г)змішаний.

24. Угоди з купівлі-продажу валют у майбутньому між двома сторонами за раніше обумовленим курсом, які укладаються на біржових ринках, – це:

а) конверсійні операції;
б) опціонні операції;
в) неторгові операції;
г) ф'ючерсні операції.

25. Зниження курсу національної валюти щодо іноземних валют – це:
а) ревальвація;
б) кредитна експансія;
в) валютна інтервенція;
г) девальвація .

26. Зобов’язання, яке взяте на себе банком на прохання імпортера сплатити певну суму коштів бенефіціарові за умови, що останній надасть документи у встановлений час, – це:
а) інкасо;
б) акредитив;
в) банківський переказ;
г) авансові розрахунки.

27. Гарантія платежу за простим та переказним векселем з боку аваліста, якщо боржник не виконав своїх зобов’язань за векселем, – це:
а) аваль;
б) акцепт векселя;
в) негоціація тратти;
г) чек.

28. При якому виду лізингу укладається договір, що здійснюється суб'єктами лізингу, які перебувають під юрисдикцією різних держав?
а) зворотний лізинг;
б) пайовий лізинг;
в) міжнародний лізинг;
г) сублізинг.

29. Визначення рівня цін і можливих варіантів їх зміни залежно від цілей та завдань, що стоять перед підприємством в короткотерміновому плані та в перспективі, – це:
а) збутова політика;
б) цінова політика;
в) маркетингова політика;
г) зовнішньоекономічна політика.

30. Ціни великих експортно-імпортних операцій, що здійснюються в основних центрах світової торгівлі, – це:
а) ціни, що публікуються;
б) світові ціни;

в) національні ціни;
г) регульовані ціни.

31. Які посередницькі операції здійснюються посередниками від їхнього імені і за їхній рахунок?
а) брокерські операції ;
б) комісійні операції;
в) операції з перепродажу;
г) агентські операції.

32. Укладення однією стороною, за дорученням другої сторони, угод від свого імені, але за рахунок комітента – це:
а) брокерські операції;
б) комісійні операції;
в) операції з перепродажу;
г) агентські операції.

33. Пропозиція підписати договір:
а) акцепт;
б) оферта;
в) оншор;
г) офшор.

34. Прийняття пропозиції щодо підписання договору:
а) оферта;
б) акцепт;
в) офшор;
г) оншор.

35. За часом проведення виокремлюють такі види економічного аналізу зовнішньоекономічної діяльності підприємства:
а) попередній;
б) поточний;
в) підсумковий;
г) комплексний.

ПИТАННЯ ДЛЯ ЗАКРІПЛЕННЯ ТА АКТУАЛІЗАЦІЇ ЗНАНЬ

1. Поняття зовнішньоекономічної діяльності.
2. Суб’єкти та об’єкти ЗЕД в Україні.
3. Основні напрямки здійснення зовнішньоекономічних операцій.
4. Мотиви розвитку ЗЕД підприємства та фактори, що впливають на її організацію.
5. Принципи зовнішньоекономічної діяльності.
6. Мета, завдання, суб'єкти та інструменти регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні.
7. Сутність та методи державного регулювання ЗЕД.
8. Нетарифні методи регулювання, їх класифікація і характеристика.
9. Сутність митно-тарифного регулювання ЗЕД в Україні, митний тариф.
10. Види і ставки мита, його функції.
11. Поняття митної вартості. Механізм нарахування та види митних платежів.
12. Види митного режиму в Україні.
13. Митний контроль, митне оформлення та декларування.
14. Митні документи та специфіка їх оформлення.
15. Критерії вибору форм виходу підприємств на зовнішні ринки.
16. Класифікація і характеристика форм виходу на зовнішній ринок.
17. Пошук партнерів при здійсненні ЗЕД.
18. Зміст посередницьких операцій. Переваги та недоліки залучення посередників у зовнішньоекономічній діяльності.
19. Класифікація посередників за обсягом повноважень і місцем на ринку.
20. Організація збуту та способи винагороди посередників.
21. Сутність та організаційні форми міжнародних орендних операцій.
22. Сутність договірних відносин між підприємствами на зовнішньому ринку та особливості зовнішньоекономічного контракту.
23. Види зовнішньоекономічних контрактів та їх характеристика.
24. Етапи здійснення експортно-імпортної угоди, порядок укладання контрактів.
25. Типові контракти в міжнародній торгівлі.
26. Умови контракту: обов'язкові та додаткові.
27. Зміст і характеристика основних умов контракту.
28. Базисні умови поставки товарів. Суть та еволюція умов «ІНКОТЕРМС».
29. Характеристика умов «ІНКОТЕРМС-2020».
30. Особливості цінової політики на зовнішньому ринку. Поняття світової ціни.
31. Фактори ціноутворення в ЗЕД.
32. Цінові стратегії на зовнішньому ринку.
33. Методи встановлення зовнішньоекономічних цін.
34. Валютні умови контракту.
35. Валютні ризики, умови їх виникнення. Можливості запобігання та страхування валютних ризиків.

36. Хеджування, валютні опціони, ф'ючерсні операції.
37. Форми платежу у ЗЕД: готівка, авансовий платіж, платіж у кредит.
38. Засоби розрахунків: чеки, векселі та банківські перекази.
39. Форми міжнародних розрахунків.
40. Сутність спільних підприємств. Статутний фонд спільного підприємства та особливості його формування.
41. Організаційні аспекти діяльності спільних підприємств.
42. Фінансові аспекти функціонування підприємств з іноземним капіталом.
43. Сутність і види аналізу зовнішньоекономічної діяльності.
44. Аналіз ЗЕД країни, регіону, галузі.
45. Аналіз ЗЕД підприємства.
46. Ефективність зовнішньоекономічної діяльності, її сутність і принципи оцінки.
47. Показники ефективності експортних та імпортних операцій.
48. Шляхи підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

ПРАКТИЧНІ ЗАВДАННЯ

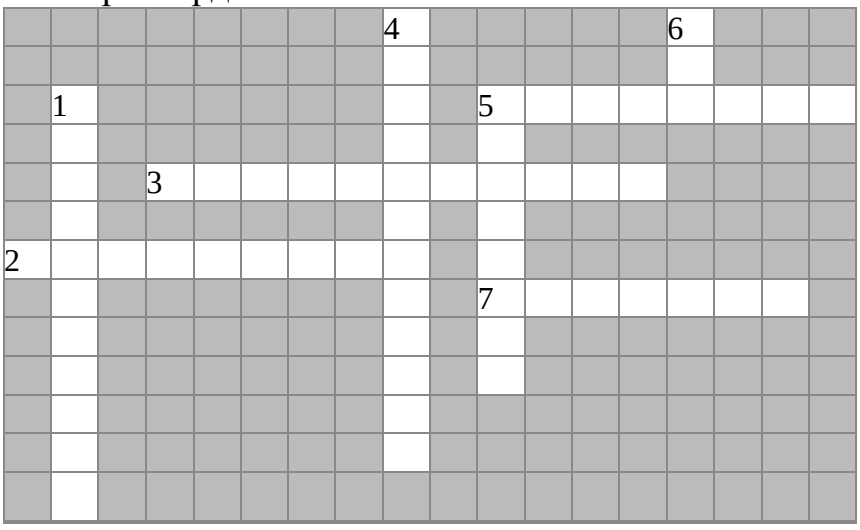
Розділ 1. Сутність і зміст зовнішньоекономічної діяльності підприємства

ТЕМА 1. СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Завдання 1. Заповніть таблицю

Ознака класифікації	Суб'єкти ЗЕД
За рівнями економічної діяльності	
За характером власності	
За обсягом операцій	
За належністю капіталу	
За правовим статусом	
За сферою господарської діяльності	

Завдання 2. Кросворд.



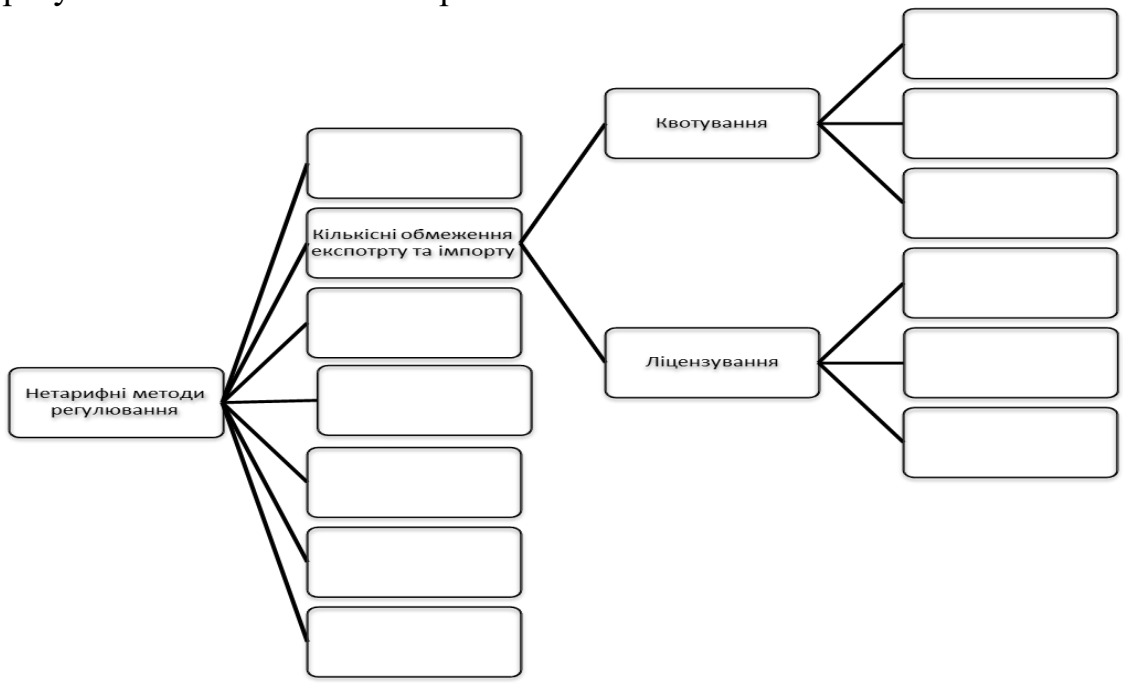
По горизонталі:	*По вертикалі:*
2. Особа або установа, що бере на себе певні зобов'язання за договором. 3. …… - рівень держави. Основними суб'єктами цього рівня є, безперечно, уряд країни та парламент. 5. Фізична чи юридична особа, що має постійне місце проживання або перебуває на території своєї країни. 7. Принцип …… полягає у добровільній участі в ЗЕД, свободі у виборі форм здійснення ЗЕД, гарантувані права власності на результати ЗЕД.	1. …….. - рівень суб'єктів господарювання як юридичних, так і фізичних осіб - це підприємства, фірми, організації, які експортують чи імпортують товари, предмети, послуги. 4. Принцип ……. полягає у виключному праві народу України на здійснення своєї ЗЕД; обов'язковості виконання суб'єктами ЗЕД усіх договорів та угод. 5. Принцип ……. полягає у забороні дискримінації суб'єктів ЗЕД з боку держави та з боку інших суб'єктів господарювання. 6. Діяльність суб'єктів господарської діяльності України та іноземних суб'єктів господарської діяльності, побудована на взаємовідносинах між ними, що має місце як на території України, так і за її межами.

ТЕМА 2. СИСТЕМА РЕГУЛЮВАННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ. НЕТАРИФНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЗЕД

Завдання 1. Визначте, який орган державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності виконує функції, наведені в таблиці нижче:

Назва функції	Назва органу державного регулювання
Затвердження головних напрямків зовнішньоекономічної політики України	
Веде переговори і складає міжнародні договори України з питань ЗЕД, забезпечує їх виконання державними органами	
Здійснює митний контроль в Україні	
Здійснює контроль за додержанням суб'єктами ЗЕД законодавства про захист економічної конкуренції	
Проводить антидемпінгові, антисубсидиційні та спеціальні розслідування	
Забезпечує складання платіжного балансу, зведеного валютного плану України	
Представляє інтереси України у відносинах з центральними банками інших держав та іншими фінансово-кредитними установами	
Затвердження нормативів обов'язкового розподілу валютної виручки	
Регулює курс національної валюти України до грошових одиниць інших держав	
Встановлення спеціальних режимів ЗЕД на території України	

Завдання 2. Завершіть структурно-логічну схему «Нетарифні методи регулювання зовнішньої торгівлі».



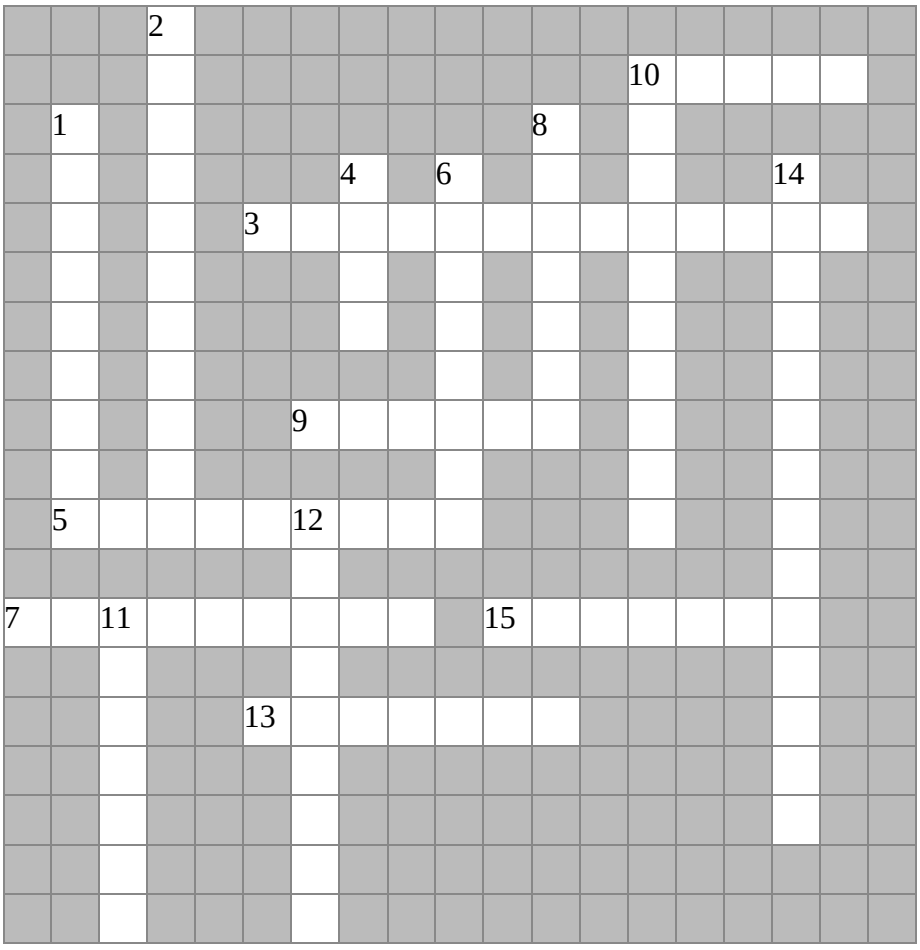
ТЕМА 3. МИТНО-ТАРИФНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Завдання 1. Приведіть у відповідність терміни та їх визначення.

Термін	Визначення
1. Адвалорне мито	А. нараховується у встановленому грошовому розмірі на одиницю товарів та інших предметів, що обкладаються митом
2. Компенсаційне мито	Б. Застосовують для захисту вітчизняних виробників від імпортних конкурентних товарів, для попередження недобросовісної конкуренції або у відповідь на дискримінаційні дії з боку інших держав;
3. Ввізне мито	В. Мито нараховують на товари та інші предмети при їх вивезенні за межі митної території України.
4. Специфічне мито	Г. Нараховується у відсотках до митної вартості товарів та інших предметів, що обкладаються митом;
5 Спеціальне мито.	Д. Мито нараховується за ставками, передбаченими Єдиним митним тарифом України
6. Мито	Е. Непрямий податок, що встановлюється на підакцизні товари та включається в їхню ціну.

7. Вивізне мито	Є. Застосовують у випадку імпорту на територію України за ціною, яка є суттєво нижчою від їхніх конкурентних цін у країніекспортері
8. Сезонне мито	Ж. Непрямий податок, різновид митних платежів, який накладається на товари, що переміщуються через митний кордон, тобто ввіз/вивіз чи транзит і який включається до ціни товарів та сплачується за рахунок кінцевого споживача.
9. Акцизний збір	З. Застосовують у випадку ввезення на територію України товарів, для виробництва й експорту яких використано субсидії, якщо такий імпорт завдає шкоди вітчизняним виробникам подібних товарів
10 Антидемпінгове мито.	І. Застосовується для оперативного регулювання ввезення товарів (основному вони встановлюються на сільськогосподарську продукцію сезонного виробництва і діють терміном не більше шести місяців).

Завдання 2. Кросворд.

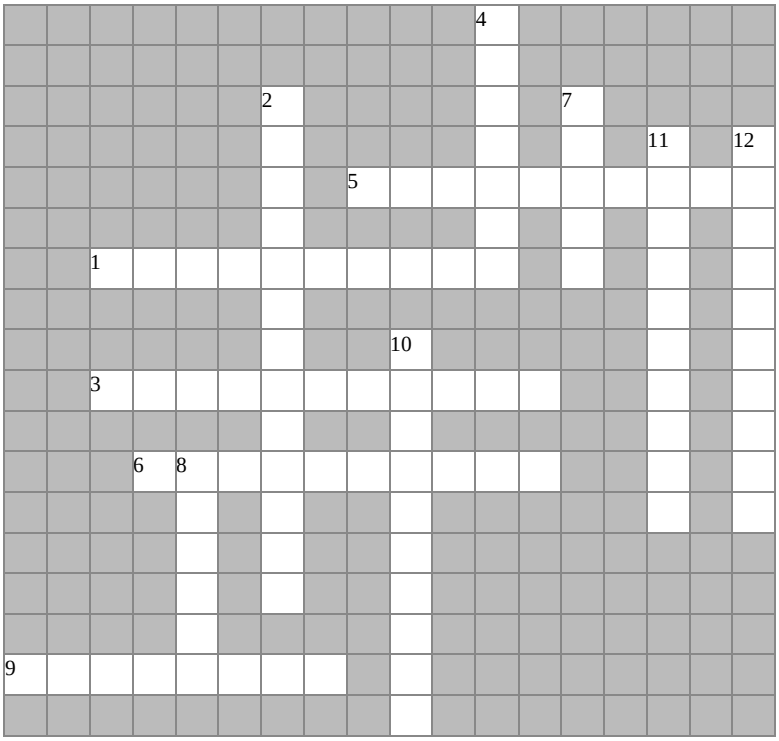


По горизонталі:	*По вертикалі:*
3. Мито, що застосовується відповідно до Закону України «Про захист національного товаровиробника від субсидованого імпорту» в разі ввезення на митну територію України товарів, які є об'єктом субсидованого імпорту, що завдає шкоди національному товаровиробнику. 5. Митний режим, відповідно до якого товари, що походять з інших країн не пізніше ніж у встановлений законодавством строк з моменту їх ввезення на митну територію України, вивозяться з цієї території в режимі експорту. 7. Вид мита залежно від способу стягнення, що нараховується у відсотках до митної вартості товарів та інших предметів, що обкладаються митом. 9. Митний режим відповідно до якого товари ввозяться на митну територію України для вільного обігу без обмеження строку їх перебування на цій території та можуть використовуватися без будь-яких митних обмежень.	1. Спеціально обладнані приміщення, що використовуються для зберігання товарів у режимі митного складу. 2. Вид мита залежно від способу стягнення, що поєднує нарахування у відсотках до митної вартості товарів та нарахування у встановленому грошовому розмірі на одиницю товарів. 4. Систематизований перелік ставок мита, яким обкладаються товари та інші предмети, що ввозяться, вивозяться або переміщуються транзитом по митній території України. 6. Митний режим, відповідно до якого товари, що походять з України та вивезені за межі митної території України згідно з митним режимом експорту, не пізніше ніж у встановлений законодавством строк ввозяться на митну територію України з метою вільного обігу. 8. Митний режим відповідно до якого товари вивозяться за межі митної території України для вільного обігу
10. Митний режим відповідно до якого, ввезені з-за меж митної території України товари зберігаються під митним контролем без справляння податків і зборів і без застосування до них заходів нетарифного регулювання та інших обмежень у період зберігання. 13. Митний режим відповідно до якого товари і транспортні засоби переміщуються під митним контролем між двома митними органами або в межах зони діяльності одного митного органу без будь-якого використання таких товарів і транспортних засобів на митній території України. 15. « … безмитної торгівлі» - митний режим, згідно з яким товари, а також супутні товарам роботи, не призначені для споживання на митній території України, перебувають та реалізуються під митним контролем у пунктах пропуску на митному кордоні України без справляння мита та податків, установлених на експорт та імпорт товарів такого типу.	без зобов'язання щодо їх повернення на цю територію та без визначення умов їх використання за межами митної території України. 10. Вид мита, що нараховується у встановленому грошовому розмірі на одиницю товарів та інших предметів, що обкладаються митом. 11. Мито, що нараховується на товари та інші предмети при їх вивезенні за межі митної території України. 12. Митний режим, відповідно до якого ввезені на митну територію України товари, що походять з інших країн, піддаються у встановленому законодавством порядку переробці без застосування до них заходів нетарифного регулювання. 14. Вид мита, що застосовується у разі ввезення на митну територію України товарів, які є об'єктом демпінгу.

ТЕМА 4. ФОРМИ ВИХОДУ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗОВНІШНІЙ РИНОК

Завдання 1. Дослідити можливість виходу українського підприємства на закордонний ринок (для аналізу обирається будь-яке промислове підприємство та аналізуються і обґрунтовуються його потенційні можливості щодо роботи на зарубіжному ринку, а також пропонується найбільш оптимальний спосіб виходу досліджуваного підприємства на закордонний ринок).

Завдання 2. Кросворд.



По горизонталі:	*По вертикалі:*
1. Одна із сторін договору у цивільно-правових відносинах. 3. Науковий метод (процес) вивчення чого-небудь. 5. Дискусія, взаємне спілкування з метою досягнення сумісного рішення. 6. Організація, об'єднання людей, які ставлять перед собою спільні завдання, мету, програму дій і відповідно діють для їх виконання, здійснення. 9. Капіталістичне торговельне або промислове товариство, що об’єднує підприємців; спілка.	2. Будь-яка відмінність, виключення, обмеження або перевага, що заперечує або зменшує рівне здійснення прав. 4. Фізична або юридична особа, яка виступає з офертою. 7. Домовленість двох або більше сторін, спрямована на встановлення, зміну або припинення цивільних прав та обов'язків. 8. Пропозиція певній стороні укласти угоду з урахуванням викладених умов. 10. Запис, фіксація фактів або явищ з метою обліку і надання їм статусу офіційно визнаних актів. 11. Договірне об'єднання, створене на основі поєднання виробничих, наукових і комерційних інтересів підприємств, що об'єдналися. 12. Один з основних способів введення переговорів.

Завдання 3. Аргументуйте або спростуйте такі тези:

1. Ділова репутація та досвід попередніх угод є ключовими характеристиками для оцінки потенційних партнерів.
2. У сучасних умовах малим та середнім підприємствам значно вигідніше користуватися послугами консалтингових фірм, аніж самим проводити аналіз ринку та пошук інформації.

ТЕМА 5. ПОСЕРЕДНИЦЬКІ ТА ОРЕНДНІ ОПЕРАЦІЇ НА ЗОВНІШНІХ РИНКАХ

Завдання 1. Заповніть таблицю.

Ознака класифікації	Представники і їх характеристика
Ті, що не мають права підписувати договори з третіми особами.	
Ті, що мають право підписувати угоди з третіми особами від свого імені та за рахунок принципала.	
Ті, що мають право підписувати угоди з третіми особами від імені та за рахунок принципала.	
Ті, що мають право підписувати угоди з третіми особами від свого імені та за свій рахунок.	

Завдання 2. Заповніть таблицю.

Сутність та організаційні форми міжнародних орендних операцій	Сутність і їх характеристика
Оренда	
Лізинг	

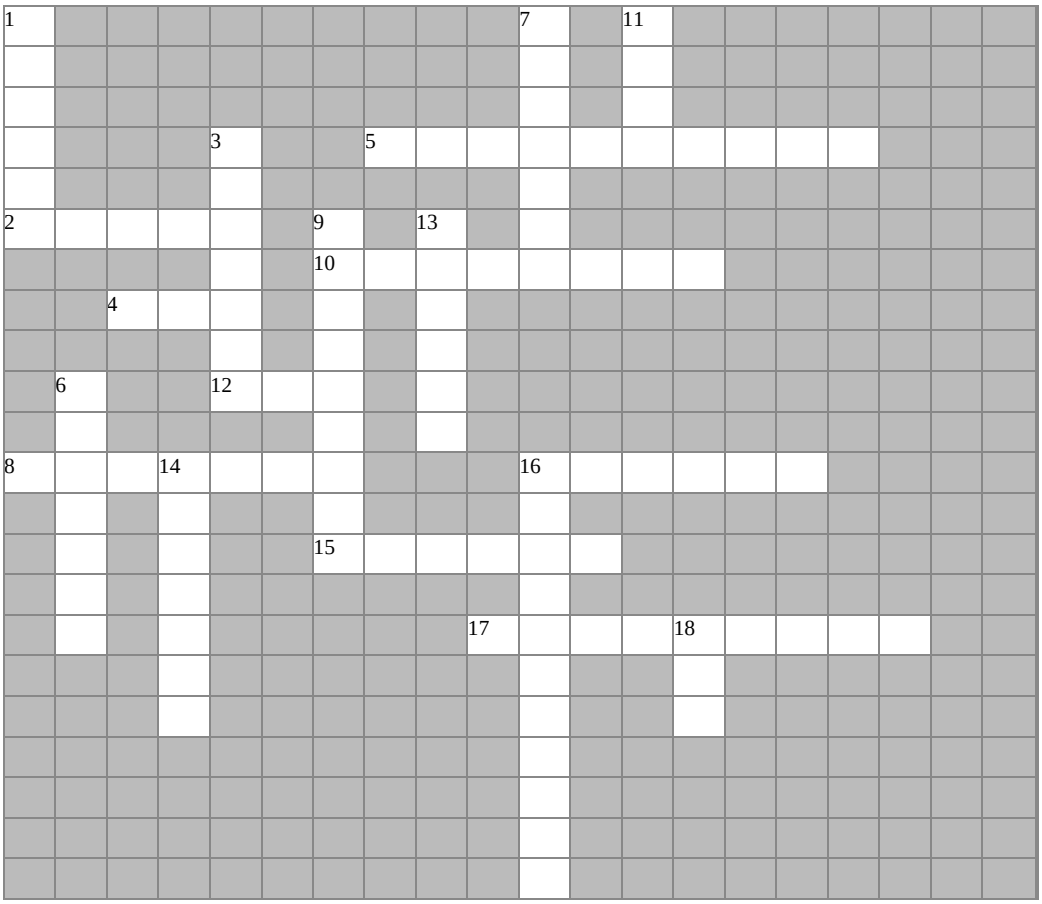
Розділ 2. Структура, зміст та особливості підготовки, укладання та виконання зовнішньоекономічних контрактів

ТЕМА 6. ОРГАНІЗАЦІЯ І ТЕХНІКА ПІДГОТОВКИ, УКЛАДАННЯ ТА ВИКОНАННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОГО КОНТРАКТУ

Завдання 1. Визначте зміст етапів здійснення експортно-імпортної угоди. Заповніть таблицю.

Етапи здійснення експортно-імпортної угоди	*Зміст*
1. Вибір ринку та його вивчення;	
2. Вибір контрагента;	
3. Проведення попередніх переговорів та укладання контракту.	

Завдання 2. Кросворд.



По горизонталі:	*По вертикалі:*
2. Продукт праці або певне благо, що здатні задовольняти певні потреби людини і призначені для обміну (купівлі та продажу). 4. Цінний папір, який оформлюється відповідно до законодавчо (нормативно) встановленої форми і містить письмовий	1. Ввезення з-за кордону товарів, послуг, технологій, капіталу, цінних паперів для реалізації га застосування на внутрішньому ринку. 3. Спосіб передачі коштів на відстані. 6. Цінний папір, який оформлюється

наказ видати його пред'явнику негайно або протягом певного терміну зазначену в ньому грошову суму або здійснити переказ коштів на банківський рахунок пред'явника. 5. Передання чека або векселя у власність нового векселетримача нанесенням передавального запису зі зворотного боку фінансового документа. 8. Вивіз із митної території країни за кордон товарів і послуг без зобов'язання їхнього зворотного повернення. 10. Міжнародний ... - це домовленість про комерційний обмін цінностями між різнонаціональними контрагентами. 12. Зовнішня економічна діяльність. 15. Грошова одиниця, що використовується для вимірювання величини вартості товару. 16. Банківська розрахункова операція. 17. … контракту - вступна частина контракту.	відповідно до законодавчо (нормативно) встановленої форми та засвідчує зобов'язання боржника сплатити власникові певну суму грошей. 7. Зобов'язання або кілька зобов'язань, у разі порушення яких вживаються засоби правового захисту. 9. Грошовий документ, за яким одна кредитна установа згідно із заявою клієнта доручає іншій здійснити за рахунок спеціально заброньованих для цього коштів оплату товарно-транспортних документів за відвантажені товари чи надані послуг. 11. Грошове вираження вартості. 13. Сума, на яку зменшується ціна і, одночасно, сума, якою продавець дотує покупця для стимулювання збуту. 14. «Невидимий товар». 16. Валютна … - форма валютної політики, що передбачає втручання центрального банку в операції на валютному ринку з метою впливу на курс національної валюти. 18. Міжнародна економічна діяльність.

ТЕМА 7. СТРУКТУРА І ЗМІСТ МІЖНАРОДНИХ КОНТРАКТІВ КУПІВЛІ-ПРОДАЖУ

Завдання 1. Визначте зміст складових зовнішньоторговельного контракту. Заповніть таблицю.

Складова контракту	*Зміст*
Предмет контракту	
Кількість товару	
Якість товару	
Базисні умови контракту	
Транспортні умови	
Ціна товару	
Термін поставки	
Умови платежу	
Пакування	
Здавання і приймання товару	
Гарантії виконання контракту та обслуговування	

Обставини нездоланної сили (форс-мажорні)	
Санкції за порушення умов контракту	
Арбітраж	

Завдання 2. Обґрунтуйте формулювання вступної частини контракту (номер контракту, місце і дату підписання, визначення сторін) для конкретної зовнішньоекономічної операції.

Завдання 3. Розробіть проект рекламації, претензії та протоколу розходжень при недопоставці, поставці неякісного товару і при поставці товару не в потрібному асортименті і обсязі.

ТЕМА 8. БАЗИСНІ УМОВИ ПОСТАВКИ ТОВАРУ В МІЖНАРОДНИХ КОНТРАКТАХ КУПІВЛІ-ПРОДАЖУ

Завдання 1. Визначте для кожного терміну базисних умов розподіл витрат між експортерами та імпортерами. Результати занесіть у таблицю, позначивши І – витрати сплачує імпортер; Е – витрати сплачує експортер.

Розподіл витрат експортера та імпортера згідно «Інкотермс 200»

Сфера обов'язків продавця і покупця	Універсальні умови (будь-які перевезення та види транспорту)							«Морські» умови (морські/внутрішньоводні перевезення)			
	EXW	**FCA**	**CPT**	**CIP**	**DAP**	**DPU**	**DDP**	**FAS**	**FOB**	**CFR**	**CIF**
Пакування											
Навантаження											
Внутрішні перевезення		.									
Експортне мито, митний збір, податки		.							.		
Витрати з проходження терміналу у місці відправки											

Завантаження на судно											
Фрахт											
Страховка											
Витрати з проходження-ння терміналу у місці призначення-ння											
Імпортне мито, митний збір, податки											
Доставка до місця призначення-ння											

ТЕМА 9. ЦІНА ТОВАРУ В МІЖНАРОДНИХ КОНТРАКТАХ КУПІВЛІ-ПРОДАЖУ

Завдання 1. Приведіть у відповідність.

Термін	Визначення
1. Ціни, що публікуються	а) застосовуються в контрактах на нестандартне обладнання, що виробляється, як правило, за індивідуальними замовленнями.
2. Розрахункові ціни	б) ціни, що оприлюднюються в спеціальних джерелах інформації.
3. Цінова політика	в) визначення рівня цін і можливих варіантів їх зміни залежно від цілей та завдань, що стоять перед підприємством в короткотерміновому плані та в перспективі.
4. Ціни ринку	г) ціни найбільш впливових ринкових агентів.
5. Світові ціни	д) ціни, за якими ведеться торгівля на конкретному національному чи регіональному ринку.

Завдання 2. Заповніть таблицю.

Ознака класифікації	Види світових цін
За станом ринку	
За напрямом товарного потоку	

За умовами розрахунків	
За повнотою врахування витрат	
За характером реалізації	
За ступенем фіксації	
За рівнем інформаційної відкритості	

ТЕМА 10. ВАЛЮТНІ ТА ФІНАНСОВІ УМОВИ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНИХ КОНТРАКТІВ

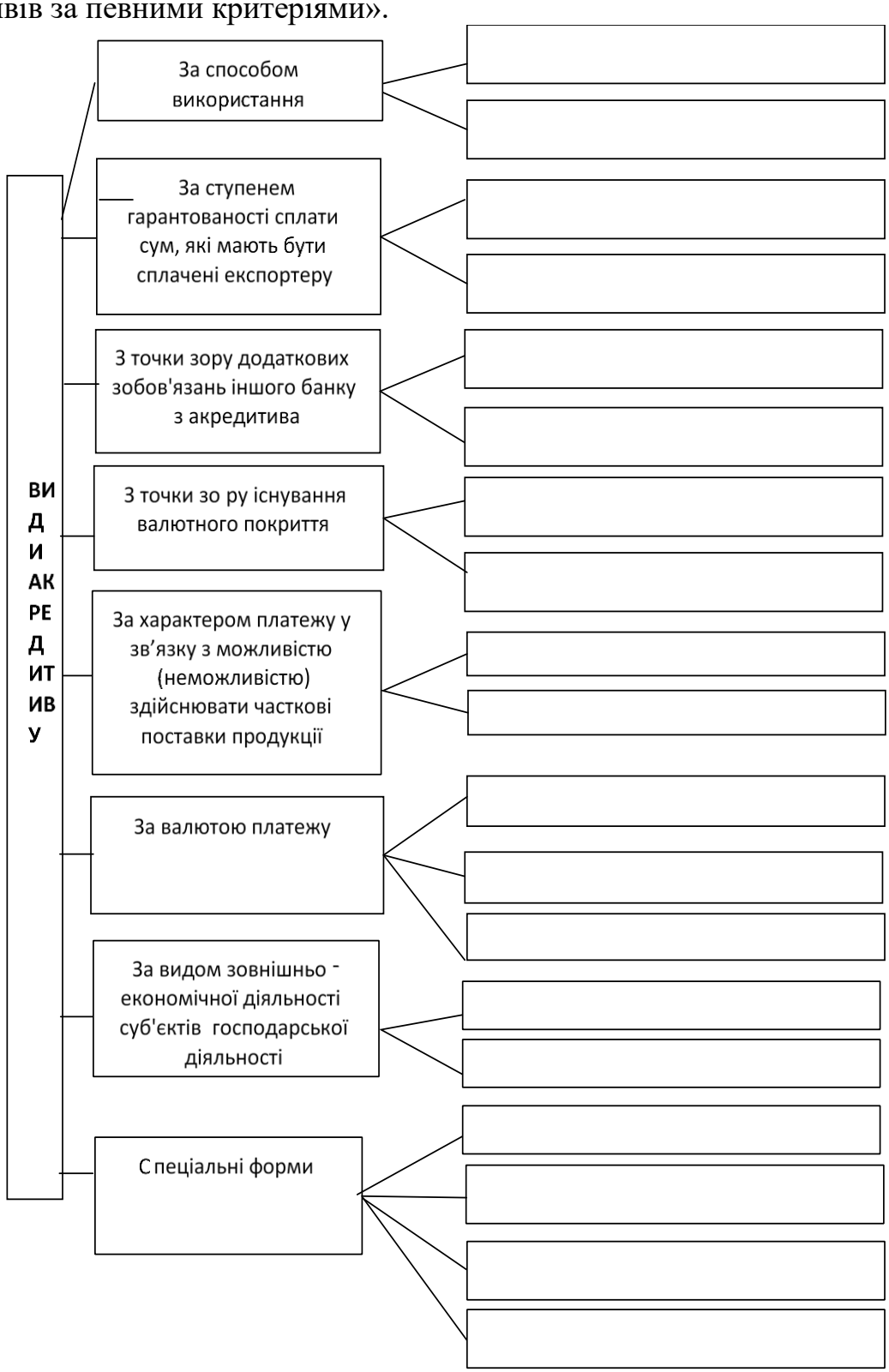
Завдання 1. Міркуємо та аналізуємо.

На сьогодні на стан міжнародних розрахунків впливає цілий комплекс чинників, які наведено на рисунку. Наведіть приклади їх впливу.



ТЕМА 11. УМОВИ ПЛАТЕЖУ ТА ФОРМИ РОЗРАХУНКІВ У ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНИХ ОПЕРАЦІЯХ

Завдання 1. Завершіть структурно-логічну схему «Класифікація акредитивів за певними критеріями».



Завдання 2. Завершіть структурно-логічну схему «Документи для здійснення міжнародних розрахунків».



ТЕМА 12. ОРГАНІЗАЦІЯ І ТЕХНОЛОГІЯ МІЖНАРОДНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ

Завдання 1. Заповніть таблицю. Визначте види транспортних операцій у зовнішньоекономічній діяльності.

№	Ознака класифікації	Види операцій
1	За предметом транспортних операцій	
2	За видом транспорту	
3	Залежно від транспортної характеристики товару	
4	За періодичністю	
5	Залежно від проходження кордону	
6	За видом транспортно-технологічної системи	
7	Залежно від завершення перевезення	
8	За видом сполучень	
9	Залежно від складу учасників перевізного процесу	
10	Залежно від місця проведення	

Завдання 2. Заповніть таблицю.

Вид транспорту	Швидкість	Надійність	Перевізна спроможність	Доступність	Вартість
Залізничний					
Автомобільний					

Водний					
Трубопровідний					
Повітряний					

(1 – максимальний показник, 5 – мінімальний показник)

ТЕМА 13. ОРГАНІЗАЦІЯ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ З ІНОЗЕМНИМ КАПІТАЛОМ

Завдання 1. Заповніть таблицю, визначивши мотиви створення спільного підприємства для кожної стратегії.

Стратегія	*Мотиви*
Підвищення ефективності виробництва	- - -
Розширення операцій	- - -
Зменшення ризику	- - -
Розвиток за рахунок залучення інвестицій, технологій і кваліфікованих працівників	- - -

Завдання 2. На основі аналізу інтернет-ресурсів дайте відповіді на запитання:

1. Чим зумовлена необхідність утворення та диверсифікації діяльності спільних підприємств в Україні в умовах сучасного економічного розвитку?
2. У яких галузях народного господарства представлена найбільша кількість спільних підприємств, а в яких – найменша?
3. У яких областях України зосереджена найбільша кількість спільних підприємств?
4. Які якості в українських партнерах найбільше цінують іноземні партнери?

ТЕМА 14. АНАЛІЗ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Завдання 1. Дослідить динаміку показників платіжного балансу України за останні 5 років. Зробіть висновки про основні тенденції зміни платіжного балансу, що спостерігаються.

Завдання 2. Заповніть таблицю.

Ознака класифікації	Показники
Абсолютні показники аналізу ЗЕД країни, регіону, галузі	
Відносні показники аналізу ЗЕД країни, регіону, галузі	
Показники структури аналізу ЗЕД країни, регіону, галузі	
Показники інтенсивності міжнародної торгівлі	

ТЕМА 15. ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Завдання 1. Використовуючи наведену схему, охарактеризуйте організаційно-економічний механізм визначення ефективності ЗЕД підприємств.



Завдання 2. Наведіть основні шляхи та заходи з підвищення ефективності експортно-імпортних операцій.

ГЛОСАРІЙ

Аваль – це поручительство, що означає гарантію платежу за траттою чи простим векселем (повністю або частково) з боку банку, якщо боржник не виконав у термін зобов’язання за векселем.

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

Акредитив – це одностороннє, умовне грошове зобов'язання банку, видане ним за дорученням клієнта-наказодавця акредитиву (імпортера) на користь його контрагента за контрактом – бенефіціара (експортера).

Акцепт – це згода адресата, дана у встановлений строк, укласти договір на умовах, запропонованих в оферті.

Багатовалютне (мультивалютне) застереження – це застереження, відповідно до якого сума платежу залежить від зміни курсового співвідношення між валютою платежу та «кошиком валют», який визначається угодою сторін.

Банківський переказ – це розрахункова банківська операція, яка полягає у пересиланні платіжного доручення одного банку іншому.

Валютна операція «своп» – це купівля іноземної валюти на умовах «спот» в обмін на вітчизняну валюту з подальшим викупом.

Валютний ризик – коливання валютних курсів породжують ризик при експортно-імпортних операціях.

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

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

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

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

Відкритий рахунок – це найменш вигідна форма розрахунків для експортера, оскільки вона не передбачає гарантій своєчасного отримання платежу.

Дата поставки – це дата передачі товару в розпорядження покупця.

«Добровільне» обмеження експорту – кількісне обмеження експорту, що ґрунтується на зобов’язанні одного з торгових партнерів обмежити або не розширювати обсяг експорту, прийнятому в рамках офіційного міжурядового або неофіційного договору про встановлення квот на експорт товару.

Експорт – вивіз за кордон товарів, які продані іноземним покупцям із метою їх безпосереднього споживання, продажу або для переробки.

Експортна кооперація – співробітництво на добровільній основі двох чи більше юридично і економічно самостійних підприємств на основі укладеного між ними договору.

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

Зовнішньоекономічна операція – це комплекс дій контрагентів різних країн з підготовки, укладання і виконання торгової, науково-виробничої, інвестиційної чи іншої угоди економічного характеру.

Зовнішньоекономічна політика – це система заходів, спрямованих на досягнення економікою даної країни певних переваг на світовому ринку та, одночасно, захист внутрішнього ринку від конкуруючих імпортних товарів.

Зовнішньоекономічний контракт – це матеріально оформлена угода двох або більше суб'єктів ЗЕД та їхніх іноземних контрагентів, спрямована на встановлення, зміну або припинення їх взаємних прав і зобов'язань у зовнішньоекономічній діяльності.

Зустрічна оферта – це відповідь на оферту, яка має за мету слугувати акцептом, але містить доповнення, обмеження або інші зміни.

Інкасо – це банківська розрахункова операція, за допомогою якої банк за дорученням свого клієнта (експортера) отримує на основі розрахункових документів належні клієнтові кошти від платника (імпортера) за відвантажені на адресу імпортера товари і зараховує ці кошти на рахунок клієнта-експортера.

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

Квотування (контингентування) – це обмеження державною владою ввезення товарів певною кількістю чи сумою на встановлений період часу.

Лізинг – це господарська операція, при якій суб’єкт підприємницької діяльності (лізингодавець) передає матеріальні цінності іншому суб’єкту підприємницької діяльності (лізингоотримувачу) у користування за оплату для підприємницької діяльності.

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

Ліцензування / licensing – форма спільного підприємництва, яка базується на тому, що ліцензіар (продавець) передає ліцензіату (покупцеві) право на використання виробничого процесу, патенту, товарного знака в обмін на гонорар або ліцензійний платіж.

Міжнародні перевезення – це перевезення вантажів, пасажирів між кількома країнами, особливістю яких є обов'язкове перетинання кордону як мінімум двох суміжних країн.

Міжнародні розрахунки – це система організації, регулювання та здійснення платежів за грошовими вимогами й зобов'язаннями, які виникають при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності між державами, підприємствами і громадянами різних країн.

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

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

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

Митний режим – це сукупність правил, відповідно до яких товари переміщуються через кордон.

Мито (tax, customs), що стягується митницею – це податок на товари та інші предмети, які переміщуються через митний кордон України.

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

Об'єкти ЗЕД – це матеріально-речова продукція та послуги, зокрема, результати науково-технічного та виробничого співробітництва, які набувають при міжнародному обміні вартість, тобто стають товаром.

Оренда (lease) – це тимчасове користування майном на умовах, що встановлюються у договорі між власником майна (орендодавцем) та особою, на користь якої воно передається (орендатором).

Оферта – це письмова заява продавця про бажання укласти договір купівлі-продажу яка містить в собі усі істотні пункти передбачуваного договору і бути адресованою конкретній особі або невизначеному колу осіб за умови можливої індивідуалізації однієї або декількох з них, що бажатимуть прийняти пропозицію.

Підприємство з іноземними інвестиціями – це підприємство будь-якої організаційно-правової форми, створене відповідно до законодавства України, іноземна інвестиція в статутному фонді якого становить не менше ніж 10%.

Підрядне виробництво (виробництво за контрактом) / contract manufacturing – форма спільного підприємництва, за якої національний виробник (продавець) укладає угоду із закордонними виробниками на виготовлення своєї продукції.

Попереднє приймання товару – це огляд товару на підприємстві продавця для встановлення відповідності його кількості та якості умовам контракту.

Посередники – це особи, що поєднують сторони, які бажають укласти угоду.

Послуга – це товар особливого роду нематеріального характеру, що не має уречевленої форми.

Приймання товару – це перевірка відповідної якості, кількості та комплектності товару його характеристиці та технічним умовам, вказаним у контракті.

Пряме інвестування (трансферт капіталу) – розміщення капіталу у власні закордонні складальні або виробничі підприємства, збутові філії.

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

Розрахункові ціни – застосовуються в контрактах на нестандартне обладнання, як правило, виготовлене на індивідуальне замовлення.

Світові ціни – це ціни великих експортно-імпортних операцій, що здійснюються в основних центрах світової торгівлі.

Сертифікат якості – це документ, який підтверджує якість товару.

Спільне володіння (спільні підприємства) / joint ventures – форма спільного підприємництва, за якої об'єднуються зусилля зарубіжних та місцевих інвесторів з метою створення місцевого комерційного підприємства, котрим вони володіють та керують спільно.

Спільне підприємництво (спільна підприємницька діяльність) – об'єднання зусиль партнерів щонайменше з двох країн з метою організації спільної комерційної справи.

Спільні підприємства (СП) – це підприємства, які базуються на спільному капіталі суб'єктів господарської діяльності України та іноземних суб'єктів господарської діяльності, на спільному управлінні та на спільному розподілі результатів та ризиків.

Статутний фонд СП – це сукупність внесків засновників, які надаються в повне господарське відання (володіння, користування, розпорядження) підприємству, яке вони створюють.

Страхування – це механізм зниження фінансових втрат у разі пошкодження або втрати товару.

Строк поставки – це момент, коли продавець зобов'язаний передати товар у власність покупцю чи за його дорученням особі, що діє від його імені.

Суб'єкти ЗЕД – це суб'єкти господарської діяльності, що відносяться до усіх форм власності, самостійно здійснюючи зовнішньоекономічні операції з закордонними партнерами.

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

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

Технічні бар'єри – це перешкоди для імпорту товарів, що виникають у зв'язку з їх невідповідністю національним стандартам у системі виміру та інспекції якості, вимогам техніки безпеки, санітарно-гігієнічним нормам, правилам пакування і маркування тощо.

Типовий контракт – зразковий договір чи ряд уніфікованих умов, викладених у письмовій формі, сформульованих заздалегідь з урахуванням

торгової практики чи торгових звичаїв і прийнятих договірними сторонами після того, як вони були погоджені з вимогами конкретної угоди.

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

Франчайзинг – контрактна система управління і розподілу товарів і послуг компанії через широку чи обмежену мережу дистриб'юторів.

Фрахт (від нім. fracht – вантаж) – плата за транспортування вантажів чи пасажирів морським, повітряним, залізничним або автомобільним транспортом, а також за використання (наймання) судна чи іншого транспортного засобу для таких перевезень.

Ціни, що публікуються – це ціни, що оприлюднюються в спеціальних джерелах інформації (ціни аукціонів, біржові котирування, ціни статистичних довідників, ціни укладених контрактів, ціни пропозиції великих фірм). Ціни, що публікуються, відображають рівень світових цін.

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

Чек – це безумовна пропозиція чекодавця платнику здійснити платіж зазначеної на чекові грошової суми чекодержателю готівкою чи перерахуванням грошей на рахунок власника чека у банку.

Якість продукції – сукупність властивостей і характеристик продукції (або послуг), яка забезпечує задоволення встановлених або передбачуваних потреб.

ВИКОРИСТАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Мельник Т., Ковальова М. Зовнішня торгівля України у контексті процедури спільного транзиту. *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право.* 2023. № 5. С. 4–17. DOI: https://doi.org/10.31617/3.2023(130)01

2. Матвеєв М. Е., Лебедченко В. В., Гайдай Г. Г. Регулювання ЗЕД в умовах війни. *Наукові перспективи.* 2022. № 5. С. 232–245. DOI: https://doi.org/10.52058/2708-7530-2022-5(23)-232-245

3. Дунська А.Р., Кузнєцова К.О. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності підприємств : навч. посіб. Київ : КПІ ім.. І. Сікорького. 2022. 181 с. URL: https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/50100/1/ManagD_2022_konspekt.pdf

4. Подцерковний О.П. Правове регулювання зовнішньоекономічної діяльності : навч.-метод. посіб. Одеса : НУ «ОЮА», 2021. 166 с.

5. Зовнішньоекономічна діяльність : навч. посіб. 6-те вид., перероб. та доп. / за ред. Козака Ю. Г. Київ : Центр учбової літератури. 2019. 292 с.

6. Шапоренко О.І. Управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства : навч. посіб. Денисенко М.П., Панченко В.А., Шапоренко О.І., Федорак В.І. Київ : Кондор. 2020. 435 с. URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/17088/2/UZDP_NP_2020.pdf

7. Дахно І. І., Алієва-Барановська В. М. Зовнішньоекономічна діяльність : навч. посіб. / за ред. д.е.н., проф. І. І. Дахна. Київ : Центр учбової літератури, 2018. 356 с.

8. Зовнішня торгівля України: актуальні напрями та перспективи на 2024 рік. ALLY Logistic. 24.01.2024. URL: https://allylogistic.com/зовнішня-торгівля-україни-актуальні/

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна:

1. Багрова І.В., Рєдіна Н.І., Власюк В.Є., Гетьман О.О. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств : підручник. Київ : ЦНЛ, 2004. 580 с.
2. Гребельник О. П. Основи зовнішньоекономічної діяльності : підручник. 5-те ви д., перероб. та доп.; Університет ДФС України. Ірпінь, 2019. 410 с. URL: http://ir.nusta.edu.ua/jspui/bitstream/doc/4007/1/2830_IR.pdf.
3. Зовнішньоекономічна діяльність : навчальний посібник. 6-те вид., перероб. та доп. / за ред. Ю. Г. Козака Київ : Центр учбової літератури, 2019. 292 с.
4. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства : навчально-методичний комплекс дисципліни : навч. посіб. для здобувачів ступеня бакалавра за освіт. програмою «Менеджмент міжнародного бізнесу» спец. 073 Менеджмент / КПІ ім. Ігоря Сікорського ; уклад.: А. Р.Дунська, Г. П. Жалдак, В. Ю. Бондар. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2024. 63 с.
5. Конспект лекцій з дисципліни «Зовнішньоекономічна діяльність підприємства» для студентів денної та заочної форм навчання ступеня вищої освіти «бакалавр» / уклад. Ю.В. Мельник Тернопіль : ТНЕУ, 2020. 62 с.
6. Митний кодекс України від 13 березня 2012 року № 4495-VI. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4495-17#Text
7. Про валюту і валютні операції : Закон України від 21 червня 2018 року № 2473-VIII. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2473-19#Text.
8. Про зовнішньоекономічну діяльність : Закон України від 16.04.91 р. за № 959 XII. Верховна рада України. Офіц. вид-во. Київ : Парлам. вид-во.
9. Про митний тариф України : Закон України від 04.07.2020 р. за № 674-IX URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/674-20#Text
10. Про режим іноземного інвестування : Закон України від 19.03.1996 р. за № 93/96-ВР (зі змінами і доповненнями). Верховна Рада України. Офіц. вид-во. Київ : Парлам. вид-во.

Додаткова:

1. Актуальні проблеми теорії та практики менеджменту зовнішньоекономічної діяльності : колективна монографія / за заг. ред. Д. Т. Бікулова, О. М. Олійника Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2021. 340 с.
2. Головань О. О., Олійник О. М., Маркова С. В., Сухарева К. В. Глобальні товарні стратегії ТНК у системі

менеджменту міжнародного бізнесу. *Галицький економічний вісник.* 2022. № 1 (74) 2022. С. 132–140. URL:https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2022.01.

3. Головань О. О., Олійник О. М., Сухарева К. В., Маказан Є. В., & Бікулов Д. Т. (2024). Трансформація інструментарію бізнес-аналітики в системі ефективності менеджменту маркетингової діяльності підприємства-імпортера. Актуальні питання економічних наук, (6). URL: https://a-economics.com.ua/index.php/home/article/view/136 DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.14603233

4. Менеджмент міжнародного бізнесу в умовах Індустрії 4.0 : колективна монографія / за заг. ред. Д. Т. Бікулова, О. М. Олійника Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2024. 424 с.

5. Олійник О. М., Головань О. О., Маркова С. В., Сухарева К. В. Прикладні аспекти застосування моделей ідентичності в системі бренд-менеджменту вітчизняних підприємств харчової промисловості. *Електронне наукове видання «Менеджмент та підприємництво: тренди розвитку»*. 2024. № 1(27). С. 76–88. URL: https://doi.org/10.26661/2522-1566/2024-1/27-07.

6. Сучасні вектори розвитку менеджменту міжнародного бізнесу : колективна монографія / за заг. ред. Д. Т. Бікулова, О. М. Олійника Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2023. 466 с.

7. Бікулов Д. Т., Головань О. О., Олійник О. М., Маркова С. В., Шупшинська К. С., Маказан Є. В., Сухарева К. В. Optimization of Inventory Management Models with Variable Input Parameters by Perturbation Methods. *Восточно-Европейский журнал передовых технологий.* 2020. Т. 3. №3(105). С. 6–15. URL: URL: https://doi.org/10.15587/1729-4061.2020.204231.

Інформаційні джерела:

Періодичні видання України з проблем бізнесу:

1. Бізнес: журнал. URL: http://www.business.ua

2. Інтернет-портал аналітичних центрів України. URL: http://www.intellect.org.ua

3. Сучасні проблеми економіки і підприємництво: збірник наукових праць. URL: http://journals.kpi.ua/ua/22

4. Український діловий щотижневик «Галицькі контракти». URL: http://kontrakty.ua

5. Українська інвестиційна газета «Інвестгазета» – всеукраїнський фінансово-економічний тижневик. URL: http://www.investgazeta.net

Навчальне видання
(*українською мовою*)

Сухарева Катерина Володимирівна
Бікулов Дамір Тагірович
Маркова Світлана Вікторівна
Головань Ольга Олексіївна
Олійник Олександр Миколайович
Маказан Євгенія Василівна

ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

Навчальний посібник
для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра
спеціальності «Менеджмент» освітньо-професійної програми
«Менеджмент організацій і адміністрування»

Рецензент *О.С. Верітова*
Відповідальний за випуск *Д.Т. Бікулов*
Коректор *О.О. Головань*