

МІЖНАРОДНА ТОРГІВЛЯ: конспект лекцій

К. Ю. Величко
О. І. Печенка





**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ
УКРАЇНИ**

**ХАРКІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧУВАННЯ
ТА ТОРГІВЛІ**

Кафедра міжнародної економіки

МІЖНАРОДНА ТОРГІВЛЯ

конспект лекції

для ступеня «бакалавр» економічних спеціальностей денної та
заочної форм навчання

Харків 2018

Міжнародна торгівля: конспект лекцій для студентів ступеня «бакалавр» економічних спеціальностей, денної та заочної форм навчання [Електронний ресурс] /Укладачі: Величко К.Ю., Печенка О.І. – Х. : ХДУХТ, 2018. – 1 електрон. опт. диск (CD-ROM); 12см – Назва з тит. екрана.

Укладачі: Величко К.Ю., Печенка О.І.

Рецензент: д-р. екон. наук, проф. Шталь Т.В.

Кафедра міжнародної економіки

Схвалено науково-методичною комісією економічного факультету ХДУХТ

Протокол від «30» листопада 2017 року № 2

Схвалено Вченою Радою ХДУХТ

Протокол від «27» грудня 2017 року № 7

Схвалено редакційно-видавничою радою ХДУХТ

Протокол від «28» грудня 2017 року № 6

© Величко К.Ю.,
Печенка О.І., 2018

© Харківський державний
університет харчування
та торгівлі, 2018

ВСТУП

В сучасних умовах міжнародна торгівля виступає важливим елементом функціонування та розвитку як кожної країни так і світу в цілому, тому що жодна держава не спроможна розвиватися без побудови ефективної системи господарських зв'язків з економіками інших країн в умовах глобалізаційних процесів.

У контексті міжнародних економічних відносин, національні економіки розглядаються не як окремі господарські системи, а як системний комплекс взаємозв'язків суб'єктів господарювання на світовому ринку, тому значення міжнародної торгівлі в розвитку національної економіки країни є суттєвим.

Мета вивчення дисципліни «Міжнародна торгівля» - формування у студентів розуміння закономірностей, логіки та механізмів міжнародної торгівлі, отримання знань і практичних навичок щодо сучасних форм організації та методів міжнародного обміну товарами й послугами, а також укладання міжнародних комерційних контрактів.

Професійні компетентності, які отримують студенти після вивчення навчальної дисципліни - здатність аналізувати систему організації та регулювання міжнародної торгівлі та здатність оцінювати міжнародні комерційні контракти.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен

знати:

- предметну область дисципліни та її методологію;
- сучасну термінологію, що застосовується під час здійснення міжнародної комерційної діяльності;
- основні закономірності та тенденції розвитку сучасної міжнародної торгівлі;
- знати основні методи регулювання міжнародної торгівлі та правила врегулювання торговельних суперечок;
- досконало знати зміст та структуру міжнародного комерційного контракту;
- знати та вміло використовувати принципи товарного менеджменту і маркетингу при проведенні зовнішньоторговельних операцій.

вміти:

- оцінювати механізми державної політики щодо захисту внутрішнього ринку від іноземної конкуренції за допомогою використання тарифних та нетарифних інструментів торговельної політики;

- ефективно використовувати сучасні інформаційні технології аналізу даних при дослідженні світового ринку товарів і послуг з подальшою метою укладання міжнародного комерційного контракту;

- впевнено орієнтуватись у нормативно-правовій базі щодо змісту міжнародних комерційних контрактів;

- узагальнювати вітчизняну і зарубіжну практику застосування методів міжнародної торгівлі щодо питань зовнішньої торгівлі товарами і послугами.

Конспект лекцій призначено для студентів економічних спеціальностей, аспірантів, науковців та практичних працівників в сфері міжнародних економічних відносин.

При написанні конспекту лекцій були використані наукові праці провідних вітчизняних та зарубіжних вчених, які містяться в списку літературних джерел.

РОЗДІЛ І. СИСТЕМА ОРГАНІЗАЦІЇ ТА РЕГУЛЮВАННЯ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ



Тема 1. Торгівля в системі міжнародного бізнесу

- 1.1. Сутність міжнародної торгівлі
- 1.2. Теоретичні основи міжнародної торгівлі.
- 1.3. Етапи розвитку міжнародної торгівлі.
- 1.4. Система показників розвитку міжнародної торгівлі.
- 1.5. Особливості розвитку сучасної міжнародної торгівлі.

Основні поняття теми: міжнародна торгівля, меркантилізм, теорія абсолютних переваг, теорія Хекшера-Оліна (динамічна модель, теорема Рибчинського, парадокс Леонтьєва), неотехнологічні теорії, теорія конкурентних переваг Майкла Портера, зовнішньоторговельний обіг, генеральна торгівля, спеціальна торгівля, фізичний обсяг зовнішньої торгівлі, сальдо торговельного балансу, балансу послуг, балансу поточних операцій; індекси стану торговельного балансу; індекс «умови торгівлі»; індекс «концентрації експорту»; індекси показників чистої торгівлі, коефіцієнт імпоротної залежності країн, товарна структура експорту/імпорту, регіональна (географічна) структура експорту/імпорту, індекс диверсифікації експорту, квоти (експортна, імпортна, зовнішньоторговельна); обсяг експорту, імпорту або зовнішньоторговельного обігу на душу населення, ефективність експорту (ефект експорту, ефективність експорту фірми, ефективність експорту товарів); ефективність імпорту (ефект імпорту, ефективність імпорту фірми, ефективність імпорту товару).

1.1. Сутність міжнародної торгівлі

Міжнародна торгівля - це історично перша форма міжнародних економічних зв'язків, якщо не брати до уваги простий, натуральний обмін. Вона являє собою обмін товарами та послугами

МІЖ державно оформленими національними господарствами, тобто між державами.

Для національного господарства участь у міжнародній торгівлі набуває форми зовнішньої торгівлі. **Зовнішня торгівля** - це торгівля однієї країни з іншими, яка складається з оплачуваного вивозу (експорту) та ввозу (імпорту) товарів і послуг. У сукупності зовнішня торгівля різних країн утворює міжнародну торгівлю.

Міжнародна торгівля - це складна соціально-економічна категорія, яку можна розглядати у двох аспектах: операційному та державно-політичному. З операційного погляду міжнародна торгівля - це процес безпосереднього обміну товарами та послугами між суб'єктами господарювання різних держав, державами та міжнародними організаціями. В цьому випадку йдеться про рух товарів (у тому числі послуг, ліцензій, ноу-хау, інжинірингу тощо), інструменти та механізми розширення товарообігу, вдосконалення структури експорту та імпорту, прогнозування та оцінку світових товарних ринків, планування можливостей експорту та потреб в імпорті, організацію контрактної роботи, контроль за поставками та відвантаженням, здійснення валютно-фінансових операцій тощо. При цьому предметом міжнародної торгівлі як сфери знань є організація виконання експортно-імпоротної операції, а об'єктом, відповідно, будь-яка операція з експорту чи імпорту

З державно-політичного погляду міжнародну торгівлю можна розглядати як особливий тип суспільних відносин, які виникають у світовій системі господарства в процесі і з приводу обміну товарами та послугами між державами, що мають власні зовнішні та зовнішньоторговельні політики. Такі відносини регулюються спеціальними міжнародними регламентами: договорами, угодами, актами та іншими нормами міжнародного права. Та, оскільки суспільні відносини не можуть не залежати від зовнішньої та внутрішньої політики країн, то відносини обміну на світовому ринку регулюються значною мірою й актами та діями політичного характеру.

1.2. Теоретичні основи міжнародної торгівлі.

Перші теорії міжнародної торгівлі сформувався ще в XVI ст., при становленні великих європейських держав. Ранні теорії були сфокусовані на вивченні закономірностей експортно-імпортних операцій, що здійснювалися у межах однієї окремої взятої країни. Такі

теорії особливо корисні для опису процесу торгівлі такими стандартизованими, недиференційованими товарами, як нафта, цукор, лісоматеріали (іншими словами - товарами, основою для покупки яких є ціна, а не фірмову назву). Однак у середині ХХ ст., з розвитком багатонаціональних корпорацій і посилення їх впливу на світову економіку, вчені звернули увагу на роль окремих компаній в активізації міжнародної торгівлі. Розглянемо теорії більш докладно.

Меркантилізм (mercantilism) - це філософське вчення ХVІ ст., відповідно до якого вважалося, що добробут держави визначається запасами золоту і срібла, якими ця держава володіє. На думку прихильників теорії меркантилізму, збільшенню запасів золота повинні бути сприяти заходи, що забезпечують перевищення експорту над імпортом.

У ХVІ ст. меркантилізм був достатньо життєздатною економічною політикою. Наявність великих запасів золоту і срібла сприяло, що правлячі монархи могли дозволити собі наймати армії для ведення боротьби з іншими країнами з метою розширення сфер впливу. До числа сучасних прихильників політики меркантилізму, відносять неомеркантилістів (neomercantilists) або протекціоністів (protectionists). Слід відзначити, що політика протекціонізму поширена не тільки в США. Компанії з країн Північної Америки і Європи вже давно висловлюють невдоволення тим, що уряд Японії обмежує доступ іноземних товарів на ринок країни. Наприклад, перш ніж в 90-і рр. японський уряд неохоче дав згоду на ввезення рису з-за кордону, на ведення переговорів пішло 40 років, і навіть у цьому випадку імпорту рису був обмежений 10% від загального обсягу продажів цього продукту. Компанії з країн Азії та Північної Америки критикують європейські держави за введення обмежень на ввезення таких товарів, як яловичина, банани, а також інша сільськогосподарська продукція. Така ситуація цілком зрозуміла: практично кожна країна в тому чи іншому ступені дотримується політики неомеркантилізму з метою захисту ключових галузей економіки.

Адам Сміт, шотландський економіст, якого вважають батьком ринкової економіки, вважав, що основна проблема меркантилізму полягає в тому, що ця теорія поєднує два поняття - накопичення грошей і накопичення багатства. У своїй книзі «An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations» («Дослідження про природу і причини багатства народів»), написаної в 1776 р, Адам Сміт

піддав критиці логічне обґрунтування меркантилізму і навіть докази того, що насправді меркантилізм послаблює економіку, оскільки забирає у людей можливість вільної торгівлі та отримання переваг від добровільного обміну матеріальними цінностями. Адам Сміт підтримував ідею вільної торгівлі між країнами як засіб примноження багатства цих країн. Але які товари експортувати, а які імпортувати для отримання переваг, вчений виклав у своїй теорії - *теорії абсолютних переваг (theory of absolute advantage)*. Згідно цієї теорії, країна повинна експортувати товари і послуги, для виробництва та надання яких у неї є більш продуктивні можливості. З іншого боку, більш доцільно імпортувати товари та послуги з тих країн, які володіють більш продуктивними можливостями для їх випуску.

Проте ця теорія має істотний недолік. Що станеться з процесом торгівлі, якщо одна країна володіє абсолютною перевагою у виробництві обох продуктів? З теорії абсолютної переваги випливає помилковий висновок, що в такому випадку торгівля буде просто неможлива. Давид Рікардо (David Ricardo), британський економіст початку XIX ст., вирішив цю проблему, розробивши *теорію порівняльних переваг (theory of comparative advantage)*. Згідно цієї теорії, країна повинна експортувати ті товари та послуги, у виробництві та наданні яких вона володіє відносно більш високою продуктивністю. З іншого боку, більш доцільно імпортувати товари (послуги) з тих країн, які володіють відносно більш високою продуктивністю у виробництві цих товарів. Ці дві теорії (абсолютної та порівняльної переваг) відрізняються тим, що в теорії порівняльних переваг у процесі визначення товару, який країні більш доцільно виробляти, враховується поняття альтернативних витрат. *Альтернативні витрати*, або втрачена вигода (opportunity cost), - це витрати, що зумовлені невикористаними сприятливими можливостями для випуску товару.

Теорія порівняльної переваги потребує вирішення ще одного питання: які фактори визначають набір елементів, для виробництва яких є порівняльні переваги? Для того щоб відповісти на це питання, два шведських економіста - Елі Хекшер (Eli Hecksher) і Бертил Олін (Bertil Ohlin) - *розробили теорію співвідношення факторів виробництва (theory of relative factor endowments)*; ця теорія відома під назвою «теорія Хекшера-Оліна» (Hecksher-Ohlin theory).

Ці економісти зробили два основоположні припущення:

1. У кожній країні є характерна тільки для неї сукупність факторів виробництва (або типів ресурсів). Наприклад, Аргентина багата родючими землями, в Саудівській Аравії є великі поклади сирої нафти, а в Китаї - велика кількість некваліфікованої робочої сили.
2. Асортимент товарів, у виробництві яких спеціалізується країна, залежить від того, якими ресурсами для їх випуску вона володіє. Наприклад, вирощування пшениці вимагає наявності родючого ґрунту, видобуток нафти - наявності запасів сирої нафти, а швейне виробництво - наявності некваліфікованої робочої сили.

На підставі цих спостережень Хекшер і Олін сформулювали свою теорію: країна має порівняльну перевагу у виробництві продуктів, для випуску яких інтенсивно використовуються ті ресурси (фактори виробництва) в яких ця країна не відчуває нестачі. Отже, Аргентина має порівняльну перевагу у вирощуванні пшениці завдяки наявності родючих земель; Саудівська Аравія - у видобутку нафти завдяки нафтовим родовищам; Китай - в пошитті предметів одягу завдяки достатку некваліфікованої робочої сили.

Після Другої світової війни Василь Леонт'єв, американський економіст російського походження, піддав цю теорію емпіричній перевірці. Для цього він використовував модель «витрати-випуск» - математичну модель, що описує взаємозв'язки між різними секторами економіки. На думку Леонт'єва, для економіки Сполучених Штатів Америки властиві такі характеристики, як надлишок капіталу і брак робочої сили. Таким чином, на підставі теорії Хекшера-Оліна, Леонт'єв зробив висновок, що Сполученим Штатам доцільно експортувати капіталомісткі товари (такі як хімікати і сталь) та імпортувати трудомісткі товари (наприклад, одяг і взуття). Проте за розрахунками Леонт'єва імпорт США був майже на 30% більше капіталомістким порівняно з експортом. Провідні економісти опинилися в скрутному положенні. Теорія Хекшера-Оліна здавалася дуже логічною, проте результати досліджень Леонт'єва були прямо протилежні очікуванім. Так виник *парадокс Леонт'єва (Leontief paradox)*.

Після Другої світової війни в процесі досліджень міжнародних ділових операцій основна увага приділялася ролі компаній у здійсненні міжнародною торгівлі (а не ролі країн, як це було властиво попереднім дослідженням). Серед причин, які сприяли розробці

теорій міжнародної торгівлі, заснованих на характеристиках окремих компаній можна виділити:

1) підвищення ролі багатонаціональних корпорацій в післявоєнній міжнародній економіці;

2) нездатність класичних теорій міжнародної торгівлі пояснити і передбачити існування і розвиток внутрішньогалузевої торгівлі між різними країнами (визначення якої представлено в наступному раз справі);

3) невдалі спроби Леонтєва та інших дослідників емпірично підтвердити теорію Хекшера-Оліна.

Теорія подібності країн. Класичні теорії міжнародної торгівлі застосовуються для аналізу міжгалузевої торгівлі між країнами. Міжгалузева торгівля (interindustry trade) - це обмін товарів, вироблених підприємствами однієї галузі промисловості в країні А, на товари, вироблені підприємствами іншої галузі в країні В (наприклад, обмін французького вина на японські будильники). У той же час міжнародна торгівля в значному ступені складається з внутрішньогалузевих торгових операцій. Усередині галузева торгівля (intraindustry trade) - це обмін товарами, що випускаються підприємствами однієї галузі промисловості, між різними країнами. Наприклад, Японія експортує автомобілі «Toyota» в Німеччину, а Німеччина, в свою чергу, експортує автомобілі марки «BMW» в Японію. На внутрігалузеву торгівлю припадає близько 40% світового обсягу торгівлі. У 1961 р. шведський економіст Стефан Ліндер (Steffan Linder) спробував пояснити феномен внутрішньогалузевої торгівлі. Ліндер висунув гіпотезу, що міжнародна торгівля промисловими товарами відбувається в результаті подібності споживчих переваг споживачів з різних країн, які знаходяться на одному і тому ж рівні економічного розвитку. Згідно теорії подібності країн (country similarity theory), сформульованої Стефаном Ліндертом, торгівля промисловими товарами повинна відбуватися, головним чином, між країнами з приблизно однаковим рівнем доходу на душу населення; крім того, внутрішньогалузева торгівля промисловими товарами стає загальноприйнятною формою міжнародної торгівлі.

Теорія подібності країн особливо корисна для вивчення процесу торгівлі диференційованими товарами, такими як автомобілі, вартісне електронне обладнання, а також продукти особистої гігієни. У процесі прийняття споживачами рішення щодо придбання товарів

цієї категорії велике значення має впізнання бренду і репутація продукту на ринку.

Теорія подібності країн або теорія перехресного попиту С. Ліндера (overlapping demand theory) пояснює причину великої і зростаючої частки обсягу торгівлі готовими виробами між промислово розвинутими країнами тим, що в цих країнах є схожі сегменти ринка (споживчі переваги) внаслідок близькості рівнів доходів населення, культурної схожості, історичних зв'язків тощо. На відміну від концепції Хекшера-Оліна, яка засновується на аналізі пропозиції товарів на світовому ринку, концепція С. Ліндера ґрунтується на аналізі попиту. Зокрема, С. Ліндер враховує фактор «смаки і переваги споживача» і стверджує, що вони значною мірою обумовлюються доходами людей, а отже, для окремо взятої країни середній дохід у розрахунку на душу населення зумовлює специфіковану для кожної країни структуру попиту. У свою чергу, унікальна структура попиту кореспондується зі структурою виробництва товарів і товарний асортимент у підсумку визначає експорт країни. Коли країни (кожна зі своєю специфікою внутрішнього споживання) вступають у відносини товарного обміну, то до його сфери потрапляють ті товари, які споживаються у обох країнах, тобто на які існує *перехресний попит* (overlapping demand).

Теорія життєвого циклу продукту була розроблена в сфері маркетингу для опису еволюції маркетингових стратегій. Теорія життєвого циклу продукту - це ще одна сучасна теорія міжнародної торгівлі (і, як буде показано нижче, міжнародних інвестицій). Розроблена в 60-і рр. професором Гарвардської школи бізнесу Реймондом Верноном (Raymond Vernon) теорія міжнародного життєвого циклу продукту дозволяє відстежити роль інновацій, розширення ринку збуту, порівняльну перевагу виробництва продукту, а також стратегічні дії конкурентів у процесі прийняття рішень щодо міжнародного виробництва, міжнародної торгівлі та міжнародного інвестування. Відповідно до теорії Вернона, міжнародний життєвий цикл продукту складається з трьох стадій: стадії освоєння нового продукту, стадії зрілості та стадії стандартизації продукту. На першій стадії життєвого циклу, або стадії освоєння нового продукту, в компанії відбувається розробка та впровадження нового виробу у відповідь на виникнення потреби в цьому продукті на вітчизняному ринку. На другій стадії життєвого циклу, стадії зрілості, у міру того як

все більша кількість споживачів починають усвідомлювати цінність продукту, відбувається різке підвищення рівня попиту. На третій стадії життєвого циклу, стадії стандартизації, настає стабілізація ринку збуту цього продукту. Новий продукт стає звичайним товаром, і у компаній з'являється нагальна необхідність максимально можливого зниження рівня витрат на його виробництво. Одним із способів скорочення витрат є перенесення виробництва на підприємства, розташовані в країнах з дешевою робочою силою. У результаті починається процес імпорту продукту на вітчизняний ринок компанії, яка на початковому етапі займалася його впровадженням.

Теорія глобальної стратегічної конкуренції.

У 80-і рр. економісти Пол Кругман (Paul Krugman) і Келвін Ланкастер (Kelvin Lancaster) розробили нові теоретичні принципи трактування закономірностей міжнародної торгівлі. Основною метою нової теорії був аналіз впливу глобальної стратегічної конкуренції між багатонаціональними компаніями на торговельні потоки. Відповідно до цієї теорії, компанії прагнуть до отримання стійких конкурентних переваг, які згодом можуть бути використані для забезпечення панівних позицій на світовому ринку. Як і підхід Ліндера, теорія глобальної стратегічної конкуренції робить висновок про неминучість загального розповсюдження внутрішньогалузевої торгівлі. З іншого боку, в цій теорії основну увагу зосереджено на аналізі стратегічних рішень, прийнятих компаніями в процесі конкурентної боротьби на міжнародному ринку. Такі компанії, як Caterpillar і Komatsu, Unilever і Procter & Gamble, Toyota і Ford, грають один з одним в нескінченні «кішки-мишки» на глобальній основі, прагнучі посилити свої власні переваги і нейтралізувати переваги конкурента. У розпорядженні компаній, що беруть участь у конкурентній боротьбі на міжнародному ринку, є низка способів отримання стійких конкурентних переваг, а саме:

- наявність у компанії прав на інтелектуальну власність;
- інвестиції у науково-дослідницькі і дослідно-конструкторські роботи;
- отримання економії від масштабу або від диверсифікації діяльності;
- використання можливостей, що забезпечується кривою можливостей.

Теорія конкурентних переваг країн (*theory of national competitive advantage*), розроблена професором Гарвардської школи бізнесу Майклом Портером (Michael Porter) - це найсучасніша теорія міжнародної торгівлі. На думку Майкла Портера, успіх у міжнародній торгівлі забезпечується взаємодією чотирьох елементів, характерних для конкретної країни і для конкретної компанії: Наявність факторів виробництва; рівень споживчого попиту; суміжні й допоміжні галузі; стратегія компанії, її організаційна структура і рівень конкуренції.

Детермінанти національної конкурентоспроможності - це комплексна система, що постійно розвивається. Майкл Портер назвав цю систему «ромбом» (в оригіналі — алмаз, діамант). Кожен детермінант у цій системі впливає на всі інші (рис.2.1.).

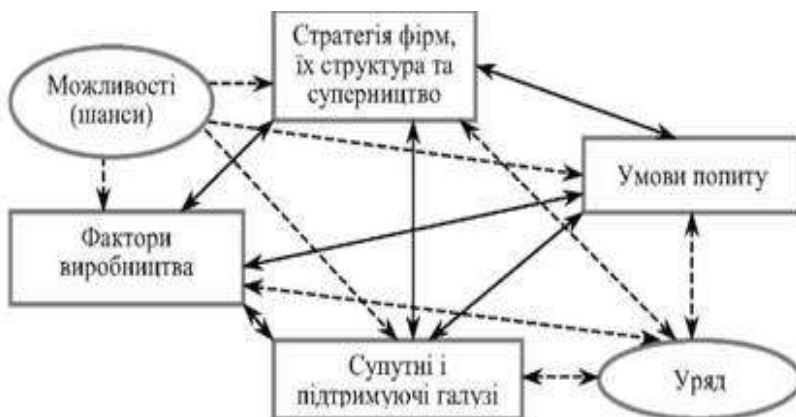


Рис. 2.1. – «Даймонд»-модель М. Портера

Теорія Портера - це змішана теорія, що поєднує в собі елементи класичних теорій, в яких основна увага приділяється сукупним факторам виробництва країни, і елементи сучасних теорій, орієнтованих на діяльність окремих компаній.

Відмінності у перевагах споживачів пояснюють торгівлю між подібними країнами.

Наукова ідея Т. Рибчинського представлена, як обґрунтована ним теорема на основі аналізу зовнішньоторговельної моделі загальної рівноваги. Зміст *теорему Рибчинського* (Rybczynski theorem) полягає у тому, що збільшення одного фактора виробництва (наприклад, капіталу) повинно зумовити абсолютне розширення виробництва того товару, випуск якого пов'язаний з відносно інтенсивнішим використанням саме цього фактора (порівняно з іншим, наприклад, працею) і до скорочення виробництва іншого товару, випуск якого засновується на посиленому використанні іншого фактора (тобто праці). Т. Рибчинський, досліджуючи результати впливу зовнішньої торгівлі на розвиток внутрішнього ринку і формування його структури, висловив думку, що за незмінності цін на товари і фактори виробництва, збільшення одного виду виробництва завдяки успішному експорту зумовить скорочення випуску і частку інших галузей. Така ситуація найбільш показова для малих країн – Голландії (так звана голландська хвороба), Великої Британії, Норвегії та інших країн, в яких унаслідок інтенсивної розробки родовищ корисних копалин відбулось прискорене перетікання ресурсів із галузі в галузь. Теорема Т. Рибчинського заклала основу теорії деіндустріалізації, у рамках якої досліджується ефект руйнівного економічного зростання.

Теорія митного союзу (theory of Customs Union) є найбільш розвиненим у сучасній науковій літературі спрямуванням досліджень інтеграційних процесів. Митний союз є одним з п'яти етапів інтеграції. Згідно з критерієм ускладнення організаційної форми об'єднання місце митного союзу визначається так: преференційні угоди, зони вільної торгівлі, митний союз, спільний ринок, економічний союз. Одним із засновників теорії митного союзу є Дж. Вінер, який визначив два ефекти – *ефект розширення торгівлі* (trade creation) та *ефект згортання торгівлі* (trade diversion).

1.3. Етапи розвитку міжнародної торгівлі.

Найбільш поширеною є періодизація міжнародної торгівлі у контексті розвитку світових процесів, у тому числі міжнародної торгівлі за основними подіями в світі. Відповідно до цього можна виділити такі етапи розвитку міжнародної торгівлі:

- I. Початковий (з XVIII ст. до першої половини XIX ст.);
- II. Друга половина XIX ст. – початок I світової війни (1914 р.);
- III. Період між двома світовими війнами (1918—1939 рр.);

IV. Повоєнний (50 - 60-ті роки);

V. Сучасний (від початку 70-х р.).

Сучасний етап розвитку міжнародної торгівлі вже нині можна поділити на два періоди:

- конкуренції двох світових систем — капіталістичної та соціалістичної систем господарства (до початку 90-х років);

- глобалізації світової економіки (від початку 90-х років).

Кожен із зазначених вище п'яти етапів розвитку міжнародної торгівлі характеризується певними середовищними чинниками розвитку; особливостями, що віддзеркалюють рівень інтернаціоналізації виробництва та роль міжнародної торгівлі в розвитку національних господарств; пріоритетними методами регулювання зовнішньої торгівлі більшості країн світу (табл. 1.1).

Таблиця 1.1.

Етапи розвитку міжнародної торгівлі

<i>Чинники зовнішнього середовища</i>	<i>Особливості торговельних процесів</i>	<i>Регулювання</i>
<i>I етап. Початковий (з XVIII ст. до першої половини XIX ст.)</i>		
-промислові революції; - залучення нових регіонів Земної кулі до міжнародного товарообміну; - прогрес у розвитку транспортної мережі світу; - революція в засобах зв'язку	- вивіз товарів на світовому ринку; - випередження темпів зростання світового товарообігу зростанням промислового виробництва	- перевага політики протекціонізму - зародження політики фритредерства
<i>II етап. Друга половина XIX ст. – початок I світової війни (1914 р.)</i>		
- НТП у виробництві товарів; - розвиток транспортних шляхів та	- вивіз капіталу - швидке зростання товарообігу - зміна співвідношення	- посилення протекціоністських тенденцій - перехід від захисного до

поліпшення якісних характеристик транспортних засобів; - розвиток монополістичного виробництва	сил на світовому ринку (зменшення впливу Англії та Франції); - концентрація торговельних зв'язків між найрозвинутішими державами	наступного протекціонізму
<i>II етап. Період між двома світовими війнами (1918 - 1939 роки)</i>		
- наслідки I світової війни (економічні та політичні) - економічні кризи (1920-1921рр., 1929- 1933рр.); -початок формування двох світових систем господарства.	- тривале та глибоке Порушення торгівельних зв'язків; - різкі коливання обсягів товарообігу -переважно сировинна структура експорту та імпорту.	- посилення митного Протекціонізму; - крах міжнародної валютної системи та виникнення валютних блоків.
<i>IV етап. Повоєнний (50 - 60-ті роки)</i>		
- посилення двох світових систем господарства; - розпад світової колоніальної системи - формування регіональних інтеграційних угруповань; - поява глобальних міжнародних організацій.	- збільшення темпів росту світового товарообігу; -зрушення в товарній структурі експорту; -послаблення позицій країн, що розвиваються; - посилення позицій Японії, ФРН, Італії, Канади; - зменшення питомої ваги США, Великої Британії та Франції в світовому Експорті.	- перехід до політики лібералізації зовнішньоторговель- них зв'язків; - реалізація комплексу митно- тарифних заходів під егідою ГАТТ.

<i>V етап. Сучасний (від початку 70-х р.)</i>		
<ul style="list-style-type: none"> - посилення міжнародної конкуренції; -зміцнення існуючих та поява нових інтеграційних угруповань; - індустріалізація в більшості країн, що розвиваються; - проблема заборгованості країн, що розвиваються; - розпад світової соціалістичної системи господарства. 	<ul style="list-style-type: none"> - різке зростання обсягів торгівлі; - підвищення ролі зовнішньої торгівлі в економічному розвитку країн; - значні коливання рівня світових цін; - зрушення в товарній структурі експорту (послуги, промислові товари); - поширення усталених і довго-строківих відносин; - збільшення частки внутрішньфірмових поставок у світовій торгівлі; - підвищення ролі країн, що розвиваються; -посилення конкуренції між країнами Тріади; -активізація зустрічної торгівлі 	<ul style="list-style-type: none"> - перехід від тарифного до нетарифного регулювання; - неопротекціонізм; - стимулювання експортного виробництва; - поява тенденції створення замкнених економічних блоків.

1.4. Система показників розвитку міжнародної торгівлі.

Сукупність показників розвитку міжнародної торгівлі можна поділити на сім груп: об'ємні (абсолютні) показники, результуючі, структурні, інтенсивності, ефективності, динаміки та зіставлення.

Деякі показники, наприклад, індекс «концентрації» експорту та індекс «диверсифікації» експорту використовуються тільки в міжнародних зіставленнях, інші - для оцінки розвитку як зовнішньої торгівлі, так і міжнародної торгівлі в цілому (обсяг експорту, імпорту, товарна та регіональна структури торгівлі тощо). Велика кількість показників може бути використана для оцінювання та аналізу розвитку зовнішньої торгівлі фірми.

Основою системи показників розвитку міжнародної торгівлі є група об'ємних індикаторів, до складу якої входять експорт, реекспорт, імпорт, реімпорт, зовнішньоторговельний обіг, «генеральна» торгівля, «спеціальна» торгівля та фізичний обсяг торгівлі.

1. Об'ємні (абсолютні) показники.

1.1. Експорт (від лат. *exportare* — вивозити) - вивіз товарів, робіт, послуг, результатів інтелектуальної діяльності, в тому числі виключних прав на них, з митної території країни за кордон без зобов'язання їх зворотного ввозу. Факт експорту фіксується в момент перетинання товаром митного кордону, надання послуг та прав на результати інтелектуальної діяльності. Як експорт може зараховуватися продаж товарів та послуг іноземним особам, фірмам, організаціям і спільним підприємствам, без вивозу їх за кордон.

Обсяги вивозу товарів, робіт, послуг та результатів інтелектуальної діяльності характеризує показник «експорт», який розраховується у вартісних одиницях за певний період часу, як правило — рік. експорт може вимірюватися й натуральними одиницями, коли йдеться про однорідні, порівнянні товари (вугілля, нафта, газ тощо).

1.2. Імпорт (від лат. *importare* — ввозити) — ввезення товарів, робіт, послуг, результатів інтелектуальної діяльності, в тому числі виключних прав на них, на митну територію країни з-за кордону без зобов'язання про зворотній вивіз. Цей процес характеризує показник «імпорт», який розраховується у вартісних одиницях за певний період часу, найчастіше за рік. Обсяги імпорту однорідних, порівнянних товарів можуть розраховуватися в кількісних одиницях (цукор, пшениця, цемент тощо).

Статистична комісія ООН рекомендує для обліку країн-контрагентів користуватися методом «країна виробництва — країна споживання», а якщо це не можливо, то методом «відвантаження-поставка». Ця концепція ґрунтується на тому, що абсолютна більшість

вантажів у міжнародній торгівлі відвантажується з тих країн, де вони виробляються, в ті, де вони споживатимуться.

1.3. Зовнішньоторговельний обіг - сума вартості експорту та імпорту країни, або груп країн за певний період часу: рік, квартал, місяць. Зовнішньоторговельний обіг показує загальні обсяги зовнішньоторговельної діяльності, тобто як експорту, так і імпорту разом:

$$ЗТО = E + I, \text{ де}$$

ЗТО - зовнішньоторговельний обіг;

E - обсяг експорту (у вартісних одиницях); I - обсяг імпорту (у вартісних одиницях).

Світовий товарообіг являє сума вартості експорту та імпорту всіх країн світу (вартість усіх товарів, що перетинають державні кордони). Вартість світового експорту завжди менша (приблизно на 3 - 6%) вартості імпорту на суму фрахту на страхування внаслідок того, що майже всі країни оцінюють експорт за цінами ФОБ, а імпорт більшість країн визначає за цінами СІФ (РОР < СІР).

1.4. Генеральна (загальна) торгівля — прийняте в міжнародній статистиці позначення зовнішньоторговельного обігу з урахуванням вартості транзитних товарів; показує загальне зовнішньоторговельне «навантаження» на країну, включаючи обсяги ввозу, вивозу та транзиту товарів:

$$ГТ = E + I + T, \text{ де}$$

ГТ — показник генеральної (загальної) торгівлі;

E — вартість експорту;

I — вартість імпорту;

T — вартість транзитних товарів, перевезених територією країни.

В міжнародній торгівлі транзит умовно поділяють на два види: прямий та опосередкований.

Прямий транзит - це провезення товарів однієї країни до іншої через територію третьої без складування. Товари прямого транзиту в підсумки зовнішньої торгівлі не включаються, але обліковуються :за видами транспортних засобів; за кількістю перевезеного вантажу; за країнами відправлення та призначення.

Опосередкований транзит - це провезення товарів однієї країни до іншої через територію третьої з розміщенням їх на митних складах. Він враховується як реекспорт та включається в загальний імпорт та експорт.

1.5 Спеціальна торгівля — експорт та імпорт обумовлені існуванням двох систем обліку товарів у статистиці зовнішньої торгівлі:

- спеціальної системи обліку для деяких видів товарів;
- загальної системи, що застосовується до всіх товарів. Спеціальний експорт включає: національний експорт; вивіз товарів після переробки під митним контролем; націоналізовані товари.

Загальний експорт складається зі спеціального експорту та реекспорту. Спеціальний імпорт включає: товари, ввезені для внутрішнього споживання чи переробки; товари, ввезені для переробки під митним контролем; товари, ввезені для переробки на приписних митних складах. Загальний імпорт складається зі спеціального імпорту та вартості товарів, що перебувають на приписних складах.

1.6. Фізичний обсяг зовнішньої торгівлі — оцінка експорту чи імпорту товарів у незмінних цінах одного періоду (як правило — року) для отримання інформації щодо руху товарної маси, усунувши вплив коливання цін.

Індекс фізичного обсягу розраховується за формулою:

$$I_{ф.о.} = \frac{q_{10}}{q_{10}}$$

де I ф.о. – індекс фізичного обсягу;

P0 – ціна товару в базисному періоді;

q1 – кількість товару в період, що вивчається; q0 – кількість товару в базисному періоді.

2. *Результуючі показники*, до яких належать сальдо торговельного балансу, сальдо балансу послуг, сальдо балансу поточних операцій, індекси стану платіжного балансу, індекс «умови торгівлі», індекс «концентрації» експорту, коефіцієнт імпортової залежності країни, в сукупності характеризують стан зовнішньої

торгівлі за критерієм збалансованості експорту та імпорту, ефективності та місця країни в світовій торгівлі.

Міжнародні відносини (економічні, гуманітарні, політичні, культурні тощо) знаходять своє віддзеркалення в балансах міжнародних розрахунків. Баланси міжнародних розрахунків – це співвідношення грошових вимог та зобов'язань, надходжень та платежів однієї країни по відношенню до інших країн. До системи балансів міжнародних розрахунків входять: розрахунковий баланс; баланс міжнародної заборгованості; платіжний баланс.

Розрахунковий баланс - це співвідношення вимог та зобов'язань даної країни по відношенню до інших країн на певну дату незалежно від термінів надходження платежів. Вимоги та зобов'язання виникають внаслідок участі в міжнародній торгівлі (експорті ті імпорту товарів і послуг), міжнародній міграції капіталу (наданні та отриманні позик і кредитів), міжнародній міграції робочої сили. Розрахунковий баланс за певний період характеризує лише динаміку вимог та зобов'язань однієї країни по відношенню до інших, але не може використовуватися для оцінки результативності, збалансованості міжнародних економічних, у тому числі торговельних відносин. Цю функцію виконує платіжний баланс.

У системі балансів міжнародних розрахунків основне місце належить платіжному балансу, дані якого кількісно і якісно характеризують масштаби, структуру та характер зовнішньоекономічних зв'язок в країні.

Платіжний баланс — це співвідношення суми платежів, здійснених даною країною за кордоном, та надходжень, отриманих нею з-за кордону, за певний період часу (рік, квартал, місяць). Крім того, платіжний баланс фіксується на певну дату (день) для відслідковування стану та співвідношення платежів та надходженні. За методологією Міжнародного валютного фонду платіжний баланс — це систематичний перелік усіх економічних операцій, що були здійснені за певний відрізок часу між резидентами даної країни та нерезидентами (резидентами всіх інших країн світу).

2.1. Сальдо (від італ. saldo - розрахунок, залишок) — різниця між грошовими надходженнями і витратами за певний проміжок часу.

2.1.1. Сальдо торговельного балансу:

$$Ст = Et - It, \text{ де}$$

Ст — сальдо торговельного балансу;

Ет — вартість товарного експорту;

Іт — вартість товарного імпорту.

Якщо експорт (надходження) перевищує імпорт (платежі), то сальдо додатне, а торговельний баланс активний. Якщо ж експорт (надходження) менший за імпорт (платежі), то сальдо від'ємне, а торговельний баланс пасивний. Рівність експорту та імпорту означає нульове сальдо балансу, а сам баланс у таких випадках називається чистим, чи нетто-балансом.

2.1.2. та 2.1.3. Аналогічно розраховуються й інші показники:

$$Сп = Еп - Іп, \text{ де}$$

Сп — сальдо балансу послуг;

Еп — вартість експорту послуг;

Іп — вартість імпорту послуг.

$$Спо = Епо - Іпо, \text{ де}$$

Спо — сальдо балансу поточних операцій;

Епо — надходження по статтях балансу поточних операцій;

Іпо — платежі по статтях балансу поточних операцій.

Сальдо, розраховані за даними статей балансу поточних операцій, показують результат зовнішньоторговельних операцій (перевищення експорту або імпорту) та абсолютний розмір різниці між експортом та імпортом.

2.2. Абсолютні розміри сальдо торговельного балансу, балансу послуг або балансу з поточних операцій дають можливість лише ранжувати країни за цим показником. Зіставляти ж розміри сальдо по країнах некоректно через те, що країни мають різні економічні та експортні потенціали.

2.3. Індекс «умови торгівлі» — відношення експортних цін країни до її імпортних цін. Якщо розглядати випадок, коли країна експортує та імпортує один товар, то умови торгівлі показують, яку кількість товару А отримує країна за кожну одиницю проданого товару В.

2.4. Індекс «концентрації експорту» (індекс Хіршмана) застосовується у світових зіставленнях і показує, наскільки широкий спектр товарів експортує країна.

2.5. Коефіцієнт імпортової залежності країни — відношення обсягу імпорту певного товару до обсягу його споживання в країні. Імпортовою залежністю можна охарактеризувати як залежність країни від зовнішнього ринку в яких-небудь товарах або їх групах, внаслідок відсутності в країні необхідних для виробництва потужностей, сировини, кваліфікованих кадрів, або за умов економічного та політичного характеру.

2.6. Індекс «чистої торгівлі» - показує по кожному з товарів (або товарній групі) рівень перевищення експорту над імпортом (за позитивного значення індексу) або рівень перевищення імпортом експорту (при від'ємному значенні індексу):

3. *Структурні показники* розвитку міжнародної торгівлі характеризують експортні та імпорتنі товарні потоки за такими ознаками, як товарний склад і регіональна спрямованість.

3.1. Товарна структура експорту країни - структурований за певними ознаками обсяг товарного експорту країни за певний період — як правило, рік. Вона показує експортну спеціалізацію країни та питому вагу кожної товарної позиції в експорті.

Товарна структура імпорту країни - структурований за певними ознаками обсяг товарного імпорту країни за певний період - як правило, рік. Вона показує імпортовою залежність країни від окремих товарів та товарних груп, а також питому вагу кожної товарної позиції в імпорті. В більшості країн світу товарна структура імпорту також складається за основними його статтями.

Товарна структура експорту групи країн являє собою розподілений за певними ознаками загальний обсяг товарного експорту цих країн за рік. Вона показує експортну спеціалізацію цієї групи країн та використовується в міжнародних зіставленнях. Міжнародні економічні організації в міжнародних зіставленнях розподіляють товарний експорт та імпорт за такими позиціями:

- продовольчі та сировинні товари, паливо, в тому числі: продовольство; промислова сировина; паливо.
- готові вироби та напівфабрикати, в тому числі: хімічні продукти; машини, обладнання та транспортні засоби; інші готові вироби; інші товари.

Товарна структура імпорту групи країн - це розподілений за певними ознаками загальний обсяг товарного імпорту цих країн за рік;

показує імпорту залежність цієї групи країн та використовується в міжнародних зіставленнях.

Товарна структура світового експорту показує його розподіл за основними товарними групами та демонструє пріоритетність попиту (пропозиції) на окремі групи.

3.2 Індекс диверсифікації експорту - це індекс відхилення товарної структури експорту країни від структури світового експорту. Використовується, як правило, для визначення відмінностей у структурі зовнішньої торгівлі країн, експорт яких є достатньо різномісним. Розраховується на базі абсолютного відхилення частки того чи іншого товару в експорті країни від його частки в світовому експорті.

3.3. Регіональні (географічні) структури експорту та імпорту характеризують розподіл товарних потоків (в обох напрямках) за місцями (країнами, регіонами) призначення чи походження і поділяються на структури експорту та імпорту країни, структури експорту та імпорту товару (або товарної групи), а також на зовнішню та внутрішню структури.

Зовнішня регіональна структура експорту країни - розподіл національного експорту по країнах або регіонах призначення. Вона демонструє регіональну спеціалізацію експорту країни та виділяє основні ринки збуту товарів і послуг за кордоном .

Внутрішня регіональна структура експорту країни - розподіл національного експорту по регіонах (адміністративних одиницях) його походження всередині країни. Вона показує питому вагу кожного регіону (області, землі, штату, провінції тощо) в загальному експорті країни і характеризує участь регіону в зовнішньоторговельній діяльності.

Зовнішня регіональна структура експорту товару - розподіл національного експорту конкретного товару (нафти, газу, деревини тощо) по країнах (регіонах) споживання. На її основі визначаються основні країни-партнери та рівень охоплення світового ринку конкретного товару.

Внутрішня регіональна структура експорту товару - розподіл національного експорту конкретного товару по регіонах (адміністративних одиницях) його формування в середині країни-експортера.

Регіональна структура експорту групи країн - розподіл загального обсягу експорту країн даної групи за регіонами (країнами) призначення.

Регіональна структура експорту товару групою країн показує розподіл загального обсягу експорту певного товару (мінеральних добрив, вугілля, транспортних засобів тощо) за країнами (регіонами) споживання.

Регіональна структура світового експорту показує питому вагу кожної країни (або регіону) в світовому експорті, визначаючи основних світових експортерів. Формується за принципом походження експорту, а не за принципом його призначення як у зовнішній регіональній структурі експорту країни.

Регіональна структура світового експорту певного товару показує частку країн-експортерів товару в світовому обсязі його експорту та визначає основних експортерів даного товару на світовому ринку.

Зовнішня регіональна структура імпорту країни - розподіл обсягу імпорту за країнами його походження.

Внутрішня регіональна структура імпорту країни - розподіл обсягу національного імпорту за регіонами (адміністративними одиницями) його споживання (використання).

Зовнішня регіональна структура імпорту певного товару - розподіл країн-постачальників певного товару за їх питомою вагою в формуванні загального обсягу імпорту даного товару.

Регіональна структура імпорту групи країн - розподіл загального обсягу імпорту країн даної групи за регіонами (країнами).

Регіональна структура імпорту товару групою країн показує розподіл загального обсягу імпорту певного товару за країнами (регіонами) походження.

Внутрішня регіональна структура імпорту певного товару показує питому вагу регіонів (адміністративним одиниць) всередині країни в споживанні (використанні) певного імпорту товару.

Регіональна структура світового імпорту показує питому вагу кожної країни (або регіону) в світовому імпорті. На її основі визначаються найбільші світові імпортери.

Регіональна структура світового імпорту товару - показує частку країн-імпортерів товару в світовому обсязі його імпорту та визначає основних споживачів даного товару на світовому ринку.

3.4. Індекс географічної концентрації експорту (або імпорту) товару характеризує стан світового ринку конкретного товару за такими ознаками, як кількість експортерів (імпортерів) та питома вага основного експортера (імпортера). Цей індекс, відомий в економічній літературі як «індекс Херфиндаля-Хіршмана», є тим вищий, чим менша загальна кількість експортерів (імпортерів) та чим вищою є питома вага основного експортера (імпортера).

$$HNI = S_1^2 + s_2^2 + s_3^2 + \dots + S_N^2$$

Індекс географічної концентрації експорту (імпорту) розраховується за формулою:

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

S_k — індекс географічної концентрації експорту (імпорту) товару k ;
 x_i^k — обсяг експорту (імпорту) товару "k" країною «i»;
 X^k — світовий експорт (імпорт) товару "k"
 n - кількість країн-експортерів (або імпортерів)

4. Показники інтенсивності міжнародної торгівлі. В світовій практиці для вимірювання зовнішньоторговельної інтенсивності країн використовуються два типи показників: обсяг зовнішньої торгівлі (або експорту, або імпорту окремо) на душу населення країни та відношення експорту (або імпорту, або зовнішньоторговельного обігу окремо) до валового внутрішнього продукту (ВВП) країни

4.1. Обсяг експорту, імпорту або зовнішньоторговельного обігу на душу населення

4.2. 1. Експортна квота

У міжнародних зіставленнях експортна квота використовується не тільки для характеристики рівня інтенсивності зовнішньої торгівлі країни, а й з метою оцінки рівня відкритості національного господарства, участі в міжнародному розподілі праці. Вони розраховуються за формулою:

$$K_e = E / \text{ВВП} * 100\%, \text{ де}$$

Е- річний обсяг експорту країни;

ВВП - валовий внутрішній продукт країни за аналогічний період.

4.2.2. Імпортна квота як частка імпорту в валовому внутрішньому продукті країни характеризує також рівень залежності країни від імпорту товарів та послуг. Вона розраховується за формулою:

$$K_i = I / \text{ВВП} * 100\%, \text{ де}$$

I - річний обсяг імпорту країни;

ВВП - валовий внутрішній продукт країни за аналогічний період.

4.2.3. Зовнішньоторговельна квота:

$$ЗТК = E + I / \text{ВВП} * 100\%, \text{ де}$$

Е, I - річний обсяг, відповідно, експорту та імпорту країни;

ВВП - валовий внутрішній продукт країни за аналогічний період

На практиці жоден із зазначених показників не має самостійного значення для оцінки рівня інтенсивності торгівлі країн. Водночас, між рівнем зовнішньоторговельної інтенсивності країн та рівнем їх економічного розвитку існує тісний зв'язок.

Інтенсивність і рівень внутрішньогалузевого обміну в міжнародній торгівлі. Внутрішньогалузева торгівля віддзеркалює паралельний експорт та імпорт виробів однієї й тієї самої галузі даної країни (або групи країн) за певний період часу (частіше за рік). Є такі види внутрішньогалузевого обміну:

- обмін диференційованими виробами, в тому числі:

а) виробами, що задовольняють однакові або схожі потреби, але потребують різних факторів виробництва (наприклад, вовняними тканинами);

б) виробами, що потребують однакових факторів виробництва, але задовольняють різні потреби (наприклад, бензином та парафіном);

в) виробами, що диференціюються за якістю, стилем, дизайном тощо (наприклад, різними марками автомобілів);

- обмін деталями, вузлами, напівфабрикатами, які, беручи участь у створенні одного й того самого кінцевого продукту, належать до однієї галузі;

- обмін функціонально однорідними виробами, який здійснюється в таких специфічних умовах, як:

а) реекспорт, тобто імпорт товару з метою його подальшого експорту (з безмитних зон, після відповідної доробки тощо);

б) прикордонна торгівля (наприклад, товари, для перевезення яких притаманні високі витрати по відношенню до ціни самого виробу);

в) експорт та імпорт субститутів (товарів-замінників) у різні сезони (особливо стосується сільгосппродуктів).

Показники внутрішньогалузевої торгівлі розраховуються за методикою Грубея - Мойда.

5. *Показники економічної ефективності експорту та імпорту.* Розрахунок економічної ефективності здійснюється шляхом зіставлення досягнутого економічного результату (ефекту) з витратами ресурсів на отримання цього ефекту. Економічні результати і витрати ресурсів мають кількісний вимір, а тому й економічна ефективність може вимірюватися кількісно. Кожному рівню оцінки відповідає свій вид економічних інтересів та свій критерій ефективності.

Так, на макроекономічному (народногосподарському) рівні під економічною ефективністю зовнішньої торгівлі розуміють ступінь економії національної праці, що досягається країною внаслідок її участі в міжнародному розподілі праці та зовнішньоторговельному обміні.

Критерієм економічної ефективності при цьому є економія національної праці, як додаткове джерело зростання валового внутрішнього продукту та інших економічних та соціальних макропоказників.

А на рівні підприємств та інших господарських суб'єктів під економічною ефективністю зовнішньоторговельних операцій розуміють ступінь збільшення доходу від цих операцій. Критерієм економічної ефективності тут є прибуток як основна міра ефективності.

Макроекономічний показник ефективності зовнішньоторговельного обігу розраховується за формулою:

$$E_{\text{то}} = V_1 / V_e, \text{ де}$$

Ето — ефективність зовнішньоторговельного обігу;
ВІ — економія витрат у результаті імпорту;
Ве — національні витрати на експорт.

Для національної економіки в цілому важливо, щоб національні витрати на експорт (ВЕ) були меншими за розмір економії витрат у результаті імпорту (ВІ). ТІЛЬКИ В цьому випадку країна заощаджує національну працю, беручи участь у міжнародному товарообміні.

Макроекономічний показник ефективності експорту розраховується за формулою:

$$E_e = V_e / V_e, \text{ де}$$

E_e — ефективність національного експорту;
 V_e — валютна виручка від експорту товарів та послуг;
 V_e — національні витрати на експорт.

Макроекономічний показник ефективності імпорту розраховується за формулою:

$$E_i = V_i / V_i, \text{ де}$$

E_i — ефективність національного імпорту;
 V_i — економія витрат у результаті імпорту;
 V_i — валютні виграхи на імпорт.

Показники ефективності зовнішньоторговельної операції доцільно розрахувати перед укладанням зовнішньоторговельних угод, при плануванні зовнішньоторговельної діяльності, а також з метою оцінки ефективності експортно-імпортних операцій за попередній період. Слід зазначити, що гіперболізація значення цих показників для прийняття рішень у міжнародній торгівлі може спричинити конфлікт між реальними діями та маркетинговими цілями. Проникнення на нові закордонні ринки не завжди супроводжується високими показниками економічної ефективності, а орієнтація тільки на них може спонукати до завчасного виходу з ринку, або припинення експортування поки що нерентабельної продукції.

6. *Показники динаміки розвитку міжнародної торгівлі* — це будь-який з розглянутих вище показників, зміни якого (темпи зростання, темпи приросту) досліджуються за певний період часу (20, 10, 5 років, рік — по місяцях, тощо).

7. *Показники зіставлення* - це будь-який з розглянутих вище показників, зіставлений з аналогічним показником іншої країни (регіону, світу в цілому).

1.5. Особливості розвитку сучасної міжнародної торгівлі.

Включення України в якості рівноправного суб'єкта в світове господарство залишається наразі одним з головних її завдань.

Україна має зовнішньоекономічні відносини з багатьма країнами світу і постійно розвиває їх. Так, згідно з даними СОТ в 2015 р. на Україну припадало 0,23% всього світового експорту товарів і 0,22% імпорту. У світовому експорті послуг Україні належить всього 0,26% і в імпорті – лише 0,21% . За період 2007-2016 рр. у товарній структурі експорту й імпорту відбулися істотні зміни. Якщо протягом 2007-2012 рр. у товарній структурі експорту домінували чорні й кольорові метали та вироби з них, то вже з 2013 р. спостерігалось зростання обсягів експорту продовольчих товарів і сировини для їх виробництва (у 2016 45,4% загального обсягу).

У структурі імпорту переважали машини, устаткування, транспортні засоби та прилади (в 2016 р. 25,5% від загального обсягу імпорту); продукція хімічної та пов'язаних з нею галузей (20,4%); мінеральні продукти (19,9%); продовольчі товари та сировина для їх виробництва (9,5%) [2]. Велика частка українського експорту послуг в 2016р. припадала на транспортні послуги (54,7%), у т. ч. трубопровідний транспорт; комп'ютерні й інформаційні послуги (16,3%); послуги з переробки матеріальних ресурсів (11,6%); ділові послуги (7,9%).

У загальному обсязі імпорту послуг переважали транспортні послуги (у 2015 році –20,9%); державні та урядові послуги (19,1%); послуги, пов'язані з фінансовою діяльністю (15,8%); ділові послуги (13,0%) [2].

У структурі експорту товарів основною країною -партнером, як в 2016р, так і в цілому впродовж 2007-2016рр. залишається Російська Федерація, на яку припадає 9,9% від усього обсягу експорту товарів. На другому місці –Єгипет (6,2%), на третьому –Туреччина (5,6%). Далі йдуть Індія (5,2%), Китай (5,0%), Білорусь (2,5%). Третина експортованих товарів припадає саме на ці 6 країн.

Основними країнами-імпортерами товарів у2016 р. були Російська Федерація (12,0%), Китай(11,6%), Білорусь (7,0%),

Сполучені Штати (5,1%), Туреччина (3,1%). На ці країни припадає 40% імпорتنих українських товарів. Основними країнами - експортерами послуг у 2015р. були Росія (31,2%), Швейцарія (7,9%), США (6,8%), Велика Британія (5,7%), Німеччина (4,6%); в той час коли імпортерами послуг – Велика Британія (13,0%), Російська Федерація (11,8%), Німеччина (9,7%), США (8,8%), Кіпр (5,2%) [2].

Слід відзначити, що на сучасному етапі відбувається процес трансформації української зовнішньої торгівлі. Сучасний її етап розпочався фактично ще в другій половині 2013 р., а саме напередодні укладання «Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом». Обсяг експорту до країн Європейського Союзу коливається з 2014 р. Причому аналогічна ситуація відбувається і з обсягом імпорту до країн ЄС.

Розпочата у 2014р. гібридна війна Росії проти України і пряма агресія Росії в Криму і на Донбасі стали найпотужнішими чинниками трансформації українсько-російської торгівлі з часів розпаду СРСР. Односторонні обмеження з боку Росії на імпорту українських товарів, як і взаємні обмеження спонукали українські підприємства до пошуку ринків збуту, альтернативних російському, а почасти – і джерел постачання цілого ряду товарів [5].

Аналіз закономірностей розвитку зовнішньої торгівлі товарами України та чинників, що їх спонукали, дає змогу визначити основні перспективи її подальшого розвитку. Скоріше, у подальшому не відбудеться суттєвих змін у структурі національного експорту. Для пожвавлення експорту товарів і продукції вітчизняних підприємств «велике значення матиме поліпшення якості товарів шляхом технологічної модернізації металургійних підприємств та відновлення попиту на метали на світових ринках» [3].

У структурі імпорту також не очікується суттєвих змін. Залежність від імпорту енергоносіїв буде стимулювати ріст імпорту випереджаючими темпами порівняно з розвитком експорту.

Таким чином, розвиток зовнішньої торгівлі України в найближчій перспективі залежить від виваженої політики уряду щодо стимулювання власного виробництва, зниження кризових явищ, подолання безробіття, сприяння зміцненню національної валюти.



Тема 2. Форми міжнародної торгівлі

- 2.1. Систематизація форм міжнародної торгівлі.
- 2.2. Форми міжнародної торгівлі за специфікою регулювання.
- 2.3. Форми міжнародної торгівлі за специфікою взаємодії суб'єктів.
- 2.4. Форми міжнародної торгівлі за специфікою предмета торгівлі

Основні поняття теми: форми міжнародної торгівлі; традиційна, компенсаційна (зустрічна) та торгівля за кооперацією, оренда (лізинг); торгівля сировинними товарами; торгівля промисловими товарами, машинами та обладнанням; торгівля продукцією інтелектуальної власності; патентна чистота; ноу-хау; ліцензія; патент; інжиніринг; роялті; паушальний платіж; звичайна торгівля; торгівля за режимом найбільшого сприяння; консалтинг; преференційна торгівля; дискримінаційна торгівля.

2.1. Систематизація форм міжнародної торгівлі.

Форми міжнародної торгівлі доцільно виділити за такими класифікаційними критеріями:

- регулювання торговельно-економічних відносин між країнами (групами країн);
- специфіка торговельно-економічної взаємодії суб'єктів торгівлі — експортерів та імпортерів;
- особливості предмета торгівлі

В основу систематизації форм міжнародної торгівлі за критерієм специфіки регулювання покладено наявність відповідних міждержавних та багатосторонніх угод, які визначають тип режиму торговельних стосунків даної країни з кожною окремою країною-партнером. За цим критерієм виділяється звичайна торгівля, торгівля в режимі найбільшого сприяння, преференційна, прикордонна та дискримінаційна торгівля.

З погляду глибини відносин, економічної взаємозалежності та прав і обов'язків сторін, що виникають при цьому, виділяються такі форми міжнародної торгівлі, як традиційна, компенсаційна (зустрічна) та торгівля за кооперацією. Таким чином, критерієм виділення цих форм є специфіка взаємодії суб'єктів торгівлі.

За критерієм особливостей предмета торгівлі виділяються такі форми торгівлі:

- торгівля сировинними товарами;
- торгівля промисловими товарами, машинами та обладнанням;
- торгівля продукцією інтелектуальної праці;
- торгівля послугами.

Форми міжнародної торгівлі за специфікою регулювання є віддзеркаленням державно-політичного підходу уряду певної країни до торговельно-економічних відносин з іншими країнами, а форми торгівлі за специфікою взаємодії торговельних партнерів є відображенням операційного аспекту міжнародної торгівлі.

2.2. Форми міжнародної торгівлі за специфікою регулювання

Звичайна торгівля не передбачає надання однією державою іншій на взаємній основі або в односторонньому порядку будь-яких пільг у торговельному режимі. Такі країни у взаємній торгівлі обкладатимуть товари, що ввозяться, максимальним митом (за умови використання складного митного тарифу).

Звичайна торгівля і відповідний торговельний режим виникають в умовах відсутності торговельних, торговельно-економічних угод та домовленостей між країнами. Крім підвищеної ставки митного оподаткування у торговельних відносинах за умовами звичайної торгівлі застосовуються і жорсткіші інструменти регулювання товарних потоків - кількісні обмеження, адміністративні формальності, звичайна (непільгова) система оподаткування імпортованих товарів тощо.

Торгівля в режимі найбільшого сприяння передбачає, що держави, які домовляються, на взаємній основі надають одна одній привілеї та пільги щодо ставок мита та митних зборів, а також інших правил та механізмів здійснення зовнішньоторговельних операцій. Режим найбільшого сприяння є одним з головних принципів діяльності країн, що приєдналися до Генеральної угоди з тарифів та торгівлі. При цьому фізичні особи, фірми та організації країн-членів користуються митними, податковими та всіма іншими привілеями, які мають у країні партнера фізичні та юридичні особи третьої країни.

Преференційна торгівля передбачає надання однією державою іншій на взаємній основі або в односторонньому порядку пільг у торговельному режимі. Такі торговельні преференції застосовуються в

усіх сферах торговельного та економічного регулювання - таких, як митний тариф, оподаткування, кількісні обмеження, валютні операції, кредитування, страхування, стандартизація, ціноутворення. Преференції надаються на підставі участі в митних та економічних союзах, міжнародних організаціях, у результаті двосторонніх і багатосторонніх домовленостей та угод.

Особливу групу утворюють преференції, що застосовуються по відношенню до країн, що розвиваються. Такі преференції надаються найрозвиненішими країнами в односторонньому порядку, але рішення щодо їх застосування розробляються на багатосторонній основі. Так, в ЄС існує загальна система преференцій (general system of preferences), як сукупність митно-тарифних пільг, що надаються державами ЄС країнам, що розвиваються. Ці пільги стосуються переважно готових виробів та напівфабрикатів.

Дискримінаційна торгівля виникає в результаті застосування в торговельно-економічних відносинах жорстких обмежувальних заходів (ембарго, торговельний бойкот, торговельна блокада) або інших інструментів, що дискримінують права торговельного партнера. Дискримінація у зовнішній торгівлі є відходом від принципу однакового режиму для всіх торговельних партнерів - принципу недискримінації.

2.3. Форми міжнародної торгівлі за специфікою взаємодії суб'єктів.

Найпоширенішою серед цих форм міжнародної торгівлі є традиційна (проста) торгівля, тобто «вільний» експорт та імпорт товарів та послуг, який не обумовлений коопераційними зв'язками та зобов'язаннями щодо збалансованого обміну товарів. У традиційній торгівлі в обов'язки продавця (експортера входить; поставити товар, передати документи щодо нього та право власності на товар у відповідності з вимогами договору та чинної Конвенції, а в обов'язки покупця (імпортера) - сплатити кошти за ціною товару та прийняти поставку товару у відповідності з вимогами договору та чинної Конвенції.

Таким чином, крім зазначених, ні в експортера, ані в імпортера не виникає інших зобов'язань». А це означає, що після виконання угоди експортер має право, якщо це доцільно, змінити споживача (знайти іншого імпортера), не порушуючи при цьому ніяких зобов'язань.

Аналогічно й імпортер має право вибору постачальника, заміни експортера без юридичних наслідків

Торгівля за кооперацією на відміну від традиційної торгівлі характеризується довгостроковою узгодженістю безпосередніх виробничих зв'язків. Основними ознаками міжнародної виробничої кооперації є:

- попереднє узгодження сторонами в договірному порядку умов спільної діяльності;
- наявність як безпосередніх суб'єктів виробничої кооперації промислових підприємств різних країн;
- координація господарської діяльності підприємств-партнерів з різних країн у певній, взаємоузгодженій сфері діяльності як головний метод співробітництва;
- закріплення в договірному порядку головних об'єктів кооперування — готових виробів, компонентів, напівфабрикатів, технології тощо;
- розподіл між партнерами завдань у межах узгодженої програми, закріплення за ними виробничої спеціалізації з урахуванням основних цілей коопераційної угоди;
- здійснення взаємних або односторонніх поставок товарів за узгодженим графіком виконання виробничих програм у межах угоди щодо кооперації, а не як наслідок виконання звичайних договорів купівлі-продажу;
- довгостроковість та стабільність відносин, що підвищує їх зацікавленість у цьому виді зв'язків і веде до встановлення між кооперантами усталених виробничих і технологічних зв'язків, тісної взаємодії та взаємозалежності.

Основним змістом міжнародної науково-технічної кооперації можуть бути фундаментальні дослідження, прикладні дослідження, технічні розробки (дослідно-конструкторські, технологічні, проектні, організаційні) та дослідне виробництво, освоєння нововведень, розповсюдження нововведень.

Збутова кооперація як співробітництво у сфері реалізації продукції на ринку являє собою процес узгодження дій юридично незалежних виробників щодо проведення спільних дій (заходів) з реалізації (збуту) продукції. Це може бути створення спільних збутових підприємств, використання існуючих каналів взаємного розподілу в різних країнах, тощо. Різновидом збутової кооперації є

торгівля в складі консорціумів, тобто створення тимчасових об'єднань незалежних компаній для отримання замовлень внаслідок прямих переговорів з потенційними замовниками або участі в міжнародних тендерах.

Маркетингова кооперація на міжнародному ринку поєднується, як правило, зі збутовою та знаходить своє віддзеркалення в проведенні спільних рекламних кампаній, організації акцій зі стимулювання збуту, обміні комерційною інформацією, узгодженні товарних та цінових політик тощо.

Промислове співробітництво може в різних варіантах поєднувати різноманітні форми виробничої, науково-технічної, збутової та маркетингової кооперації. При цьому в цих угодах передбачається обмін товарами та послугами між сторонами, а в деяких випадках продукція, що отримується при промисловому співробітництві, використовується для оплати інших поставок або послуг, які є частиною угоди.

У зустрічній торгівлі специфіка взаємовідносин експортера та імпортера в тому, що продаж товарів (послуг) пов'язується з відповідною закупкою або, навпаки, закупівля товарів (послуг) обумовлюється продажем. При цьому оплата передбачається поставками товарів та/або послуг на доповнення або замість фінансового врегулювання, а угода може бути оформлена як одним, так і декількома пов'язаними контрактами.

Найстарішою формою компенсаційних угод є бартер, під яким розуміють обмін певної кількості одного товару на інший у вигляді натурального обміну без використання механізму валютно-фінансових розрахунків. Використовуючи бартер, як і інші форм товарообмінних операцій, проблеми валютного фінансування імпорту, спрощення порядку розрахунків, розширення можливостей виходу на зарубіжні ринки, отримання високотехнологічного обладнання в обмін на товари (переважно сировинні), збільшення реалізації товарів, яка ускладнена на звичайних комерційних умовах.

Компенсаційні угоди є ширшою та різноманітнішою групою, ніж угоди зі зворотною закупівлею. Відповідно до компенсаційної угоди експортер зобов'язується закуповувати (або забезпечити закупку третьою стороною) певну кількість товарів імпортера протягом узгодженого терміну. Експортні та імпортні товари, як правило, не мають прямого зв'язку. Компенсаційна угода зазвичай укладається на

меншу суму, ніж угода зі зворотною закупівлею. Те саме стосується й терміну дії контракту, який укладається па строк від одного до трьох років. Власне компенсаційні угоди передбачають, що експортер товару дає згоду на те, що імпортер цілком або частково оплачує його поставки товарами, а угода щодо закупівлі та угода про продаж поєднані в одному контракті.

Зустрічна закупка відрізняється від власне компенсаційних угод в основному тим, що розробляються разом два окремі договори: договір про продаж та договір про закупку. Угоди зустрічної закупки можуть бути двох форм - форми паралельної угоди, за якої продаж та закупівля відбуваються одночасно, та форми попередньої закупки, за якої експортер спочатку виконує свої зобов'язання з імпорту, щоб мати можливість виконати свій експортний контракт. Угоди, що передбачають відшкодування, є гнучкішою формою угоди про зустрічну закупку та характерні для крупних контрактів між урядами (про поставку озброєнь, літаків, енергетичного обладнання тощо).

В орендній торгівлі специфіка взаємовідносин експортера та імпортера в тому, що продаж товарів (переважно машин та обладнання) з акту купівлі-продажу перетворюється фактично в процес купівлі-продажу, який може тривати кілька років і результатом якого не завжди буде перехід права власності на предмет угоди. Основою цієї форми торгівлі є орендні відносини. У світовій практиці розрізняють три види оренди залежно від термінів дії угоди:

- рентинг (renting) — короткострокова оренда на термін від кількох днів до кількох місяців (транспортні засоби, товари для туризму та відпочинку);
- хайрінг (hiring) — середньострокова оренда на період від кількох місяців до року (транспортні засоби, дорожньо-будівельне обладнання, сільськогосподарські машини, монтажне обладнання тощо);
- лізинг (leasing) — довгострокова оренда на термін понад один рік (широкий спектр обладнання, нерухомість).

. В більшості випадків лізинг є специфічною формою фінансування та інших елементів основного капіталу за участі спеціалізованої лізингової компанії, яка купує право власності на майно для третьої сторони та віддає його в оренду на коротко-, середньо- та довгостроковий період.

2.4. Форми міжнародної торгівлі за специфікою предмета торгівлі

За специфікою предмета торгівлі можна виділити такі форми міжнародного торговельного обміну: торгівля сировинними товарами; торгівля промисловими товарами, машинами та обладнанням, в тому числі товарами широкого вжитку та машинно-технічною продукцією (готовою продукцією, продукцією в розібраному вигляді, комплектним обладнанням); торгівля продукцією інтелектуальної праці, в тому числі патентами і ліцензіями та інжиніринговими послугами; торгівля послугами. До узагальненого поняття «сировинні товари», як правило, відносять: мінеральну сировину, продукти її збагачення та переробки (чорні та кольорові метали); сільськогосподарську сировину рослинного та тваринного походження та продукти їх первинної переробки, а також продовольчі товари; хімічну продукцію (синтетичний каучук, штучні волокна, пластмаси та ін.).

В цілому міжнародна торгівля сировинними товарами характеризується нестабільністю ринку, його залежністю від сукупності різноспрямованих чинників, які можна поділити на дві групи: постійнодіючі та тимчасові. До постійно діючих можна віднести: науково-технічних прогрес у видобуванні, переробці, збереженні та транспортуванні; відносно нечутливий до ціп попит на основні товарні групи сировини: циклічність ділової активності, що обумовлює зміну кількісних показників попиту; сезонність отриманим та споживання, особливо сільськогосподарської продукції: коливання цін, обумовлене змінами в попиті та пропозиції: досить високий рівень регулювання світових ринків сировини. Такі чинники, як стихійні лиха, соціальні конфлікти, політичні зіткнення спалахи спекуляцій (споживачів та виробників), с тимчасовими але значною мірою впливають на кон'юнктуру світових винних ринків.

Крім того, по групі сировинних товарів на світовому ринку спостерігається довготермінове перевищення пропозиції над попитом, що призводить до виникнення «сировинної кризи» для країн, що розвиваються й особливо для країн з вузькою сировинною спеціалізацією.

Суттєвою особливістю ринку сировинних товарів є високий ступінь його урегульованості, що об'єктивно обумовлено нестабільністю ринку, наявністю великої кількості виробників та високим рівнем конкуренції. Серед інструментів регулювання світових

ринків сировини слід виділити створення асоціацій експортерів та укладання міжнародних товарних угод.

Важливою формою міждержавного регулювання світових ринків сировини є міжнародні товарні угоди — багатосторонні між урядові угоди між експортерами та імпортерами сировинного товару, що укладаються з метою розвитку міждержавної торгівлі цим товаром, запобігання виникненню надлишку чи дефіциту товару, регулювання та вдосконалення виробництва й збуту товару, запобігання надмірним коливанням світових цін на товар. Виділяють три типи міжнародних товарних угод, хоча на практиці в межах однієї угоди ці інструменти можуть поєднуватися:

- угоди на основі обмеження амплітуди цінових коливань - аналог багатостороннього контракту, що передбачає укладання звичайних комерційних угод, але з цією особливістю, що експортери зобов'язуються поставити, а імпортери придбати заздалегідь узгоджену кількість товару за ринковою ціною в межах встановленого максимуму та мінімуму;

- угоди на основі експортно-імпортних квот – це, за своєю сутністю, домовленості, що ґрунтуються на введенні експортного контролю шляхом встановлення квот країн-постачальників, які переглядаються залежно від коливань ринкових цін, але в попередньо обумовлених межах;

- угоди на основі буферних запасів - передбачають створення стабілізаційних (буферних) запасів сировини та допускають коливання світових цін на товар лише в заздалегідь узгоджених межах, а в разі виходу світової ціни за ці межі учасники угоди для підвищення світової ціни починають закупівлю товару в так званій буферній запас угоди або продаж товару з цього запасу для зниження світової ціни.

Промислові товари, призначені для задоволення індивідуальних потреб, тобто для індивідуального споживання, називаються товарами широкого (народного вжитку). Товари широкого вжитку класифікуються за різними ознаками:

- за призначенням: одяг, взуття, миючі засоби, меблі, побутова техніка, товари для особистої гігієни, парфумерія та косметика, аксесуари та прикраси, тощо;

- за термінами використання (споживання): товари короткочасного використання (парфумерія, косметика, миючі засоби

тощо) та товари довготермінового користування (меблі, автомобілі, побутова техніка тощо);

- за характером попиту: товари повсякденного масового попиту (миючі та гігієнічні засоби, деякі типи одягу, продукти харчування) та товари вибіркового (ексклюзивного) попиту (різні види апаратури, ювелірні та хутряні вироби).

Сучасна торгівля машино-технічною продукцією, характеризується такими особливостями, як:

- значне скорочення життєвого циклу більшості видів товарів цієї групи, постійне оновлення номенклатури та асортименту виробів, штучне моральне старіння, чому часто сприяє державна політика прискореної амортизації та податкових пільг для покупців нової та новітньої продукції;

- перехід від одиничних до «системних продажів» та створення таких товарів, при цьому покупцю пропонується не тільки основний товар, а й різноманітні комплектуючі та супутні товари;

- підвищення вимог до економетричних, гігієнічних, екологічних параметрів товару та його дизайну;

- необхідність відповідності машин, обладнання, комплектуючих вимогам Міжнародної організації стандартів (ISO);

- динамічніший розвиток торгівлі товарами та машино-технічними комплексами виробничого призначення порівняно з машино-технічними виробами культурно-побутового призначення;

- вищі темпи зростання експорту машино-технічної продукції порівняно з її виробництвом, що обумовлено процесами реіндустріалізації в світовій економіці;

- зосередження 80% світового експорту продукції машинобудуванню в десяти індустріально розвинених країнах (Японія, Німеччина, США, Франція, Велика Британія, Італія, Канада, Бельгія, Нідерланди, Швейцарія, Швеція, Корея), при цьому 50% світового експорту припадає на Японію, Німеччину та США;

- концентрація імпорту машино-технічної продукції в індустріально розвинених країнах: понад 60% імпорту припадає на США, Німеччину, Велику Британію, Францію, Канаду, Італію, Нідерланди, Бельгію, Японію, Іспанію та Швейцарію, а лідерами імпорту машин, обладнання та транспортних засобів є Сполучені Штати Америки, Німеччина та Велика Британія — понад 35% світових закупівель;

- активна політика національних урядів щодо стимулювання експорту машинно-технічної продукції і захисту національних товаровиробників з метою збереження та/або розвитку конкурентоспроможності відповідних галузей національної економіки на світовому ринку.

Торгівля готовою продукцією. Поставки машин та обладнання в готовому до експлуатації вигляді є найбільш розповсюдженою формою торгівлі транспортними засобами, виробами верстатобудування, технічними товарами побутово-культурного призначення. Основною ознакою цього виду поставок є те, що товар передається покупцеві в готовому до експлуатації вигляді.

Торгівля машино-технічною продукцією в розібраному вигляді. З погляду лінгвістики цю форму торгівлі машинно-технічною продукцією точніше було б назвати торгівлею в незібраному вигляді, оскільки її метою є експорт/імпорт деталей, вузлів комплектуючих певного товару для подальшого складання готового виробу.

Порівняно з продажем готової продукції, торгівля в розібраному вигляді має певні переваги:

- можливість заощадити на транспортних витратах внаслідок того, що вузли та деталі перевозяться, як правило, в контейнерах (витрати на транспортування одиниці розібраного трактора майже в 2,5 рази менші від витрат на доставку готової машини);

- використання переваг тарифної ескалації - готові машини та обладнання в усіх країнах обкладаються більш високими ставками мита та митними зборами, ніж вузли та деталі до них;

- можливість експорту (імпорту) комплектуючих при забороні національними урядами імпорту (експорту) готової продукції (так виникло загальновідоме та вже обопільно ефективне «жовте складання» у торговельно-економічних відносинах Японії та країн Південно-Східної Азії);

- можливість створення за кордоном складального виробництва та поширення експорту товарів на сусідні країни (уряди багатьох країн, що розвиваються, заохочують створення спільних підприємств на своїй території, оскільки це сприяє розвитку національної промисловості, підвищенню зайнятості населення, прискоренню науково-технічного прогресу).

Торгівля комплектним обладнанням. Стрімкий розвиток торгівлі комплектним обладнанням в останні десятиріччя пов'язаний з

виникненням та функціонуванням такої нової сфери товарного обігу, як ринок комплексних об'єктів, під якими розуміють промислові чи інші підприємства в цілому, окремі цехи, установки та агрегати, що утворюють закінчений технологічний комплекс або його самостійну частину. При цьому комплексним обладнанням вважається набір органічно пов'язаних єдиним технологічним процесом машин та обладнання, що забезпечують випуск готової продукції, або завершують технологічну стадію.

Залежно від характеру предмета та правової основи міжнародні операції з торгівлі продукцією інтелектуальної праці мають дві форми: торгівля патентами і ліцензіями та торгівля науково-технічними послугами (інжиніринг).

Появу операцій з купівлі-продажу патентів та ліцензій обумовило патентне право, тобто право виключного користування. Основними принципами функціонування національних патентних систем є:

- право на винахід, тобто можливість монопольного використання або розпорядження винаходом протягом дії патенту патентний захист означає, що винахідник або володар патенту має право забороняти будь-кому іншому використовувати винахід, а також може притягати до відповідальності порушників своїх патентних прав; винаходи, зроблені винахідниками, які працюють на фірмі за наймом, називаються «службовими» винаходами та належать власникам фірми, а звідси й різниця між поняттями «винахідник» та «патентовласник»;

- патентоспроможність винаходу, тобто відповідність сукупності критеріїв патентоспроможності, таких як: технічне вирішення задачі (створення нових та вдосконалення існуючих процесів, машин); новизна (технічне рішення визнається винаходом лише тоді, коли воно не відоме в усіх країнах світу); винахідницький рівень (винахід має перевищувати рівень звичайного інженерного рішення); можливість практичного застосування (комерційна цінність);

- територіальна обмеженість патентних прав - дія патенту тільки на території країни, яка видає його; будь-хто за кордоном може використати цей винахід, зробивши відкриття вдруге (паралельно), або отримавши інформацію про нього неофіційними шляхами, а для запобігання цьому необхідно патентувати винаходи в країнах, у яких

потенційно може бути повторено винахід або які зацікавлені в його використанні;

- сплата мита за отримання патенту та підтримання його дії (рівень ставок мита досить високий, що вимагає значної фінансової підтримки дії патенту, особливо в кількох країнах);

- обмежений термін володіння патентом (на винаходи видаються патенти, термін дії яких у різних країнах становить 15- 20 років, а на промислові зразки свідоцтва та патент з терміном дії від 3 до 15 років).

Таким чином, патент па винахід - це документ, що видається компетентним урядовим органом винахіднику або організації та засвідчує монопольне право використання винаходу його власником. Аналогічні монопольні права патентні законодавства країн на дають володарям інших видів промислової власності (товарний знак, промисловий зразок, фірмова назва тощо).

Патент надає власникові право власності на винахід, яке, як правило, ще закріплюється реєстрацією товарного знаку та промислового зразка.

Власник патенту може бути зацікавленим у збереженні права власності на винахід, але водночас визнає комерційно доцільним дозволити на певний термін за встановлену винагороду використовувати права, обумовлені дією патенту. В цьому разі мова йде про купівлю-продаж ліцензії (дозволу) на використання винаходу, що здійснюється па основі ліцензійної угоди.

Надання зарубіжним суб'єктам ліцензій на використання технічних знань та досвіду, а також товарних знаків заведено називати міжнародним ліцензуванням. Таким чином, ліцензія - це дозвіл на використання винаходу, промислового зразка, технології, товарного знаку тощо, який надається на основі ліцензійної угоди. Сторонами угоди є ліцензіар (продавець, експортер) та ліцензіат (покупець, імпортер).

Залежно від предметів ліцензійних угод, способів правової охорони предметів цих угод, розподілу прав на предмет ліцензії між ліцензіаром і ліцензіатом, зв'язку з товарним експортом та взаємозалежності сторін угоди, ліцензії можна класифікувати за такими групами: за предметом ліцензування, за способом правової охорони, за обсягом прав, що передаються, за зв'язком з товарним експортом, за ступенем взаємозалежності сторін.

У світовій практиці предметами ліцензійних угод здебільшого є винаходи, промислові зразки, товарні знаки, авторські права, ноу-хау та виключні права на використання зазначених предметів. Об'єктом ліцензії може бути будь-яка розробка конструктивного, технологічного характеру, склад матеріалу, суміші чи сплаву, речовина, метод лікування, методи пошуку та видобутку корисних копалин, методики розрахунків (включаючи засоби математичного забезпечення та комп'ютерні програми), відомості організаційного, фінансового, управлінського характеру тощо, як ті що містять винаходи, так і ті, що їх не мають, а також товарні знаки, промислові зразки, авторські права. При цьому предмет ліцензії повинен мати патентну чистоту.

Патентна чистота— це юридична властивість предмета, яка означає, що він може використовуватися в даній країні без порушення чинних на її території охоронних документів виключного права (патентів, що належать третім особам).

Ноу-хау (know how) в перекладі з англійської означає «знаю, як». Цей узагальнюючий термін використовується для найменування різних «секретів виробництва», цілком або частково конфіденційних знань, відомостей технічного, економічного, адміністративного, фінансового характеру, використання яких забезпечує певні переваги особі чи фірмі, що їх отримують. Єдиного визначення ноу-хау на сьогодні не існує. Тому фахівці визначають належність певних знань, результатів та досвіду до ноу-хау через відповідність системі критеріїв, що розкривають сутність ноу-хау в міжнародній практиці. Згідно з цим до ноу-хау належать технічні, управлінські, економічні й інші знання та досвід, пов'язані з розробкою, освоєнням, виробництвом, збутом, експлуатацією, обслуговуванням, ремонтом та вдосконаленням техніки і технології, які:

- мають конфіденційний (секретний) характер, відомі обмеженому колу осіб;
- використовуються чи можуть бути використані (застосовані) в господарській діяльності;
- мають комерційну цінність;
- не отримують правової охорони, ні на національному, ані на міжнародному рівні;
- не регламентуються жодними законодавчими нормами;
- потребують спеціальних знань для використання;

- можуть бути передані письмово, усно або шляхом показу (демонстрації).

Ліцензійні угоди можуть передбачати різні способи виплати винагороди (форми розрахунків за користування ліцензією):

- паушальний платіж;
- роялті;
- участь у прибутку;
- передачу цінних паперів;
- передачу технічної документації.

Паушальний платіж — це виплата твердої зафіксованої суми ліцензійної винагороди ліцензіару за право користування предметом ліцензійної угоди, що здійснюється ліцензіатом одноразово або в декілька прийомів до отримання економічного ефекту (прибутку) від використання ліцензії. Паушальний платіж являє собою фактичну ціну ліцензії.

Роялті - періодичні відрахування продавцю (ліцензіару) за право користування предметом ліцензійного договору, яке встановлюється у вигляді фіксованих ставок, що виплачуються ліцензіатом через узгоджені з ліцензіаром періоди часу протягом дії ліцензійної угоди.

В ліцензійних угодах ставка роялті встановлюється у відсотках від вартості чистих продажів ліцензійної продукції, обсягів виробництва, собівартості продукції чи в розрахунку на одиницю продукції, що виробляється (роялті процентна ставка з ціни виробленої та реалізованої продукції). Участь ліцензіара в прибутку як форма ліцензійної винагороди передбачає відрахування на користь ліцензіара певної частки прибутку, що отримує ліцензіат на основі використання придбаної ліцензії. Ця частка становить у середньому 20-30% при на данні виключної ліцензії, а при простій - до 10%.

Передача цінних паперів (акцій та облігацій) як форма ліцензійної винагороди за оцінками фахівців зустрічається в чистому вигляді або в комбінації з іншими формами розрахунків приблизно в 15% ліцензійних угод. При цьому ліцензіар отримує найчастіше від 5 до 20% цінних паперів ліцензіата, хоча в деяких випадках ця частка може бути значно більшою.

Передача технічної документації передбачає взаємне надання ліцензій (перехресне ліцензування) і в більшості випадків застосовується в поєднанні з іншими видами винагороди. Ця форма

розрахунків за ліцензії широко застосовується японськими підприємцями.

В міжнародній торгівлі інтенсивний патентно-ліцензійний обмін відбувається передусім між великими фірмами основних індустріальних держав, що пов'язані участю у капіталі, коопераційними та іншими довгостроковими відносинами.

Інжиніринг - сфера діяльності, що включає проробку (розробку) питань створення об'єктів промисловості, інфраструктури тощо у формі надання на комерційній основі різних інженерно-консультаційних послуг з використання науково-технічних, технологічних та управлінських розробок. У цьому його відмінність від ліцензійної торгівлі, де об'єктом купівлі-продажу є сама технологія в широкому розумінні.

Інжиніринг є опосередкованою формою передачі технології, оскільки надаються послуги з використання технологічних та інших науково-технічних розробок.

Сторонами контракту при купівлі-продажу інжинірингових послуг є замовник та виконавець. У міжнародній практиці до інжинірингу відносять різноманітні види інтелектуальної діяльності, спрямовані на отримання найкращих (оптимальних) результатів від капіталовкладень або інших витрат, пов'язаних з реалізацією проектів різного призначення, за рахунок її найраціональнішого підбору та ефективного використання наявних ресурсів, а також методів організації та управління, на основі новітніх науково-технічних досягнень та з урахуванням конкретних умов і чинників, що впливають на здійснення проектів.

Консалтинг - це діяльність з консультування продуцентів, продавців і покупців з широкого кола питань економічної діяльності, в тому числі в зовнішньоекономічній сфері. Консалтингові фірми надають послуги з дослідження та прогнозування товарних та регіональних ринків, цім світових ринків, оцінки торговельно-політичних умов країн та регіонів, проведення експортно-імпортних операцій.



Тема 3. Характеристика міжнародних ринків промислових товарів

- 3.1. Загальна характеристика ринку промислових товарів
- 3.2. Ринки взуття, одягу та текстилю
- 3.3. Характеристика світового ринку продовольства

Основні поняття теми: ринок промислових товарів; промислові товари; сталеливарна продукція; автомобілебудування світу; ринок світового машинобудування; сировинні групи у міжнародній торгівлі; ринку палива (нафта, нафтопродукти, природний газ і вугілля); світові ринки взуття, одягу та текстилю; світовий ринок продовольства.

3.1. Загальна характеристика ринку промислових товарів

У світі відсутній єдиний ринок товарів промислового виробництва, проте існує значна кількість ринків конкретних промислових товарів. Світовий ринок промислових товарів – це сукупність операцій зовнішньоекономічної діяльності суб'єктів господарювання різних країн щодо реалізації виготовлених промислових товарів. Промислові товари можуть бути цілком змонтованими і готовими для використання, а також перебувати у розібраному вигляді, наприклад, машини і обладнання часто постачаються у вигляді комплектів.

Розглянемо найважливіші групи промислових товарів сучасного світового ринку.

Продукцією мікроелектроніки є напівпровідники, інтегральні схеми та їх складові, електронні компоненти та їх елементи. Японія, чо-тири «тигри» Південно-Східної Азії — Південна Корея, Тайвань, Гонконг (нині Сянган — складова КНР) і Сінгапур, а також країни Тихоокеанського регіону належать до основних світових виробників продукції мікроелектронної промисловості. США вже не є світовим лідером у галузі мікроелектроніки, але продовжують відігравати велику роль у міжнародній торгівлі цією продукцією, залишаючись «мікроелектронним гігантом».

Значні обсяги мікроелектронної продукції виробляють також Канада і країни Західної Європи. Широкого поширення набула внутрішньоевропейська торгівля продукцією мікроелектроніки.

Сталеливарна продукція. Тривалий час Західна Європа залишалася найбільшим виробником сталі у світі та була лідером у торгівлі продукцією сталеливарної промисловості. Найвагоміший потік сталеливарної продукції до країн, що розвиваються, спрямовувався з Японії та країн Західної Європи. Країни, що розвиваються, не мають значних власних потужностей для виробництва сталі. Частка Африки у світовому обсязі виробництва сталі становить лише 1 %. Після Другої світової війни США і країни Західної Європи продавали продукцію сталеливарної промисловості за завищеними цінами, що зумовило появу виробників-конкурентів у Бразилії, Південній Кореї, Тайвані та Японії. На сучасному етапі, можна стверджувати, що конкуренція на ринку сталеливарної продукції стала міжнародною.

Автомобілебудування вважається однією з основних галузей промисловості світу та є однією із пріоритетних галузей і вітчизняної промисловості, яка сприяє розвитку інших галузей, забезпечує стійкий ріст зайнятості населення, підвищує товарооборот, зміцнює грошову систему, зумовлює потребу в продукції багатьох інших галузей промисловості. За оцінками дослідників, одне робоче місце у автомобілебудуванні створює 7–8 робочих місць у таких суміжних галузях, як металургійна, нафтопереробна, електротехнічна та інші. Наприкінці ХХ- початку ХХІ століття трійку лідерів на світовому автомобільному ринку склали General Motors, Ford, Chrysler, а на початку ХХІ ст. їх позиції вперше були потіснені японськими автовиробниками Toyota, Nissan, Honda, Mitsubishi. Світовим лідером у виробництві автотранспортних засобів починаючи з 2010 року є Китай (26,4% світового виробництва в 2014 році), випереджаючи американські, японські та європейські компанії. Другу позицію посіли США (13,0%), третю – Японія (10,9%). Лише на ці три країни припадає 50,3%, а на дванадцять країн- лідерів – 83% світового виробництва автотранспортних засобів. Глобальний автомобільний ринок до 2030 року, за прогнозами світових аналітиків, може досягти 125-130 млн. одиниць (на 40-45% більше порівняно з 2015 роком), з яких 75% – це легкові автомобілі та 25% – комерційні. Провідну роль

відіграватиме Китай, об'єм автомобільного ринку якого збільшиться до 40 млн. автомобілів. Також істотно виростуть ринки Індії, Бразилії та низки азійських країн.

Машинобудування постачає всім галузям економіки машини, обладнання та інструменти, займається виробництвом різноманітних технічних, побутових приладів, предметів споживання тощо. У розвинутих країнах машинобудування належить до найважливіших галузей промисловості та є пріоритетною, бо має вплив на ефективність та продуктивність всіх сфер економічної діяльності країни. Постійний розвиток машинобудівного комплексу забезпечує рентабельність та конкурентоздатність товарів та послуг на ринку, зростання матеріального та інтелектуального рівня населення, що сприяє підвищенню рівня розвитку економіки окремих регіонів та, зокрема, держави. Як наслідок, в розвинутих країнах виробляється близько 80% машинобудівної продукції. Серед абсолютних лідерів у машинобудівному виробництві США, Китай, Японія, Німеччина. Лідирують також Франція, Великобританія, Італія, Канада, Корея. Ці країни здатні самостійно виробляти практично усі види машин, обладнання і металовиробів. Деякі країни Східної і Західної Європи, Бразилія, Індія, Сінгапур випускають лише окремі види машинобудівної продукції, хоч і на досить високому рівні. За даними Конференції торгівлі і розвитку при ООН (United Nation Conference on Trade and Development – UNCTAD) обсяг світової торгівлі машинобудівною продукцією постійно зростає (табл.2). Це стосується усіх груп товарів, які в межах статистики UNCTAD подаються за системою міжнародної торгової класифікації (System of International Trade Classification – SITC). Так, в межах релевантної інформації, з 1995 року ріст обсягів міжнародної торгівлі продукцією машинобудування становив 313%. Найбільше зростання стосувалося телекомунікаційних та звукозаписувальних пристроїв (375%), електрообладнання та апаратури (341%), енергогенеруючих машин та обладнання (335%) та «іншого промислового устаткування і запчастин» (331%).

Характеристика деяких сировинних груп у міжнародній торгівлі

Натуральний каучук одержують з латексу (соку) кількох видів каучуконосних рослин, передусім з бразильської гевеї, батьківщиною якої є ліси басейну Амазонки. Каучуконосні дерева вирощують на плантаціях. Пропозиція і попит, а також ціни на цю продукцію у світі

порівняно стабільні. Натуральний каучук все ще не можна замінити на синтетичний при виготовленні низки виробів. Виробництво натурального каучуку зосереджено у Південно-Східній Азії. До 1989 р. світовим виробником-лідером була Малайзія, згодом перше місце посів Таїланд, друге — Індонезія. Нині ці три країни за-безпечують близько 80 % світового виробництва натурального каучуку. Загалом на Південно-Східну Азію припадає 90 % світового збору каучуку. Основні споживачі каучуку — промисловорозвинуті країни.

Ринок металів. Світові ціни на сировину для одержання кольорових металів практично відсутні, що зумовлено різноманітністю вихідної сировини. Ціни на руди і концентрати залежать від цін відповідного рафінованого металу. Розглянемо докладніше ринок кольорових металів.

Мідні руди є у багатьох місцях планети, але її основні поклади та видобування зосереджені у порівняно невеликому колі країн (США, Канада, Австралія, Чилі, Замбія, Перу, Заїр). Основні експортери мідних концентратів — США, Чилі, Папуа-Нова Гвінея, Португалія, Філіппіни, великі імпортери — Японія, ФРН, Іспанія, Південна Корея. Торгівля чорновим металом обмежена. Чилі та Перу є його найбільшими постачальниками, основні споживачі — США, країни ЄС, Південна Корея. Ціни мідних концентратів розраховуються на основі котирування Лондонської біржі металів на мідь сорту А (вміст міді 99,99 %).

Основними виробниками і споживачами рафінованої міді є промисловорозвинуті країни. Приблизно половину міді у світі споживає електротехнічна промисловість, 25-30 % — машинобудування, 15 % — будівництво. 40-50 % виготовленої рафінованої міді надходить на світовий ринок. Основні центри торгівлі міддю — Лондонська біржа металів і ринок США.

Алюміній. Австралія, Латинська Америка (Ямайка, Гайана, Бра-зилія, Венесуела, Суринам і Гвінея) - основні райони видобування бокситів. США, Канада, Австралія та зазначені латиноамериканські країни — провідні видобувачі глинозему. Найбільшими у світі продуцентами первинного алюмінію є США, Канада та Австралія, основні його споживачі - США, країни ЄС, Японія. Експортерами алюмінію світового значення є Норвегія, Канада, Австралія, Бразилія. Найбільші імпортери: Японія, США, ФРН, Франція, Італія, Південна Корея і Тайвань. Ціни алюмінію, що скла-даються на Лондонській

біржі металів, вважаються показовими.

Свинець. Геологічні запаси свинцевих руд у світі становлять 70 млн т. Основні родовища зосереджені в Австралії, США, Канаді, Китаї та деяких державах СНД. Австралія, Канада, Перу та Мексика - найбільші видобувачі руд і виробники концентратів.

Рафінований свинець виготовляють у деяких країнах ЄС, в Японії, США, Австралії, Канаді та Мексиці. Останні три країни - основні експортери рафінованого свинцю, США та країни ЄС - основні його імпортери. Близько 60 % загального обсягу споживання свинцю припадає на виробництво кислотних акумуляторів. Показовими цінами вважаються ті, що складаються на Лондонській біржі металів.

Цинк. Геологічні запаси цинкових руд у світі нині оцінюються в 150 млн т. Світові експортери цинкових руд і концентратів — Канада, Швеція, Перу, Мексика, імпортери - ФРН, Франція, Бельгія, Японія.

Ціни цинкових концентратів у пресі не повідомляють, але публікують дані про вартість їх переробки, що дає змогу опосередковано дізнатися про ціни концентратів. Провідні продуценти і споживачі цинку - країни ЄС, Канада, Японія, США, Південна Корея, Мексика, Бразилія. Показовими цінами вважаються котирування Лондонської біржі металів.

Олово. Основні видобувачі олов'яних руд — Бразилія, Болівія, Індонезія, Малайзія, Таїланд. Провідними постачальниками олов'яних концентратів на світовий ринок є Австралія, Перу, Болівія, Канада. Головні країни-продуценти олова — Малайзія, Індонезія, Бразилія, Болівія, Таїланд, основні споживачі — країни ЄС, США, Японія.

Показовими цінами вважаються котирування Лондонської біржі металів і ринку Малайзії. У світі експортується 90 % обсягу виробленого олова.

Нікель. Геологічні запаси нікелевих руд у світі становлять 50 млн т. Найбільші видобувачі нікелевої руди — Канада, Австралія та острів Нова Каледонія в Океанії. Первинну нікелеву продукцію (рафінований нікель, феронікель, оксид нікелю) переважно випускають компанії Канади, Японії, Норвегії. Основні споживачі нікелю — Японія, США, ФРН, Бразилія, Південна Корея, Тайвань. Сьогодні близько половини світового виробництва нікелю припадає на російського монополіста «Норільський нікель».

Ціни на нікель зазнають ринкових коливань. Показовими є ціни Лондонської біржі металів. У 1996 р. середньорічна ціна 1 т нікелю

становила 7700 дол. США.

Кадмій. Цей метал є передусім побічним продуктом виробництва цинку, свинцю і міді. Його також виготовляють з лому. Наприкінці ХХ ст. у світі щороку вироблялося 18-20 тис. т кадмію. Метал використовується переважно для виробництва нікель-кадмієвих акумуляторних батарей. Основним споживачем кадмію була Японія.

Золото. За останні 6-тисяч років у світі було видобуто 125 тис.т. золота. Нині найбільший золотодобувач - Південно-Африканська Республіка. Вона має чотири десятки золотодобувних шахт і рудників, на яких працюють півмільйона чоловік. Частка ПАР у загаль-носвітовому обсязі золота, видобутого становила 79 % (або 1 тис. т). Нині цей показник значно менший (трохи більше 20 %).

Демонетизація золота, що відбулася у 70-х роках ХХ ст., істотно змінила його світовий ринок. Це означає, що виробництво, реалізація і споживання золота нині концентруються у приватних руках. Офіційна ціна золота була скасована. Угоди щодо цього металу нині використовують лише ринкові ціни.

Основні джерела золота нині такі:

- новий видобуток;
- золотий лом;
- державні резерви;
- нагромадження приватних осіб (фізичних і юридичних).

Провідні золотовидобувачі — США, Канада, Австралія. Основні споживачі золота:

- виготовлювачі ювелірних виробів, монет, медалей, товарів промислово-побутового призначення;
- приватні особи, які нагромаджують золото як скарб (тезавратори);
- державні органи (для поповнення офіційних ресурсів).

Наприкінці ХХ ст. склалася така структура використання золота:

- 33,8 тис. т - золоті резерви країн-членів МВФ і міжнародних організацій;
- 25,4 тис. т - нагромадження приватних осіб;
- 34 тис. т - промислово-побутове використання.

Попит на золото з боку промислових споживачів найбільший. Лівову частку цього металу використовує ювелірна промисловість.

Біржова торгівля золотом стосується не фізичного металу, а

юридичних зобов'язань щодо його постачання. Однак вона істотно впливає на кон'юнктуру торгівлі золотом як фізичним металом. На кон'юнктуру також більше впливає попит, ніж пропозиція.

Іридій. До середини 90-х років понад 90% іридію використовувалося в електрохімічній промисловості, передусім для покриття електродів, а також як каталізатор. Ціни на іридій зазнають значних коливань.

Основні товари ринку палива — нафта, нафтопродукти, природний газ і вугілля.

Нафта. Останніми роками у світі щороку добувається близько 3 млрд. т. нафти і газового конденсату. Розвиток нафтовидобувної галузі показує, що найбільш динамічні і найбільш ємні ринки видобутку нафти — не одне й те ж. Так, якщо 1972 року на країни Близького Сходу припадало 39,6%, Північної Америки — 27,0%, Центральної та Південної Америки — 10,1%, Європи (без Росії) — 1,4% ледь більше 2,2 млрд. т. світового видобутку нафти, то 1999 року на країни Близького Сходу — 36,0%, Північної Америки — 18,8%, Центральної та Південної Америки, як і Європи (без Росії) — по 9%. Якщо близькосхідні держави сьогодні продовжують залишатися найбільшими видобувачами нафти, то структура світової видобувної галузі значно змінилася і сьогодні видобуток рівно зосереджено по країнах і континентах. Однак, попри це, ринок нафти продовжує реагувати практично на всі коливання із декількох причин. Насамперед, динаміка зміни цін пов'язана з тим, що сьогодні всі ринки товарів взагалі і нафти зокрема є по суті олігополіями, або транснаціональними монополіями. В руках Організації країн—експортерів нафти (Organization of the Petroleum Exporting Countries) зосереджено понад 75% світових запасів нафти. Сира нафта є найважливішим товаром міжнародної торгівлі. Можна стверджувати, що склався певний пул основних видобувачів нафти (країни ОПЕК плюс США, Великобританія, Росія, Китай, Норвегія, Канада), на частку яких припадає 80% усього світового видобутку, і пул найбільших споживачів (США, країни Євросоюзу, Японія, Китай, Росія), куди постачається понад 65% видобутої у світі нафти й нафтопродуктів.

Природний газ. Світові запаси природного газу у середині 1990-х років становили 148 трлн м3. За тодішніх темпів видобування газу могло б вистачити на сімдесят років. У перерахунку на умовне паливо

обсяг видобування природного газу у ті роки становив 60 % світового видобутку нафти. Основні родовища газу розміщено в Росії і на Близькому Сході (разом — близько 70 %). Щороку у світі видобувається понад 2 трлн м³ газу. Західна Європа отримує газ передусім з родовищ Північного моря, Нідерландів, Росії та Алжиру. 75 % вартості світової торгівлі скрапленим газом припадає на Азіатсько-Тихоокеанський регіон. Основний імпортер газу у регіоні — Японія, великими імпортерами є також Південна Корея і Тайвань. Зростає у світі попит на продукти переробки природного газу. Провідний постачальник конденсату — Алжир (16 млн. т. щороку).

Вугілля. Запасів вугілля у світі значно більше, ніж сумарних запасів нафти і газу. На сьогодні світові промислові запаси вугілля складають понад 1 трлн тон., що значно перевищує запаси і ресурси всіх інших енергоносіїв. Світовий ринок вугілля більш конкурентний, ніж нафтовий і газовий, оскільки його родовища є на всіх континентах, майже в усіх країнах (при цьому 70 країн мають видобувні запаси вугілля), а видобуток ведеться практично в усіх регіонах світу. Крім того, вугілля досить просто транспортувати. Своїм же розвитком світова вугільна торгівля зобов'язана високій динаміці розвитку країн (особливо в Китаї та Індії) і зменшенням вуглевидобутку в Європі. Слід сказати, що 94% загального обсягу видобутого вугілля збувається по морю і лише 6% припадає на сухопутну торгівлю. Вугілля, що транспортується морським шляхом, традиційно має два ринки збуту: Атлантичний ринок (тут задіяні такі великі країни-імпортери як Німеччина, Іспанія і Великобританія) і Тихоокеанський ринок (Австралія, Китай, Індонезія і Японія).

Світові ціни на вугілля досить різноманітні, що зумовлено сортністю продукції та іншими чинниками. Енергетичне вугілля дешевше, ніж коксове. Ринок вугілля традиційно залишається ринком покупця - пропозиція на нім в роки стабільного ринку перевищує попит, у продуцентів і експортерів є значні резервні потужності.

В світі сформовано 9 гірничодобувних районів: Північна Америка; Латинська Америка; Західна Європа; СНД; Китай; Південна і Південно-східна Азія; Західна Африка; ЮАР; Австралія

3.2. Ринки взуття, одягу та текстилю

Легка промисловість у країнах світу розвивається швидкими темпами і забезпечує населення одягом, взуттям, різноманітними

текстильними товарами, шкіряними і галантерейними виробами. Окремі виробництва легкої промисловості є постачальниками продукції для меблевої, авіаційної, автомобільної, хімічної, харчової промисловості.

Текстильна легка промисловість світу за останні роки істотно змінила структуру виробництва. Якщо раніше переважала бавовняна промисловість, то тепер значно зросла частка виробництва текстильних виробів з різних синтетичних волокон і змішаних матеріалів. Текстильна промисловість у світовому масштабі розвивається швидкими темпами. На сьогоднішній день основним регіоном, який виробляє понад 70 % від усього обсягу текстильної продукції, є Азія. Азіатські країни є й основними постачальниками товарів текстильної промисловості на світовий ринок. Найбільшими виробниками бавовняних тканин вважаються Китай (постачає до 30 %), Індія (майже 10 %), США. З вовняними тканинами ситуація дещо інша. Частка Китаю в цьому сегменті становить 15 %. Далі за лідером розташувалися Австралія, Нова Зеландія, Італія, Японія, США, Туреччина та Індія. У виробництві шовкових тканин найбільшими виробниками є США, Індія, Китай та Японія. Виробниками льняних тканин є переважно країни Європи, а найбільшим виробником - Росія. Розвинуті країни Європи і США тримають першість також з виробництва трикотажних виробів.

Швейна легка промисловість світу займається виробництвом одягу, білизни і безлічі інших виробів. Вона відрізняється значною трудомісткістю, високим попитом на продукцію і різноманітністю товарів. Асортимент продукції швейної промисловості збільшується швидкими темпами. Провідними експортерами продукції швейної промисловості у світі є Китай, Південна Корея, Індія, Колумбія, Тайвань. А розвинені країни спеціалізуються лише на виробництві невеликих обсягів елітних, індивідуальних, модних виробів. Найбільшими світовими імпортерами одягу є США, Німеччина, Великобританія, Японія та Франція текстиль і одяг є одними з найбільш важливих секторів економіки Туреччини. Ці виробництва становлять близько 8–10 % ВВП.

Шкіряно-взуттєва промисловість світу, як і швейна, має значний асортимент продукції і також значно залежить від трудових ресурсів. Взуттєве виробництво нині використовує найрізноманітнішу сировину. Крім натуральної шкіри, дедалі частіше використовують її

замінники - набагато дешевші різноманітні штучні матеріали. За оцінками експертів, лише третина від загального виробництва взуття (понад 13 млрд пар на рік) припадає на дорогі шкіряні моделі.

Виробництво взуття у світі зазнало найбільш суттєвих змін щодо географії розміщення. Переважна більшість взуття нині виробляється у країнах, що розвиваються, проте часто під торговельними марками і брендами розвинутих країн. Це зумовлено насамперед дешевою робочою силою в цих країнах. Лідируючі позиції у світовому масштабі виробництва взуття займає Китай. За сучасними оцінками продукція Китаю становить до 40 % усього споживчого ринку взуттєвої промисловості світу.

3.3. Характеристика світового ринку продовольства

Світовий ринок продовольства являє собою сферу економічних відносин, що характеризується наявністю суб'єктної та об'єктної структур (асортиментної специфіки). Так, суб'єктами світового ринку продовольства, як і будь якого іншого ринку, є продавці та покупці (у якості покупців та продавців на світовому ринку виступають окремі країни та ТНК). Об'єктом – продовольство.

Основним виробником продовольства у світі виступають країни Азії, на частку яких припадає в середньому 45,5% обсягу виробництва продовольства у світі щороку. Для порівняння, на частку країн Латинської Америки та Карибського басейну припадає в середньому 11,9% обсягів виробництва продовольства, країн Африки – 8%, країн Океанії – 1,8%, інших країн – 32,6% при цьому країнами – лідерами з експорту продовольства є: країни ЄС (у середньому 40,6%), США (11%), Бразилія (4,4%), Китай (3,7%), Канада (3,7%), Аргентина (2,6%), Індія (1,8%), Індонезія (2,1%), Австралія (2,4%), Таїланд (2,3%), Малайзія (1,7%), Мексика (1,7%), Нова Зеландія (1,4%), В'єтнам (0,8%), Росія (у середньому 1,23%). Країнами – лідерами з імпорту продовольства виступають країни ЄС (у середньому 40%), США (9,3%), Китай (3,3%), Японія (7,5%), Росія (2,36%), Канада (2,3%), Корея (1,42%), Мексика (1,56%), Індія (0,68%), Саудівська Аравія (1,32%), Індонезія (0,74%), Малайзія (1%), Туреччина (0,9%), ОАЕ (у середньому 0,76%). У середньому на зазначені країни припадає майже 80% світового імпорту продовольства. Країни ЄС хоча й виступають беззаперечними лідерами серед країн – найбільших імпортерів продовольства у світі, але більшість їх імпорту носить

внутрішньорегіональний характер, лише 11,3% продовольства імпортується із країн, що не входять до ЄС.

Міжнародна торгівля продовольчими товарами включає торгівлю продукцією землеробства, тваринництва, рибальства, морського промислу, лісового господарства, а також напівфабрикатами і готовими товарами. Основною продовольчою продукцією є зернові і продукти їх переробки, олійне насіння, рослинна олія, жири, овочі, фрукти, м'ясо, м'ясопродукти, молочні продукти, кава, какао, чай, риба, морепродукти.

Зернові є наймасовішим продовольчим товаром на світовому ринку. Зерно - основний продовольчий ресурс і важлива сировина. Під зернові культури зайнято майже половину посівних площ світу. Найпоширеніші зернові культури - пшениця, кукурудза, рис забезпечують три чверті світового виробництва зерна. Продуцентами пшениці світового масштабу є США, КНР, Індія, Канада, Франція, Австралія, Казахстан, Росія, Україна, Аргентина, Туреччина. Найбільші її експортери — США, Канада, Австралія, Аргентина, а найголовніші імпортери — Китай, Бразилія, Японія, Єгипет.

Кукурудза. Північна і Південна Америка є основними районами вирощування кукурудзи. Її батьківщиною вважається Мексика. Найбільшим виробником кукурудзи є США, значні за обсягом уро-жаї збирають також у Китаї, Бразилії, Мексиці, Південно-Африканській Республіці.

Рис є продовольчою культурою для понад половини людства. Цей злак вирощують у регіонах, багатих на вологу і тепло. Понад 90 % світових посівів рису припадає на країни Азії (на Індію та Китай – приблизно 60 %). Ще наприкінці ХХ ст. щороку світовий збір рису досягав 530 млн т. Третина зібраного врожаю припадала на Китай, близько чверті — на Індію. Вагомими виробниками рису є також Індонезія, Бангладеш, В'єтнам, Таїланд, М'янма, Японія, Філіппіни, Бразилія. Найбільші експортери рису - Таїланд, США, В'єтнам, М'янма, Пакистан. В імпорті лідирують Індонезія (посідає перше місце), Бангладеш, Північна Корея, Іран, Саудівська Аравія, Бразилія.

Ячмінь поширений в Україні, Росії, Китаї, Чехії, США, Канаді. Близько 50 % світових посівів вівса припадає на США і Канаду. Його вирощують також Росія, Польща, Франція, Великобританія.

Жито поширене у Росії, Польщі, Франції, Білорусі, ФРН.

Ринок США значно впливає на світові ціни на зернові культури, оскільки США є найбільшим їх постачальником на світовий ринок.

На світовому ринку реалізуються також *хлібопродукти* (хліб, макарони, сухарі тощо) і продукція борошномельної промисловості (мука, битий рис, крохмаль, солод). Формування ринку хлібопродуктів припадає на останню чверть ХХ ст. ФРН є великим експортером продукції борошномельної промисловості. Імпортером світового значення цієї продукції вважається Японія.

Олійні і харчосмакові товари. Масовими біржовими товарами є олійне насіння (соя, рапс, льон, соняшник, арахіс), копра, рослинна олія (соева, бавовникова, соняшникова, арахісова, пальмова, коко-сова, кукурудзяна, касторова) та відходи виробництва рослинної олії (шроту).

Боби та соя. Північна Америка нині продукує понад 40 % світового врожаю бобів сої. Боби містять до 50 % білка та до 25 % олії. Боби після виділення з них олії використовують для виробництва продуктів харчування, а також годівлі худоби. Батьківщиною сої є Південно-Східна Азія. Соя традиційно посідає значне місце у продовольчому раціоні жителів Китаю, Кореї, Японії та Малайзії. Перший комерційний урожай у США було зібрано у 1924 р. Відтоді США перетворилися на найбільшого світового продуцента сої.

Соевої олії у світі щороку виробляється понад 20 млн т, понад чверть її експортується. Країни світу щороку продукують понад 4 млн т бавовникової олії, частка міжнародної торгівлі нею становить 7 %. У світі щороку виробляють понад 1,8 млн т кукурудзяної олії, і третина її надходить у міжнародну торгівлю. Приблизно така сама частка припадає і на міжнародну торгівлю соняшниковою олією. Щорічний обсяг її виготовлення перевищує 9 млн т. Ще більше у світі виробляється рапсової (11 млн т) і пальмової (понад 16 млн т) олії. Ос-тання надходить переважно на світовий ринок.

Копра - це висушений м'якуш багатих на олію (60-65 %) плодів кокосової пальми, з якого екстрагують кокосову олію, що викорис-товується для виготовлення мила, продовольчих жирів і маргарину. Основні продуценти копри — Філіппіни та Індонезія, значні її обся-ги виробляють також Індія, Шрі-Ланка і Мексика.

Найпоширенішими харчосмаковими товарами у міжнародній торгівлі є чай, кава і спеції. Вплив лондонського оптового ринку на формування світових цін на цю продукцію визначальний.

Основні продуценти чорного перцю: США, Індія, Бразилія, Індонезія, Малайзія, В'єтнам. Частка США в імпорті цього продукту досягає 90 %. Основні експортери білого перцю — Індія та Бразилія, а імпортери — США і ФРН.

Кава. Ефіопія вважається батьківщиною кави. Найпоширенішим видом кавового дерева є «Рубика» (Rubiaceae), який налічує понад 7 тис. сортів. Більшість кави, що вирощується в Африці, належить до виду «Робуста» (Robusta), батьківщиною якого є вологі ліси цього континенту. «Робуста» використовується для змішування з видом «Арабіка» (Arabika), а також для виготовлення розчинної кави. На ринок надходять і сорти кави, батьківщиною яких є Ліберія. Ці сорти мають невисоку харчову цінність і гіркі на смак.

Основний продуцент кави — Бразилія, а споживач — США. Серед продуцентів слід також назвати Колумбію, Кот-д'Івуар, Індонезію та В'єтнам, а серед споживачів — країни ЄС. Бразилія щороку спроможна вирощувати 1-1,5 млн т кави, Колумбія — приблизно 0,8 млн т, Індонезія — 0,35 млн т. Обсяг щорічного світового експорту кави становить 2,2-2,7 млн т. Статистика свідчить, що в окремі роки Колумбія експортує більший обсяг кави, ніж Бразилія, хоча вирощує її менше.

Цукор. Основна сировина для його виготовлення — цукрова тростина і цукровий буряк. У XVI-XVII ст. іспанські колонізатори завезли цукрову тростину з Південно-Східної Азії у регіон Карибського моря. Нині основними регіонами її вирощування є Бразилія, Куба, Маврикій, острови Карибського моря, Гаваї та Австралія. Цукровий буряк вважається альтернативою цукровій тростині у регіонах помірнього клімату. Його вирощування в Європі почалося наприкінці XVIII — на початку XIX ст. Нині основну масу цукрового буряку вирощують в економічно розвинених країнах (Центральній і Східній Європі, Великобританії, США). Замінники цукру тіснять на світових ринках натуральну сировину, але цукор ще займає досить міцні позиції. Цукор виробляють понад сто країн світу і наприкінці XX ст. обсяги його світового виробництва становили близько 125 млн т. До 30 % виготовленої продукції надходить на світовий ринок. Цукор не є дефіцитом, його пропозиція перевищує попит, тому ціни на цукор нестабільні. Близько 75 % світової торгівлі цукром відбувається на вільному ринку. Ціни Нью-Йоркської, Лондонської, Паризької бірж вважаються представницькими.

Продукція тваринництва. Світове поголів'я великої рогатої худоби становить 1,3 млрд голів, у тому числі 225,3 млн корів. Близько 35 % світового поголів'я зосереджене в Азії (передусім у Китаї та Індії), приблизно 17 % — у Південній Америці, 15 % — у Північній Америці (з них майже 2/3 у США), 14 % — в Африці, 15 % — в Європі, близько 2 % — в Австралії. Майже все поголів'я буйволів (97 %) зосереджене в Азії. Поголів'я свиней у світі становить понад 850 млн голів, майже половина його зосереджена в Азії. Китай посідає перше місце у світі за кількістю свиней. За обсягом свинарства вирізняються також США, Бразилія, ФРН, Данія, Франція, Великобританія, Нідерланди, Угорщина. Світове поголів'я овець становить 1,2 млрд голів. Понад третина їх припадає на Азію, понад 18 % — на Австралію та Нову Зеландію, близько 16 % — на Африку, понад 16 % — на Європу, близько 9 % — на Америку. У сферу світової торгівлі щороку надходить понад 5 млн овець.

Основну кількість м'яса, молока та іншої тваринницької продукції виробляють розвинені країни світу. У світі щороку виробляється понад 160 млн т м'яса. Середньорічне споживання м'яса на душу населення у світі не досягає 35 кг, тоді як в економічно розвинених країнах становить 120-130 кг. Основними постачальниками худоби на світовий ринок є США, країни Європейського Союзу, Австралія, Аргентина, Бразилія, Уругвай, Нова Зеландія, Данія. Імпортерами конини є Італія, Франція, країни Бенілюксу, Австрія.

У країнах Близького і Середнього Сходу існує попит на живих овець з огляду на релігійні чинники.

Найбільшими експортерами телятини є Австралія, Бразилія, Аргентина, Нова Зеландія та Уругвай, свинини — Данія, США, Канада, країни Бенілюксу, баранини — Австралія і Нова Зеландія, птиці — США та країни ЄС.

Продукція птахівництва широко представлена на світовому ринку. Світове поголів'я птиці становить понад 120 млрд голів. На Азію припадає 40 % світового поголів'я (близько половини азіатського поголів'я зосереджено у Китаї), на Європу — близько 17 %, на Америку — понад 20 %, на Африку — 9 %. Світове виробництво м'яса птиці становить щороку близько 45 млн т, яєць — понад 500 млрд штук. 80 % продукції птахівництва припадає на курей, 15-17 % — на індиків.

У сфері міжнародної торгівлі м'ясо реалізується у свіжому, охолодженому та замороженому вигляді. Частка двох останніх видів м'яса має тенденцію до зростання. Ціни м'яса на міжнародному ринку зазнають значних коливань.

У сферу світової торгівлі щороку надходить близько 11 млн т молокопродуктів (передусім сирів, сухого молока, вершкового масла). Основні постачальники цієї продукції — Нова Зеландія та країни ЄС.

У ряді країн *лісове господарство* належить до сільського господарства. За станом на 1993 р. обсяг світового виробництва різних лі-сових товарів був таким:

- круглих лісоматеріалів — 3484,4 млн м ;
- фанери — 48,3 млн м ;
- деревостружкових плит — 51,6 млн м ;
- деревоволокнистих плит — 19 млн м ;
 - паперу і картону — 253,3 млн м ;
 - пиломатеріалів — 432,4 млн м³ .

Найбільшими у світі виробниками різних видів товарів з деревини є такі країни:

- круглих лісоматеріалів — США, Китай, Індія, Бразилія, Індонезія, Канада, Росія;
- фанери — США, Індонезія, Японія, Китай, Канада, Росія;
- деревостружкових плит — ФРН, США, Канада, Росія Франція;
- деревоволокнистих плит — США, Китай, Росія, Японія;
- паперу і картону — США, Японія, Китай, Канада, ФРН, Фінляндія, Франція;
- пиломатеріалів — США, Канада, Росія, Японія, Китай.

Понад половина світового обсягу лісозаготівель припадає на дров'яну деревину, що широко застосовується як паливо у країнах Південної півкулі. Країни Північної півкулі намагаються ширше використовувати широколисту деревину й економити хвойну. Країни, в яких добре розвинена лісопереробна промисловість, забезпечують максималь-но можливе використання заготовленої деревини за допомогою ути-лізації її відходів. Відходи деревини перетворилися на важливу статтю міжнародної торгівлі

Бавовник забезпечує (за вагою) майже 50 % світового виробниц-тва волокон. Найбільшими виробниками бавовнику є США, Китай, Індія. На ці країни припадає близько 50 % міжнародної торгівлі

тек-стильними волокнами. Найбільші експортери бавовнику — США, Узбекистан, Австралія, Пакистан, Туркменістан, імпортери — Росія, Японія, Південна Корея, Індонезія, країни ЄС. Нью-Йоркська біржа і посередницький ринок Асоціації з бавовнику у Ліверпулі вважаються основними центрами світової торгівлі бавовною. Ціни на бавовник досить нестабільні. Вирощують бавовник коротко-, середньо- і довговолокнистих сортів. Коротковолокнистим вважається бавовник, що має довжину волокон від 1 до 4 см. Середньоволокнисті та довговолокнисті сорти потребують більших затрат для свого вирощування, тому дорожчі. Лише у США бавовник збирають виключно за допомогою техніки, в інших країнах застосовують ручну працю. На світовому ринку реалізуються також відходи бавовнику.

Основні виробники *джуту* — Індія, Бангладеш, Шрі-Ланка, окремі регіони Африки. Використовується переважно для виготовлення тканинної тари, вважається заміником конопель (*hemr*).

Частка вовни у споживанні всіх текстильних волокон становить близько 5 %. Основні продуценти — Австралія, Нова Зеландія, Аргентина, Уругвай, ПАР, країни СНД. Найпоширеніша форма торгівлі вовною — аукціон.



Тема 4. Характеристика міжнародного ринку торгівлі послугами

- 4.1. Характеристика послуг як товару. Класифікація послуг у міжнародній торгівлі
- 4.2. Характеристика основних секторів світового ринку послуг

Основні поняття теми: послуги; факторні послуги; нефакторні послуги; міжнародний туризм; міжнародні страхові послуги; міжнародний інжиніринг; міжнародний консалтинг; франчайзинг; міжнародний лізинг; міжнародні транспортні послуги.

4.1. Характеристика послуг як товару. Класифікація послуг у міжнародній торгівлі.

Сьогодні міжнародна торгівля послугами набуває все більшого значення і стає предметом уваги з боку провідних спеціалістів світу. За статистикою UNCTAD, частка послуг у світовій торгівлі становить понад 20%, а сама сфера послуг стає найбільшим реципієнтом міжнародних інвестицій.

Зазвичай, міжнародну торгівлю послугами розглядають невідривно від міжнародної товарної торгівлі, а під міжнародною торгівлею розуміють торгівлю як товарами, так і послугами. Проте, поняття послуги є більш багатогранним, ніж поняття товару. Послуга - це широка гамма різноманітних видів діяльності. На думку багатьох вчених, в практичній діяльності немає іншого поняття, яке б мало таку кількість значень, як послуга. Адже лише така галузь, як побутове обслуговування, надає більше 800 видів послуг.

До основних особливостей світового ринку послуг слід віднести наступні:

- системність розвитку, яка означає, що ринок послуг розглядається як цілісна система з багатьма складовими, пов'язаними між собою;

- чутливість до ринкових змін, причиною якої є постійні коливання в попиті та пропозиції послуг на ринку;

- висока швидкість обороту капіталу, пов'язана з коротшим виробничим циклом в сфері послуг;

- постійне зростання асортименту послуг.

Світовий ринок послуг як категорія міжнародної економіки функціонує відповідно до основних законів ринкового господарства, а саме: закону вартості, закону попиту та пропозиції, закону росту продуктивності праці, закону нагромадження, закону пропорційного розвитку. Закономірності розвитку сфери послуг слід вбачати в поступовому залученні окремих країн до світового ринку послуг, переплетенні їх економічних інтересів в цій галузі, динамізмі розвитку національних ринків послуг, що проявляється у зростанні об'ємів надання послуг.

На світовому ринку послуг домінують вісім країн: США, Великобританія, Франція, Німеччина, Японія, Бельгія, Нідерланди, Італія, на які припадає 2/3 світового експорту послуг і більше 50% імпорту. Частка першої п'ятірки складає відповідно більше 50% експорту, при набагато нижчій частці імпорту. При цьому на чотири країни (США, Великобританію, Німеччину, Францію) припадає 44%

усього світового експорту послуг. Експортна квота США і Великобританії на світовому ринку дорівнює 30%, імпортна значно нижча.

Останнім часом разом з традиційними великого значення набувають спеціалізовані послуги, такі як проектно-конструкторські, будівельно-монтажні, підготовка програмного забезпечення і технічного обслуговування обчислюваної техніки, патенти, ліцензії, ноу-хау, інжиніринг, лізингові послуги.

Взагалі, послуги – це зміна у становищі інституціональної одиниці, що відбувається внаслідок дій і на основі взаємної згоди з іншою інституціональною одиницею.

Особливості послуг як товару:

- невидимість;
- нерозривність процесу виробництва й реалізації;
- розрив у часі між фактом купівлі-продажу та фактом їхнього споживання;
- здебільшого, неможливість накопичення, зберігання і транспортування;
- невідчутність на дотик;
- високий ступінь індивідуалізації (залежно від вимог споживача);
- територіальна розрізненість їхнього виробника і споживача.

Причини зростання сфери послуг:

- досягнення високого ступеня зрілості економіки й високого рівня життя населення у промислово розвинених країнах;
- утворення нових видів діяльності, насамперед у сфері послуг внаслідок поглиблення МПП.

За класифікацією ГАТТ/СОТ послуги поділяються на:

- комунальні та будівництво;
- оптова та роздрібна торгівля;
- ресторани та готельні послуги;
- транспортування, зберігання та зв'язок;
- фінансове посередництво;
- оборона, охорона здоров'я та громадські роботи;
- особисті, культурні та рекреаційні послуги.

За класифікацією Світового банку послуги поділяються на:

- факторні послуги (factor services) – платежі, що виникають у зв'язку з міжнародним рухом факторів виробництва, насамперед

капіталу й робочої сили (доходи на інвестиції, роялті й ліцензійні платежі, зарплата, виплачена нерезидентам);

- нефакторні послуги (non-factor services) – інші види послуг (транспорт, подорожі й інші нефінансові послуги).

Надання послуг здебільшого відбувається одночасно з продажем товару або здійсненням інвестицій у ту чи іншу країну. Тому відповідно до способів доставки послуг споживачеві послуги поділяються на:

- послуги, пов'язані з інвестиціями (investment-related services), банківські, готельні та професійні послуги;

- послуги, пов'язані з торгівлею (trade-related services), – транспорт, страхування;

- послуги, пов'язані одночасно з інвестиціями та торгівлею (trade and investment related services), – зв'язок, будівництво, комп'ютерні й інформаційні послуги, особисті, культурні й рекреаційні послуги.

Залежно від зв'язку з матеріальним продуктом виділяють наступні послуги:

Виробничі (матеріальні) - пов'язані з матеріальним продуктом.

Невиробничі (нематеріальні) – спрямовуються безпосередньо на людину та її оточення. Існує корисний з аналітичної точки зору розподіл міжнародних угод із послуг залежно від характеру поведінки продавця й покупця послуг.

Наведена класифікація включає не тільки послуги у традиційному смислі слова, а й рух факторів виробництва, які є носіями цих послуг.

Існує кілька механізмів здійснення угод із міжнародної торгівлі послугами:

- Мобільність покупця. Покупці послуг, що є резидентами однієї країни, приїждять до продавця послуг, який є резидентом іншої країни. Мобільність покупця, звичайно, заснована на тому, що за кордоном він може одержати послугу, яка або відсутня у його країні (туризм), або якість якої вища (освіта, медична допомога), або вартість нижча (складування товарів, ремонт судів).

- Мобільність продавця. Продавець послуг, який є резидентом однієї країни, приїждить до покупця послуг, який є резидентом іншої країни. Мобільність продавця, звичайно, засновано або на тому, що його покупець перебуває за кордоном і не може переміститися до

продавця (аудиторські й бухгалтерські послуги для підприємств), або на специфічному характері самої послуги (будівництво).

- Одночасна мобільність продавця й покупця або мобільний характер самої послуги. І продавець, і покупець або одночасно спільно використовують послугу (міжнародна телефонна розмова), або збираються до третьої країни (міжнародна конференція), або продавець надає покупцеві послугу через представництво у третій країні.

До класифікації послуг також є різні підходи, основні з яких наведено у таблиці 4.1.

Таблиця 4.1

Класифікації міжнародних послуг

Розробники	Види послуг
Класифікація МВФ	Транспорт (пасажирський і вантажний), поїздки (ділові і особисті), зв'язок, будівництво, страхування, фінансові послуги, роялті та ліцензійні платежі, інші бізнес-послуги (посередницькі послуги, лізинг та інші ділові, професійні і технічні послуги), особисті, культурні та рекреаційні послуги (аудіовізуальні та інші), урядові послуги
Класифікація ГАТТ/СОТ	Комунальні послуги та будівництво; оптова та роздрібна торгівля, ресторани та готелі, транспортування, зберігання та зв'язок і фінансове посередництво; оборона, охорона здоров'я та громадські роботи; інші комунальні послуги, соціальні та особисті послуги.
Класифікація Світового банку	Факторні послуги, які включають платежі, що виникають у зв'язку з міжнародним рухом факторів виробництва (доходи та інвестиції, роялті та ліцензійні платежі, зарплата нерезидентам)
	Не факторні послуги, які включають решту видів послуг (транспорт, подорожі та інші не фінансові послуги)
Класифікація А. Киреева залежно від способу доставки послуг споживачам	Послуги, пов'язані з інвестиціями, - банківські, готельні, професійні послуги
	Послуги, пов'язані з торгівлею, - транспортні, страхування
	Послуги, пов'язані одночасно з торгівлею та інвестиціями, - зв'язок, будівництво, комп'ютерні та інформаційні послуги, особисті, культурні і рекреаційні послуги

В Україні використовується класифікація послуг, розроблена Світовим банком. У платіжному балансі України послуги класифікуються на такі групи:

- транспортні (залізничний транспорт, автомобільний, морський, повітряний, інший);
- подорожі;
- будівельні;
- фінансові;
- послуги зв'язку;
- страхові;
- комп'ютерні й інформаційні;
- роялті та ліцензійні;
- реклама та маркетинг;
- наукові та конструкторські розробки;
- інші послуги

При цьому міжнародні угоди з послуг можна поділити з точки зору переміщення виробника або споживача послуг (табл. 4.2.)

Таблиця 4.2.

Міжнародні угоди з послуг

	Споживач не переміщується	Споживач переміщується
Виробник не переміщується	А. Транспортні, комп'ютерні й інформаційні послуги	В. Поїздки (туризм), освіта й медичні послуги
Виробник переміщується	С. Прямі іноземні інвестиції, тимчасова трудова міграція	Д. Поїздки до третіх країн, організовані фірмами-нерезидентами

Джерело: Румянцев А.П., Коваленко Ю.О. Світовий ринок послуг: навч. посіб.-К.:ЦУЛ,2006.-456с.

4.2. Характеристика основних секторів світового ринку послуг

Міжнародний туризм – це багатопланова система послуг, спрямована на задоволення потреб осіб, які є представниками одних країн і перебувають із короткостроковим візитом в інших.

Організація турпоїздок – продаж путівок і турів – послуги з розміщення та харчування туристів – організація переміщення туристів країною.

Організація відвідування закладів культури – організація розваг – організація реклами – доведення інформації до туристів.

Види туризму: етнічний, релігійний, діловий, науковий, рекреаційний, пізнавальний, спортивний, пригодницький, екологічний.

Міжнародні страхові послуги – це система економічних відносин, яка включає створення спеціального ринку коштів (страхового фонду) і його використання для відшкодування різних збитків, спричинених наслідками стихійних і випадкових дій природи та людини (страхових випадків), шляхом страхового відшкодування.

Види страхування в МЕВ:

- страхування зовнішніх ризиків;
- страхування транспортування;
- страхування життя;
- від нещасних випадків;
- на випадок хвороби;
- від вогню та стихії;
- авіаційне страхування;
- морське страхування;
- страхування будівельно-монтажних ризиків;
- страхування експортних кредитів;
- хеджування.

Міжнародний інжиніринг – сукупність інтелектуальних послуг, спрямованих на одержання найкращих підсумків від капітальних вкладень, рішень для реалізації проектів за рахунок раціонального й ефективного добробуту та використання ресурсів і технологій.

Реінжиніринг – інженерно-консультативні послуги з перебудови системи організації й управління виробничо-торговельними та інвестиційними процесами підприємств із метою підвищення його конкурентоспроможності та фінансової стійкості (кризовий реінжиніринг, реінжиніринг розвитку).

Міжнародний консалтинг – вид міжнародної діяльності з надання послуг консультування виробників, продавців і покупців із широкого кола питань економічної діяльності, передусім, консультування в зовнішньоекономічній сфері.

Структура системи консалтингових послуг:

- дослідження кон'юнктури світових ринків товарів і послуг;
- стратегічне планування та менеджмент;
- дослідження проблем світових цін;
- фінансові питання;
- маркетинг та організація збуту;
- із вибору партнера;
- із питань оподаткування;
- із оцінки та добору кадрів;
- із організації інвестування і створення СП;
- із розробки нових виробничих концепцій;
- із питань структурної перебудови виробництва.

Франчайзинг – це використання вже існуючої і добре відомої ідеї бізнесу, яка має певний імідж і розповсюджується власником ідеї – франчайзером.

Міжнародний лізинг – це спеціальна операція, за якою лізингова фірма (орендодавець) на підставі угоди з орендарем купує у виробника предмети оренди й передає їх орендареві на певний термін за встановлену плату.

Міжнародні транспортні послуги

Міжнародний транспорт – послуги різних видів транспорту, що надаються резидентами однієї країни резидентам іншої країни. Транспорт у міжнародних зв'язках забезпечує перевезення вантажів і пасажирів між країнами, тобто створює транспортні послуги й використовується в міжнародних сполученнях.

Види транспорту: водний, повітряний, наземний, трубопровідний, космічний.

Сегменти ринку транспортних послуг:

- внутрішні регулярні перевезення (із виділенням місцевих);
- міжнародні регулярні перевезення;
- нерегулярні перевезення (міжнародні, внутрішні);
- перевезення, згруповані за державами, регіонами, підрегіонами, парами міст (аеропортів);

- за структурним складом пасажирів.

Етапи міжнародного перевезення вантажу:

- територією країни-експортера;
- транзитною або морською ділянкою;

- територією країни-експортера.

Суб'єкти міжнародних транспортних відносин:

• Перевізник – укладає контракт на перевезення товару та здійснює перевезення.

• Експедитор (фрахтовий агент, комісіонер, брокер) – організує перевезення вантажів перевізниками та супроводжує вантажі.

• Стівідор – оператор вантажних терміналів.

Особливості розвитку міжнародного транспорту:

• Наслідком роботи транспорту є не новий продукт, а певний корисний ефект, що полягає в переміщенні або зміні переміщення вантажів і пасажирів.

• Використовується не сировина, а засоби виробництва й допоміжні матеріали.

• Своєю діяльністю продовжує виробничий процес.

• Пов'язаний із усіма галузями національного господарства.

• Характерне лінійне розміщення.

• Прискорює соціально-економічний розвиток.

• Зумовлює розміщення окремих галузей виробництва.

• Транспортні витрати враховують у загальних витратах виробництва двічі: а) на стадії виробництва; б) на стадії обороту.

Фактори, що впливають на вибір транспорту для міжнародних сполучень:

1. Державно-політичні:

- характер взаємовідносин держав, уключаючи країни, через які перевезення йдуть транзитом;
- нормативно-правове регулювання транспорту;
- державна підтримка національних перевізників і заходи обмеження стосовно іноземних перевізників;
- історичні умови формування транспортної мережі;
- військові й соціальні конфлікти.

2. Природно-географічні:

- природні та кліматичні особливості країн і регіонів, уключаючи розміри території, імовірність стихійних лих і погодних умов;
- метеорологічний стан;
- екологічний вплив засобів транспорту на навколишнє середовище;
- сезонність перевезень.

3. Технічні й експлуатаційні характеристики транспортних засобів:

- рівень НТП на окремих видах транспорту;

- безпека та надійність роботи технічних засобів транспорту;
- собівартість транспортування;
- швидкість доставки;
- рівень навігаційного забезпечення;
- можливість регулярного (неперервного) або іноді, навпаки, спеціального (чартерного) транспортного обслуговування;
- можливість і необхідність відповідної підготовки транспортних комунікацій;
- відповідність умов транспортування транспортним характеристикам товару.

4. Торговельно-економічні:

- рівень і темпи розвитку країн і регіонів;
- стан загальної ринкової кон'юнктури;
- стан ринкової кон'юнктури на відповідному ринку транспортних послуг;
- стан платіжного та торгового балансу;
- стан валютних ринків;
- особливості цінової (тарифної) політики, розміри пільг, знижки;
- грошові й розрахунково-кредитні відносини;
- рівень інформаційного (у тому числі рекламного) забезпечення перевізників і їхніх клієнтів;
- рівень розвитку, характер і форми посередництва в міжнародних транспортних операціях.

Чартер – договір фрахтування, який укладається між фрахтівником і фрахтувальником.

Фрахтівник – особа, яка уклала договір морського (повітряного) перевезення з умовою надання для морського перевезення вантажу всього судна, його частини або певних судових приміщень.

Фрахтувальник – перевізник або особа, яка від імені перевізника уклала договір морського (повітряного) перевезення.

Чартерне повітряне перевезення – перевезення, яке виконується на підставі договору чартеру (фрахтування повітряного судна), за яким одна сторона (фрахтівник) зобов'язується надати іншій стороні (фрахтувальнику) за платню всю місткість одного чи кількох повітряних суден на один або кілька рейсів для повітряного перевезення пасажирів, багажу, вантажу, пошти або з іншою метою, якщо це не суперечить чинному законодавству.

Коносамент – юридичний документ, що:

- підтверджує наявність договору перевезення,
- засвідчує прийняття вантажу до перевезення,
- містить обов'язок перевізника видати вантаж у пункті призначення вантажоотримувачу.

Види коносаментів:

- іменний;
- на пред'явника;
- делевері-ордерний;
- прямиий;
- наскрізний.

Види фрахтування суден:

- Фрахтування на один рейс (voyage charter).
- Фрахтування на послідовні рейси (consecutive charter).
- Фрахтування за генеральним контрактом (general contract).
- Фрахтування судна на певний час – тайм-чартер (time- charter).
- Фрахтування судна без екіпажу – бербоут-чартер (bare-boat charter).

charter).

Правове регулювання транспортних відносин на світовому ринку

Міжнародні транспортні конвенції – міжнародні угоди, які визначають умови перевезення вантажів і пасажирів тими чи іншими видами транспорту

1. Морські перевезення:

- Гаазькі правила про коносаменти (1924 р.).
- Брюссельський протокол з перегляду Гаазьких правил про коносаменти (правила Гаага-Вісбі) (1968 р.) набрав чинності в 1978 р.
- Конвенція ООН про морські перевезення вантажів (Гамбурзькі правила).
- Європейська угода про найважливіші внутрішні водні шляхи міжнародного значення (1996 р.).
- Європейська угода про міжнародні перевезення небезпечних вантажів внутрішніми водними шляхами (ВОПОГ).

2.Залізничні перевезення:

- Бернська Конвенція про міжнародні залізничні перевезення (COTIF, 1980 р.).
- Міжурядова організація з міжнародних перевезень залізничним транспортом (ОТІФ).
- Угода про міжнародне залізничне вантажне сполучення (1951р.).

3. Автомобільні перевезення:

- Конвенція про договір міжнародного перевезення вантажів (1956 р.діє в редакції 1978 р.).
- Європейська угода про міжнародні автомобільні перевезення небезпечних вантажів (1968 р.).
- Митна конвенція про міжнародні перевезення вантажів із застосуванням книжки МДП (Конвенція МДП, 1959 р., 1975 р. – нова редакція, набула чинності в 1978 р.).
- Європейська угода щодо роботи екіпажів транспортних засобів, які виконують міжнародні автомобільні перевезення (ЄУТР).
- Конвенція ООН з міжнародних змішаних перевезень вантажів (24.05.1980 р.).

4. Повітряні перевезення:

- Конвенція про уніфікацію деяких правил, що стосуються міжнародних авіаперевезень (1929 р.).
- Гаазький протокол (1955 р.).
- Гватемальський протокол (1971 р.).
- Монреальський протокол (1975 р.).
- Гвадалахарська конвенція (1961 р.).

Міжнародні транспортні організації:

- Організація співробітництва залізниць (ОСЗ).
- Міжнародний союз залізниць (МСЗ).
- Міжнародна авіаційна транспортна асоціація.
- Європейської економічної комісії (ЄЕ) (ІАТА).
- Міжнародна організація цивільної авіації (ІКАО).
- Європейська Конференція Міністрів транспорту (ЄКМТ) .
- Комітет з внутрішнього транспорту (КВТК) ООН.
- Міжнародний союз автомобільного транспорту (МСАТ).
- Міжнародна морська організація (ІМО).
- Європейська конференція цивільної авіації (ЄКЦА).
- Міжнародна організація морського супутникового зв'язку (ШМАРСАТ, 1978 р.).
- Комітет із внутрішнього транспорту Європейської економічної комісії ООН.
- Дунайська Комісія й інші.



Тема 5. Методи міжнародної торгівлі

- 5.1. Систематизація методів міжнародної торгівлі. Переваги та недоліки прямої торгівлі.
- 5.2. Особливості міжнародної торгівлі через посередників.
- 5.3. Особливості міжнародної торгівлі через інституціональних посередників.

Основні поняття теми: метод торгівлі; пряма торгівля; непряма торгівля; транзитна торгівля; операції з перепродажу; дистриб'ютори; комісійні операції (договір комісії, договір консигнації); агентські операції (агентські угоди); брокерські операції; торгові фірми; експортні фірми; імпортні фірми; оптові фірми; стокісти; товарні біржі; міжнародні торги; міжнародні аукціони.

5.1. Систематизація методів міжнародної торгівлі. Переваги та недоліки прямої торгівлі.

Під методом міжнародної торгівлі слід розуміти організаційну форму та порядок здійснення зовнішньоторговельної операції, тобто це засіб здійснення торговельного обміну (торговельної операції чи торговельної угоди). В міжнародній торговельній практиці використовується два основні методи торгівлі:

- торгівля напряму (здійснення операції безпосередньо між виробником і споживачем);
- через посередників

Торгівлю напряму утворюють форми, що реалізуються самими компаніями та підприємствами, які, як правило, мають достатній рівень фінансових активів для створення й утримання власного зовнішньоторговельного апарату, що складається із спеціалізованих служб та органів, які виконують організаційні, кредитно-розрахункові, транспортні, рекламні, аналітичні та інші зовнішньоторговельні функції. Такі компанії реалізують свою продукцію на закордонних ринках через створені там філій та дочірніх фірм, які на світовому ринку мають статус оптових або роздрібних підприємств, функціональні завдання, права та обов'язки яких визначаються за домовленістю із засновниками.

Серед переваг організації безпосередньої зовнішньої торгівлі слід виділити :

- можливість заощаджувати фінансові ресурси за рахунок скорочення витрат на суму комісійної винагороди посереднику;
- зниження ризику та залежності результатів комерційної діяльності від можливої несумлінності чи недостатньої компетентності посередницької організації;
- використання переваг безпосереднього контакту зі споживачами та можливість отримання інформації про стан і тенденції розвитку ринку в процесі організації на ньому маркетингової діяльності.

Водночас застосування цього методу торгівлі передбачає наявність високої комерційної кваліфікації персоналу та торговельного досвіду компанії в цілому.

Міжнародна торгівля у порівнянні з внутрішньою є більш ризикованою, що зумовлено економічними, правовими та соціальними особливостями здійснення діяльності в різних країнах, їх традиціями та звичаями, тощо. Тому для проведення міжнародних торговельних операцій буває доцільно використовувати посередників(непрямий метод торгівлі).

Переваги залучення посередників полягають у наступному:

- підвищують оперативність збуту;
- підвищують прибуток за рахунок прискорення обігу капіталу;
- оперативніше реагують на зміни в ринковій кон'юктурі, що дозволяє реалізовувати товар на більш сприятливих для експортера умовах;
- підвищують конкурентоспроможність товарів за рахунок можливості післяпродажного сервісу;
- являються джерелом первинної інформації про рівень якості і конкурентоспроможності товарів.

До непрямой торгівлі відносять:

- торгівлю через посередників (торговельні компанії та інші посередницькі фірми);
- торгівлю через організовані товарні ринки, тобто через міжнародні товарні біржі, тендери (торги), аукціони та виставки-ярмарки

Крім того, якщо поставка товару відбувається не безпосередньо між експортером та імпортером в країні, що виробляє товар або в

країні, що купує товар, а через транзитного торговця в третій країні, то така торгівля зветься транзитною.

Транзитна торгівля — як поставка товару не безпосередньо від експортера до імпортера, а через посередника (транзитного торговця) в третій країні. Транзитна торгівля може бути:

- активною (товари з-за кордону переправляються (перепродаються) місцевими торговцями в третю країну);
- пасивною (зарубіжний транзитний торговець продає товари, вироблені в інших країнах, національним підприємствам; або товари, вироблені на території іншої країни, збуває в треті країни);
- змішаною (якщо транзитний продавець здійснює на митному складі або у вільному порту переробку, пересортування чи перепакування товару);
- просту (при збереження цілісності товару та тільки його перепродаж).

5.2. Особливості міжнародної торгівлі через посередників.

Види та характер торговельно-посередницьких операцій обумовлюються функціями, що їх виконують посередники. В сучасних умовах посередницькі функції значно розширилися, що пов'язано зі зростанням ролі торговельно-посередницьких фірм в міжнародній торгівлі. Розширилося й надання різноманітних видів послуг, серед яких слід виділити:

- операції з організації збуту - пошук контрагентів, підписання угод від імені продавця, надання гарантій сплати за товар покупцем, проведення рекламних кампаній та дослідження ринків;
- транспортно-експедиторські операції, операції з транспортування та страхування вантажів;
- фінансування торговельних операцій;
- надання технічних послуг, здійснення після продажного технічного обслуговування;
- збирання, обробка та надання інформації про стан і тенденції розвитку регіональних товарних ринків.

Залучення торговельного посередника дозволяє:

- запобігти інвестуванню значних коштів в організацію збутової мережі на території країни-експортера або за кордоном, оскільки торговельно-посередницькі фірми мають власну матеріально-технічну

базу (складські приміщення, демонстраційні зали, ремонтні майстерні, а часом і свої роздрібні магазини);

- збільшити прибуток за рахунок продажу товару на іноземному ринку безпосередньо з моменту поліпшення кон'юнктури за більш високими цінами внаслідок того, що посередники, перебуваючи поруч з кінцевими споживачами, чутливо реагують на будь-які зміни попиту;

- звільнити експортера від багатьох операцій, пов'язаних з реалізацією товару (доставка до країни-імпортера, сортування та пакування, підбір за асортиментом, пристосування до вимог місцевого ринку, реклама тощо);

- скористатися капіталом торговельно-посередницьких фірм для фінансування угод як на основі короткотермінового, так і середньо термінового кредитування;

- проникнути на регіональні ринки деяких товарів, що цілком монополізовані торговими посередниками і є недосяжними для встановлення прямих контактів зі споживачами.

Проте, використання посередників при здійсненні операцій міжнародної торгівлі, має певні недоліки, які полягають здебільшого у втраті експортером безпосередніх контактів зі споживачами на зарубіжних ринках та в значній залежності від сумлінності та підприємницької активності посередника.

Залежно від характеру взаємодії між експортером та торговим посередником і функцій, які виконує торговий посередник, розрізняють; операції з перепродажу, комісійні, агентські та брокерські операції. Операції з перепродажу здійснюються торговим посередником від свого імені та за свій рахунок. Це означає, що торговий посередником самостійно виступає стороною договору як з експортером, так і з кінцевим покупцем, і стає власником товару після його оплати. Розрізняють два види операцій з перепродажу:

- операції, в яких торговий посередник виступає по відношенню до експортера як покупець, що купує товари на основі договору купівлі-продажу. Він стає власником товарів і може реалізувати їх на свій розсуд на будь-якому закордонному ринку і за будь-якою ціною. Відносини між експортером і такого роду посередником припиняються після виконання сторонами своїх зобов'язань за договором купівлі-продажу;

- операції, для здійснення яких експортер та торговий посередник підписують договір про продаж товарів на певній

території та на конкретний термін з глибокою деталізацією всіх інших аспектів угоди.

Дистрибутори продають товари від власного імені та за власний кошт Вони самостійно відповідають за всі види ризиків, пов'язаних з псуванням чи втратою товарів, а також з неплатоспроможністю покупця.

Широке розповсюдження у міжнародній торгівлі набули також *комісійні операції*, контрагентами в яких виступають комісіонер (посередник) і комітент. Для здійснення таких операцій комісіонери отримують право пошуку партнерів і підписання з ними контракту від свого імені, але за рахунок продавця чи по купця (комітента), який бере на себе комерційні ризики

Досить розповсюдженою формою комісійних операцій є продаж товарів на умовах *консигнації*. За такими умовами експортер (консигнант) постачає товари на склад, посередника (консигнатора) для реалізації на ринку протягом певного терміну. Консигнатор здійснює платежі консигнанту в міру реалізації товару зі складу. Непродані до встановленого терміну товари консигнатор має право повернути консигнанту. На умовах консигнації реалізують здебільшого товари касового попиту. За умови консигнації експортер кредитує посередника на середній термін реалізації товару.

Агентські операції в міжнародній торгівлі полягають у дорученні однією стороною, що має назву принципала, незалежній від неї іншій стороні, що має назву агента (торгового, комерційного), здійснення фактичних та юридичних дій, пов'язаних з продажем чи купівлею товару на обумовленій території за рахунок і від імені принципала. Агентські операції здійснюються на основі більш чи менш тривалої угоди, що дістала назву агентської. Комерційна агентська угода - найпростіший і, напевно, найпоширеніший засіб організації продажу товарів в інших країнах.

Агент у більшості випадків є юридичною особою, яка зареєстрована в торговельному реєстрі. Хоча агент і зобов'язаний діяти в межах повноважень, визначених в агентській угоді, він не підлягає прямому контролю та нагляду з боку принципала. Незалежність агента полягає в тому, що він не є суб'єктом трудових відносин з принципалом і може здійснювати свою діяльність самостійно за певну винагороду (2-5 % від вартості контракту). Агент лише сприяє здійсненню угоди купівлі-продажу, але сам у ній (як сторона

контракту) не бере участі і не купує за свій рахунок товари. Він діє лише як представник принципала в межах відповідальності, покладеної на нього агентською угодою, а також виконує функції повіреного. В цьому полягає відмінність агентської угоди від договору на надання прана на продаж. Залежно від місця на ринку, агентів поділяють на простих, з правом «першої руки», та ексклюзивних. Прості агенти отримують право здійснювати збут певної номенклатури товарів принципала на обумовленій території та отримувати від нього винагороду. Така угода не обмежує права принципала, який може самостійно або через інших агентів виходити з цими ж товарами на той самий ринок без виплати простому агенту будь-якої винагороди чи компенсації. Агентство з правом «першої руки» є різновидом простого. У відповідності до угоди про агентство з правом «першої руки» принципал зобов'язаний спочатку запропонувати товар агенту й лише після його відмови продавати товар на цьому ринку самостійно або через інших посередників без виплати винагороди агенту. Ексклюзивні агенти отримують монополне право продавати товари принципала певної номенклатури на обумовленій території протягом встановленого терміну та отримувати за це винагороду. При цьому принципал втрачає право виходити на цей ринок з товарами, номенклатура яких була визначена в угоді, самостійно чи через інших агентів.

Брокерські операції здійснюються професійними посередниками, які сприяють укладанню угод між зацікавленими сторонами — клієнтами. Такі посередники задіяні у збуті та купівлі товарів, але самі не виступають стороною угоди — вони лише надають необхідну інформацію зацікавленим сторонам, які беруть на себе зобов'язання за угодою. На відміну від агента, брокер не перебуває в договірних відносинах зі сторонами, а діє на основі окремих доручень. Його головне завдання в тому, щоб знайти покупця для продавця (і, навпаки), а також сприяти підписанню контракту між ними. Брокерські або маклерські операції з підготовки угод зводяться до надання замовникові комерційної інформації про стан ринку, пошук контрагента та ведення з ним переговорів на основі отриманих від клієнта матеріалів (специфікації, прейскурантів тощо), підготовки проекту контракту, направленню кожній з обох сторін підписаних відповідним чином примірників контракту, доставки сторонам іншої документації щодо здійснення угоди. Винагороду за посередництво

брокер, як правило, одержує від тієї сторони, яка звернулася до нього першою. Така винагорода дістала назву брокеридж і її розмір при товарних операціях коливається в межах від 0,25 – 3 % від вартості угоди.

До торговельно-посередницьких належать фірми, які в юридичному та господарчому відношенні незалежні від виробника та споживача товарів і діють з метою одержання прибутку, джерелами якого є або різниця між цінами закупівлі товарів у експортерів і цінами, за якими ці товари продаються покупцям, або винагорода за надані послуги з просування товарів на зовнішні ринки. До таких фірм відносять *торговельні фірми*, як правило, здійснюють операції за свій рахунок і від свого імені та працюють в основному з постійними постачальниками, підтримуючи з ними довготривалі відносини. За характером здійснюваних операцій торгові фірми поділяються на торговельні дома, експортні, імпорتنі, оптові, роздрібні фірми, а також дистриб'юторів. *Торговельні дома* купують товари у виробників чи оптовиків своєї країни та перепродують їх за кордоном і закупають іноземні товари за кордоном, щоб перепродати їх місцевим оптовикам або роздрібним торговцям, а також промисловим споживачам. *Експортні фірми* є торговельними підприємствами, які закупають на власний кошт товари на внутрішньому ринку з метою перепродажу їх від свого імені за кордоном (можуть бути універсальні та спеціалізовані). *Імпорتنі фірми* закупають за свій рахунок товари за кордоном і продають їх потім на внутрішньому ринку промисловцям, оптовим і роздрібним продавцям. Ці фірми мають на складах товарні запаси і за вимогою негайно здійснюють поставки на внутрішній ринок. *Оптові фірми* виступають як посередники між промисловими чи заготівельними підприємствами і роздрібними торговельними фірмами. Вони закупають за свій рахунок товари за кордоном великими партіями і реалізують їх на місцевому ринку окремим споживачам дрібнішими партіями, одержуючи при цьому прибуток внаслідок різниці в цінах. *Роздрібні фірми* здійснюють свою зарубіжну діяльність у двох формах: у створенні власних закордонних філій у вигляді магазинів роздрібною торгівлі та заснуванні зарубіжних представництв та агентств для закупівлі товарів у дрібних місцевих продуцентів. Великі роздрібні фірми мають широку мережу філій, дочірніх компаній і закупівельних контор за кордоном. *Дистриб'ютори* здійснюють здебільшого операції з імпортування і

виступають як торговці за договором на основі угоди про надання їм права на закупівлю та продаж встановленого кола товарів чи послуг на певних ринках. Дистриб'ютор купує та продає товари від свого імені і за свій рахунок, перебуваючи, як правило, в країні імпортера.

Стокісти є фірмами в країні імпортера, які здійснюють експортно-імпортні операції на основі спеціального договору про консигнаційний склад. Договір підписується на доповнення до основного договору про надання права на продаж, агентського договору, договору комісії. Функція стокіста іноді є однією з додаткових функцій оптової фірми.

Комісійні фірми виконують разові доручення комітентів і діють від свого імені, але за рахунок комітента. Залежно від виду здійснюваних операцій і характеру взаємовідносин з комітентом розрізняють експортні та імпортні комісійні фірми.

Агентські фірми є найпоширенішим видом торговельно-посередницьких фірм, більша частина з яких має західноєвропейське походження. Філії цих компаній спеціалізуються на імпорті та експорті готових виробів і послуг незалежних постачальників. Найбільшу активність агентські фірми виявляють на ринках з обмеженою місткістю.

Брокерські фірми є особливим видом посередницьких фірм, в обов'язки яких входить функція зведення контрагентів. За законами деяких країн брокери не можуть виступати самі покупцями чи продавцями товарів, які їм доручено продати чи купити.

Фектори (від англ. *factor*— комісіонер, агент, посередник) є торговими посередниками, які виконують широке коло посередницьких обов'язків від імені експортера. Вони не тільки здійснюють експорт продукції свого принципала, а й фінансують експортні операції (надання делькредере, сплата авансу виробникові, кредитування покупців), здійснюють страхування експортних кредитів, інкасацію платежів до країни збуту, а також сприяють підбору закордонних агентів.

5.3. Особливості міжнародної торгівлі через інституціональних посередників.

Серед посередників виділяють так званих *інституціональних посередників*, до яких відносять товарні біржі, міжнародні аукціони та міжнародні торги (тендери).

Розповсюдженим способом торгівлі сировинними товарами мінерального та сільськогосподарського походження є *товарні біржі*, які представляють собою постійно діючі оптові ринки продажу однорідних (взаємозамінних) товарів. На світовому товарному ринку *міжнародні товарні біржі виконують наступні функції*:

- обслуговують конкретний світовий товарний ринок;
- залучають до біржових операцій контрагентів з різних країн;
- забезпечують вільний переказ прибутків, які одержують контрагенти по біржових операціях;
- здійснюють спекулятивні операції з метою одержання прибутку від різниці котирувальних цін на біржах різних країн.

Біржовий ринок включає *два основних сектори*: ринок реального товару і ринок абстрактного контракту, тобто сучасну ф'ючерсну біржу. *Угоди з реальним товаром* укладають з метою передачі прав власності на товар продавцем споживачу за визначений грошовий еквівалент. Виконання таких угод полягає у фактичному постачанні товару. *Угоди з абстрактним товаром* укладаються на основі купівлі-продажу стандартних ф'ючерсних контрактів після здійснення біржових операцій.

Товари, які продаються на міжнародних товарних біржах, об'єднані в групи та охоплюють понад 70 найменувань товарного асортименту на біржах реального товару і біля 148 – на ф'ючерсних біржах. До *товарів*, що традиційно є *предметом біржового обороту*, відносять:

- продукти рослинного походження (зерно, масляні культури, цукор, кава, какао, чай, бавовна, каучук і т.д.);
- продукти тваринного походження (м'ясо свіжі і морожене, бройлери, яйця, пряжене сало, тваринницька худоба, шкіра, вовна, сирець-шовк-сирець і т.д.);
- енергетичні і мастильні матеріали, а також інші хімікати (нафта, бензин, мастила, пропан, спирт і т.д.);
- метали, а також вироби і напівфабрикати з них.

З метою упорядкування різноманіття видів товарних бірж проводиться *класифікація товарних бірж* за окремими ознаками (табл. 5.1).

Таблиця 5.1

Класифікація товарних бірж

Ознаки класифікації	Види
Залежно від асортименту товарів	універсальні або широкого профілю (де укладаються угоди широкого асортименту біржових товарів)
	спеціалізовані біржі (де укладаються угоди по окремих видах товарів)
	вужькоспеціалізовані
За регіоном дії	національні
	міжрегіональні
	міжнародні
За характером здійснюваних біржових угод	реального товару
	ф'ючерсні
	опціонні
	комплексні
За ступенем відкритості	відкриті
	закриті

Залежно від прогнозування зміни цін біржовики грають або на підвищенні, або на зниженні цін. Брокери, що грають на підвищенні цін, називаються «биками», а брокери, що грають на зниженні – «ведмедями». Граючи на підвищенні цін, «бики» купують визначену кількість термінових контрактів. Організовані в такий спосіб закупівлі великих партій товарів при відносно стабільній їх пропозиції приводять до росту цін на біржі. Граючи на зниженні цін «ведмеді» продають термінові контракти, що приводить до швидкого зростання пропозиції на біржі при відносно стабільному попиту, і відповідно приводить до зниження цін.

Торгівля на біржі здійснюється публічно шляхом вигуків у спеціально обумовленому місці, яке називається кільцем (у західноєвропейських країнах) чи ямою (в США).

Міжнародні товарні аукціони – це спеціально організовані, періодично діючі в спеціально визначеному місці ринки, де шляхом публічних торгів проводиться продаж раніше оглянутих товарів, які

переходять у власність покупця. Міжнародні аукціони спеціалізуються на збуті реальних товарів з суворо індивідуальними властивостями.

У міжнародній торгівлі склалася досить обмежена номенклатура товарів, що продаються з аукціонів: продовольство (чай, кава, вина), хутро, овеча вовна, шкіра, квіти, предмети мистецтва і старовини (антикваріат), тварини, продукція рибальства й ін.

На аукціонах прийняті від продавців товари сортуються залежно від якості на партії (лоти), з кожної партії вбирається зразок, а лоту привласнюється номер. Товари, що продаються на аукціонах, бувають масовими і одиничними, але їхньою загальною рисою є неоднорідність партій чи окремих екземплярів, що потребує попереднього огляду лоту. Найбільше значення мають: австралійські і новозеландські аукціони (з вовни), чайні аукціони в Калькутті (Індія), Джакарті (Індонезія), Момбасі (Кенія), Коломбо (Шрі-Ланка), центром аукціонної торгівлі каучуком є Сінгапур, хутром – Санкт-Петербург, антикваріатом – Крісті (Christie) і Сотбі (Sotheby) в Лондоні.

Торги на аукціонах проводяться або з підвищенням ціни, або зі зниженням ціни («голландський аукціон») (рис. 5.1).

Аукціонні торги	
<i>Види</i>	<i>Способи</i>
З пониженням цін	Гласний
З підвищенням цін	Негласний
	Автоматизований

Рис. 5.1 – Види і способи ведення аукціонних торгів

Перевага аукціонної форми продажу полягає в можливості продажу значної кількості товарів у короткий термін, визначити попит ринку на даний момент. Розклад аукціонів на рік установлюється міжнародною Федерацією (по конкретному товару) за узгодженням з аукціонними компаніями світу.

Міжнародні торги – метод розміщення замовлень купівлі-продажу або підяду, при якому покупець (замовник) оголошує конкурс для продавців (підрядників) на товар (роботи) з раніше визначеними у спеціальному документі – тендері – техніко-економічними характеристиками і після порівняння отриманих

пропозицій укладає договір з тим продавцем (підрядником), що запропонував більш вигідні умови для покупця (замовника).

За допомогою торгів закуповується різне обладнання, машини, транспортні засоби, устаткування зв'язку, прилади і лабораторна апаратура, а також розміщуються підряди на будівництво виробничих, соціальних та інфраструктурних об'єктів. Звичайно *кваліфікаційні вимоги торгів* розбиваються на дві групи:

1) технологічні, пов'язані зі здатністю продавця (підрядника) виконати замовлення на високому науково-технічному рівні;

2) фінансові (надійне фінансове положення продавця (підрядника); масштаби підрядної чи торгової діяльності, яку він здійснює; можливість здійснення фінансових операцій в іноземній валюті). Найбільш поширені види торгів наведено у табл. 5.2.

Таблиця 5.2

Класифікація міжнародних торгів

Ознаки класифікації	Види
Виходячи з мотивів, цілей та статусу замовників	відкриті (публічні) торги (для всіх бажаючих фірм)
	відкриті торги з попередньою кваліфікацією
	закриті торги («торги за запрошенням»)
	одиничні торги
Залежно від оприлюднення результатів	гласні
	негласні

Оголошення про проведення *відкритих* торгів публікуються покупцями (замовниками) у газетах або спеціалізованих журналах. Інформація про великі торги з'являється за 2-4 місяця до дня проведення, про звичайний – за 1-1,5 місяця, про невеликі – іноді за 20 днів. У день закриття торгів у присутності всіх учасників керівники тендерних комітетів відкривають пакети з пропозиціями, а також повідомляють запропоновані учасниками ціни та рішення тендерних комітетів про передачу замовлень переможцям. Такі торги називають *гласними*. Запрошення до участі в *закритих* торгах розсилаються

замовниками найбільш відомим постачальникам і підрядникам. Закриті торги звичайно проводяться при постачанні дорогого устаткування з високими технічними характеристиками і на складні підрядні роботи, що вимагають високої кваліфікації. Тендерні комітети не проводять публічного розкриття пропозицій і не повідомляють ні складу учасників, ні запропонованих ними умов. Рішення про передачу замовлень не публікується, а з'являється переможець у конфіденційній формі. Такі торги є *негласними*.

Ухвалення рішення і присудження замовлення відбувається через визначений період часу (до 8-10 місяців) після ретельної перевірки відповідності всіх пропозицій поставленим умовам. Для виграшу торгів на постачання устаткуванням вирішальне значення має рівень цін і умови платежу, а для виграшу торгів на об'єкти будівництва – ціна продукції, термін виконання, рівень експлуатаційних послуг, надійність запропонованих методів будівництва.



Тема 6. Регулювання міжнародної торгівлі

- 6.1. Організація системи регулювання зовнішньої торгівлі. Міжнародна торгова політика.
- 6.2. Тарифні методи регулювання міжнародної торгівлі.
- 6.3. Нетарифні методи регулювання міжнародної торгівлі
- 6.4. Міжнародні організації з регулювання та сприяння розвитку міжнародної торгівлі
- 6.5. Міжнародне регулювання та сучасні особливості міжнародної передачі технологій

Основні поняття теми: міжнародна торгова політика; протекціонізм; вільна торгівля; обмеження зовнішньої торгівлі; тарифне і нетарифне регулювання; селективний протекціонізм; колективний протекціонізм; галузевий протекціонізм; прихований протекціонізм; тарифні обмеження; митний тариф; мито; квотування товарів; митний захист; міжнародний картель; ліцензування; експортні субсидії; «добровільне» обмеження експорту; демпінг; регулювання міжнародної торгівлі; ГАТТ/СОТ.

6.1. Організація системи регулювання зовнішньої торгівлі. Міжнародна торгова політика.

Центральним питанням торгової політики є питання: що обрати для забезпечення економічного зростання і добробуту нації: свободу торгівлі чи протекціонізм? Класичні теорії міжнародної торгівлі відповідають на це питання однозначно – свободу торгівлі.

З огляду на це залежно від масштабів втручання держави в міжнародну торгівлю розрізняють *політику вільної торгівлі і протекціоністську торгову політику*.

Вільна торгівля (free trade) – політика мінімального державного втручання в зовнішню торгівлю, що розвивається на основі вільних ринкових сил попиту і пропозиції та базується на усуненні будь-яких перешкод щодо ввезення та вивезення іноземних і вітчизняних товарів. Цю політику проводять країни з високим рівнем розвитку продуктивних сил, що дає змогу місцевим підприємцям витримувати конкуренцію.

Протекціонізм (protectionism) – державна політика захисту внутрішнього ринку від іноземної конкуренції шляхом використання тарифних і нетарифних інструментів торгової політики. Виділяють декілька *форм протекціонізму* (табл. 6.1):

Таблиця 6.1

Форми протекціонізму

Форми	Характеристика
<i>Селективний</i>	скерований проти окремих країн або окремих видів товарів
<i>Галузевий</i>	скерований на захист окремих галузей, найчастіше сільського господарства
<i>Колективний</i>	проводиться об'єднаннями країн щодо країн, які не входять у ці об'єднання
<i>Прихований</i>	здійснюється методами внутрішньої економічної політики.

З середини 90-х рр. ХХ ст. протекціонізм (крім галузей, що традиційно захищаються (енергетика, текстильна та швейна промисловість, сільське господарство), завоював й інші галузі, зокрема виробництво взуття, автомобілів, верстатів, електроніки. У кінцевому підсумку чверть обсягу торгівлі підлягало під дію квот і обмежувальних угод, чверть знаходилась в руках ТНК, чверть становила предмет компенсаційних угод. Така живучість протекціоністських тенденцій пояснюється тим, що вільна торгівля не

лише і не для всіх країн приносить вигоду, та неоднаково впливає на економічне становище різних галузей, фірм, а також на соціально-економічне становище різних верств населення. Відтак конкретна торгова політика формується як результат боротьби між групами (лоббі), що мають різні інтереси, що залежать від змін у правилах регулювання зовнішньої торгівлі.

Мистецтво торгової політики полягає в тому, щоб знайти точку рівноваги між двома тенденціями: вільної торгівлі і протекціонізму. Кожна політика має свої позитивні якості і недоліки, котрі залежать від обставин місця і часу її застосування.

Для країн, що розвиваються, за всіх відмінностей між ними, вибір торгової політики має свої особливості. З одного боку, країни, що розвиваються, зацікавлені в лібералізації торговельних відносин, оскільки, по-перше, їх інвестиційна політика залежить від імпорту з ПРК; по-друге, їм важко конкурувати з ПРК на ринку сільськогосподарської продукції; по-третє, більшість країн, що розвиваються, залежить від імпорту енергоносіїв і зацікавлені в лібералізації торгівлі цим товаром. З іншого боку, з ряду причин, головною з яких є дискримінаційний характер торгових політик ПРК відносно країн, що розвиваються, рівень протекціонізму в них є набагато вищим (середньоарифметична ставка тарифів становить від 24% до 34%).

Країни з перехідною економікою зіштовхуються з проблемами, аналогічними проблемам країн, що розвиваються: зміна економічної структури, адаптація до ринкової економіки, модернізація виробничого апарату та інфраструктури й ін. Для країн з перехідною економікою, саме через їх слабку готовність до комерційної діяльності, до міжнародної конкуренції, є необхідним період адаптації до принципів лібералізму, а з боку світового співтовариства – вироблення форм довіри і співробітництва у відносинах з цими країнами.

Історичний досвід дозволяє сформулювати деякі закономірності торгової політики, котрі повинні враховуватись державами при ухваленні рішень:

1. Коли групи, які зацікавлені в експорті, мають лоббістську організацію, державна політика більшою мірою орієнтується на вільну торгівлю.
2. Політика більшою мірою орієнтована на вільну торгівлю в країнах, де імпортована продукція не конкурує з внутрішнім

виробництвом або є сировиною для важливих галузей. Протекціонізм непереконливий, коли нічого захищати.

3. Економічна депресія і швидке зростання конкуруючого імпорту сприяє виникненню протекціонізму, як реакції на захист зайнятості і доходів.

У кожній країні є економічні, соціальні та політичні причини і групи тиску на користь протекціоністських заходів. Основними аргументами обмеження зовнішньої торгівлі є:

1. *Необхідність забезпечення оборони* – передбачає захист у мирний час галузей, необхідних для військового виробництва. Однак, по-перше, під категорію необхідної для військового виробництва можна підвести будь-яку галузь; по-друге, така політика може бути дієвою, якщо допустити, що не буде заходів у відповідь. Відтак, більшість економістів вважає, що альтернативні методи захисту стратегічних галузей є більш ефективними як в економічному, так і в соціальному плані.

2. *Збільшення внутрішньої зайнятості* – передбачає збільшення сукупних витрат у результаті скорочення імпорту, що викликає зростання доходів і зайнятості. Серйозною причиною застосування протекціоністських заходів є безробіття. Безробітні утворюють найбільш сильну групу тиску на підтримку обмеження імпорту, як умови збільшення зайнятості всередині країни.

3. *Диверсифікація заради стабільності* – передбачає, що торговельні бар'єри необхідні для промислової диверсифікації, котра лежить в основі зменшення залежності країни від соціально-економічної кон'юнктури світових ринків певних продуктів.

4. *Захист молодих галузей* – передбачає, що підприємства галузі повинні досягти конкурентного рівня витрат виробництва, підвищення кваліфікації і досвіду працівників з часом, оскільки їх виробництво стає конкурентоздатним лише через деякий час, і лише тоді можна зняти протекціоністські заходи.

5. *Захист від демпінгу* (або продажу товарів нижче рівня собівартості) – використовується, як правило, для захоплення монопольного положення на ринку і в подальшому зниження цін. Демпінг може бути прямий (встановлення ціни товару на іноземному ринку нижче ціни національного ринку, що вигідно споживачам зарубіжних країн) і зворотний (встановлення ціни на іноземному

ринку вищої від ціни на національному ринку, що вигідно виробникам товару).

6. *Дешева іноземна робоча сила* – передбачає, що за допомогою протекціонізму вітчизняні фірми та робітники можуть бути захищені від руйнівної конкуренції з боку тих країн, де низька зарплата, оскільки без захисних заходів з боку держави вітчизняні працівники можуть отримувати таку ж низьку заробітну плату, як робітники з менш розвинутих країн. Проте рівень заробітної плати, що виплачується робітникам-іноземцям, сам по собі не означає, що виготовлений ними товар буде дешевим, оскільки існують витрати на робочу силу, котрі мають більшу значущість, ніж рівень заробітної плати. Це видно з такої формули:

$$\text{Витрати на робочу силу} = \frac{\text{Заробітна плата}}{\text{Продуктивність праці}}$$

Вибір *інструментів*, які застосовуються для обмеження торгівлі, залежить від двох основних чинників: 1) співвідношення сил груп тиску, що наполягають на реалізації тих чи інших заходів; 2) можливих заходів у відповідь з боку урядів інших країн.

6.2. Тарифні методи регулювання міжнародної торгівлі.

Обмеження торгівлі може бути досягнуто за допомогою *тарифних*, що впливають на ціни, і *нетарифних бар'єрів*, що впливають або на ціни, або безпосередньо на обсяг товарів.

Тарифні обмеження міжнародної торгівлі включають:

Митний тариф (customs tariff) залежно від контексту може визначатися як: 1) інструмент торгової політики і державного регулювання внутрішнього ринку країни при його взаємодії зі світовим ринком; 2) перелік ставок мита, які застосовуються до товарів, що переміщуються через митний кордон, систематизований відповідно до товарної номенклатури зовнішньоекономічної діяльності; 3) конкретна ставка мита, що підлягає сплаті при вивезенні або ввезенні певного товару на митну територію країни. У цьому випадку поняття митного тарифу цілком збігається з поняттям мита.

Мито (customs duty) – обов'язковий податок, що стягується митними органами при імпорті або експорті товару. Мито виконує три основні функції:

1) фіскальну, що відноситься як до імпортного, так і до експортного мита, оскільки воно є однією зі статей доходної частини державного бюджету;

2) протекціоністську (захисну), що відноситься до імпортного мита, оскільки з його допомогою держава захищає національних виробників від небажаної іноземної конкуренції;

3) балансууючу, що відноситься до експортного мита, встановленого з метою запобігання небажаного експорту товарів, внутрішні ціни на які з тих або інших причин нижче світових.

Види митного тарифу наведені у табл. 6.2.

Таблиця 6.2

Класифікація видів митного тарифу

Критерії	Види мита	Характеристика
Функціональність	Фіскальне	Забезпечує надходження коштів до бюджету країни від зовнішньоекономічних операцій
	Протекціоністське	Здійснює захист національного виробника від іноземної конкуренції
	Преференційне	Стимулює торговельно-економічні відносини з іншими країнами
Спосіб визначення	Номінальне	Ставки мита, що вказуються у митному тарифі
	Реальне	Ставки мита, що відображають реальний рівень мита на кінцеві товари і розраховуються з урахуванням чинників, що впливають на митний тариф
Походження	Автономне	Встановлюється державою самостійно без будь-яких обов'язків перед іншими відносно будь-яких предметів і товарів незалежно від їх походження
	Конвенційне (договірне)	Встановлюється на базі двосторонньої або багатосторонньої угоди з іншими державами, або угоди про створення митного союзу
Напрямок руху товарів	Вивізне (експортне)	Нараховується на товари, які реалізуються іноземним суб'єктам і вивозяться за межі митної території країни застосування
	Ввізне (імпорتنе)	Нараховується на товари та інші предмети при їх ввезенні на митну територію країни

Продовження табл. 6.2

Критерії	Види мита	Характеристика
	Транзитне	Встановлюється відносно товарів, які переміщуються через територію країни до інших держав
Спосіб нарахування	Адвалорне	Нарахування у відсотках до митної вартості товарів та інших предметів обкладення
	Специфічне	Грошове нарахування з одиниці товару (штуки, міра, обсяг, довжина), що підлягає обкладенню
	Комбіноване	Поєднує обидва попередні види митного обкладення, але сплачується за більшою сумою нарахування
	Змішане	Блокування імпортного товаропотоку конкретної групи товарів або товарів з конкретної країни
Принцип обмеження	Спеціальне	Для захисту українського товаровиробника
	Антидемпінгове	Блокування потоку товарів, що реалізуються за демпінговими цінами
	Компенсаційне	Нараховується на імпорт тих товарів, при виробництві яких використовувалися субсидії
Період застосування	Постійне	Мито, яке не змінюється залежно від часу застосування
	Сезонне	Встановлюється на окремі товари на строк не більше 4-х місяців з моменту його застосування
Спосіб застосування	Просте	Передбачає одну ставку мита для кожного товару незалежно від країни походження.
	Складне	Базуються на двох, трьох і більше ставках митного оподаткування по конкретному товару країни
Тип	Постійне	Митні ставки, які не можуть змінюватися залежно від обставин
	Змінне	Митні ставки, що змінюються за певних обставин (при зміні рівня цін, рівня державних субсидій)

Митний захист являє собою величину (у %), на яку збільшується в результаті функціонування всієї тарифної системи

створена в даній галузі додана вартість одиниці продукції й визначається за формулою (%):

$$T_i = \frac{ДС'}{ДС} \times 100\% - 100\%, \text{ де}$$

ДС – величина доданої вартості, створеної при виробництві одиниці продукції в даній галузі до введення тарифу, гр. од.,

$$ДС = Ц - М, \text{ де}$$

Ц – ціна на товар на внутрішньому ринку до введення тарифу, гр. од.;

М – вартість матеріальних витрат на внутрішньому ринку на виробництво одиниці товару до введення тарифу, гр. од.;

ДС' – величина доданої вартості, створеної при виробництві одиниці продукції в даній галузі після введення тарифу, гр. од.:

$$ДС' = Ц' - М', \text{ де}$$

Ц' – ціна на товар на внутрішньому ринку після введення тарифу, гр. од.;

М' – вартість матеріальних витрат на внутрішньому ринку на виробництво одиниці товару після введення тарифу, гр. од.

Ефективність митного захисту галузі можна розрахувати за формулою:

$$T_i = \frac{T_n - a \times T_{im}}{1 - a} \times 100\%, \text{ де}$$

T_n – номінальний рівень мита на імпорт кінцевого продукту (у частках одиниці);

T_{im} – номінальний рівень мита на компоненти матеріальних витрат (у частках одиниці);

a – частка вартості імпорتنих компонентів матеріальних витрат у ціні кінцевого продукту при відсутності митного тарифу.

З даної формули видно, що:

- якщо у виробництві кінцевої продукції не використовують імпорتنі компоненти ($a=0$), ефективний рівень митного захисту дорівнює номінальному ($T_e=T_n$);

- якщо ставка митного тарифу на кінцеву продукцію й на імпорتنі компоненти однакова ($T_n=T_{im}$), те ефективний рівень митного захисту знов-таки дорівнює номінальному ($T_i=T_n$);

- якщо ставка митного тарифу на кінцеву продукцію більше, ніж ставка тарифу на імпорتنі компоненти ($T_n>T_{im}$), тоді ефективна ставка на кінцевий товар більше номінальної ($T_i>T_n$); вірно й зворотне;

- ставка ефективного рівня митного тарифу (T_e) зростає в міру збільшення частки імпортованих компонентів у кінцевій продукції (збільшення коефіцієнта a);

- ставка ефективного рівня митного тарифу (T_e) падає в міру росту тарифу на імпортовані компоненти (T_{im}); вірно й зворотнє;

- номінальна ставка тарифу може бути тільки позитивною, ефективна ставка може бути як позитивною, так і негативною у випадку, якщо тариф на імпортовані компоненти значно перевершує тариф на кінцеву продукцію.

Розрахунок фактичного рівня митної зашити дозволяє побачити, кого саме захищає митний тариф, і отже дозволяє приймати правильні рішення в області зовнішньоторговельної політики, захищаючи одні галузі й стимулюючи конкуренцію в інших областях.

6.3. Нетарифні методи регулювання міжнародної торгівлі

Нетарифні обмеження відповідно до прийнятої ООН класифікації включають заходи, спрямовані на непряме й адміністративне обмеження імпорту чи експорту з метою захисту певних галузей національного виробництва. До них у даний час відносять більше 50 видів заходів, основними з яких є система квотування товарів, система ліцензування товарів, призначених для експорту або імпорту, встановлення високих стандартів і норм якості продукції, технічні бар'єри, державна монополія зовнішньої торгівлі, прикордонний режим, внутрішні податки та збори, дотації, субсидії національному виробництву, сертифікація товарів та ін.

Кількісні обмеження (quantitative restrictions) – адміністративна форма нетарифного державного регулювання торговельного обігу, що визначає кількість і номенклатуру товарів, дозволених до експорту чи імпорту.

Система квотування товарів – це обмеження щодо вартості або кількості, які вводяться на імпорт або експорт певних товарів на певний період. Імпортовані квоти застосовуються для захисту вітчизняних виробників або для диверсифікації імпорту з метою уникнення залежності від будь-якої країни. Експортні квоти встановлюються з метою забезпечення вітчизняних споживачів достатньою кількістю товарів за низькими цінами, попередження виснаження природних ресурсів, підвищення цін на експорт шляхом обмеження обсягу

поставок. Тип квотування, котрий повністю забороняє торгівлю певних видів товарів або всіх товарів, називається *ембарго*.

Міжнародний картель являє собою монополістичне об'єднання експортерів якого-небудь товару з різних країн, спрямоване на забезпечення контролю за обсягами виробництва й устанавлення вигідних цін. Можливість картелю одержувати додатковий доход шляхом устанавлення монополічно високих цін на світовому ринку залежить від еластичності попиту, тим більше надбавка до ціни, що може встановити картель. Оптимальна картельна надбавка до ціни (t^*), як частка цієї ціни, визначається за формулою:

$$t^* = \frac{c}{|d - S_0(1 - c)|}, \text{ де}$$

c – частка продажів картелю на світовому ринку;

d – еластичність світового попиту на даний продукт;

S_0 – еластичність поставок продукту з альтернативних картелю джерел;

Таким чином, відповідно до формули (7.6) еластичність попиту на продукцію картелю залежить від трьох основних параметрів: c , d , S_0 . Розглянуті параметри не постійні, тому монополістична влада картелю не може бути довговічною й згодом величина t^* , а відповідно і ступінь монополістичного панування картелю, буде падати.

Ліцензування (licensing) – регулювання зовнішньоекономічної діяльності шляхом дозволу, який видається державними органами на експорт або імпорт товару в певній кількості за певний проміжок часу. Підвищуючи ціну ліцензій і обмежуючи їх кількість, можна добитися не лише обмеження імпорту або експорту, але й погіршення умов торгівлі у зв'язку з додатковими витратами, затримками в часі.

З метою захисту національних виробників держава може заохочувати експорт. Однією з форм стимулювання вітчизняних експортних галузей є *експортні субсидії*, тобто фінансові пільги. Вони можуть бути прямими (дотації, які виплачуються виробникам у випадку виходу їх на зовнішній ринок) та непрямими (пільгове оподаткування, кредитування, страхування тощо).

«Добровільне» обмеження експорту (voluntary export restraint) – це кількісне обмеження експорту, що базується на зобов'язанні одного з партнерів по торгівлі добровільно обмежити або не збільшити обсяг експорту товару, що прийнятий в рамках офіційної міжурядової або

неофіційної угоди про встановлення квот на експорт товару. За останні роки між різними країнами укладено понад 100 угод про «добровільні» експортні обмеження, в розрахунку на запобігання більш твердих торговельних бар'єрів. Специфіка «добровільних» експортних обмежень полягає в тому, що торговельний бар'єр, який захищає країну-імпортера, вводиться країною, що експортує.

Демпінг (dumping) – засіб фінансової нетарифної торговельної політики, що полягає в просуванні товару на зовнішній ринок за рахунок зниження експортних цін нижче нормального рівня цін, існуючого в цих країнах. Демпінг може здійснюватись як за рахунок ресурсів окремих фірм, що прагнуть опанувати зовнішній ринок своєї продукції, так і за рахунок державних субсидій експортерам.

Серед нетарифних методів регулювання важливу роль відіграють *методи прихованого протекціонізму*. Основними з них є:

- адміністративні формальності – національні правила проведення імпортерських операцій, які обмежують імпорт (обов'язкове використання міжнародних торгів при закупівлі обладнання, отримання імпортерських ліцензій при виконанні ряду вимог тощо);

- технічні бар'єри – приховані методи торговельної політики, які виникають тому, що національні технічні, адміністративні та інші норми і правила, побудовані таким чином, щоб перешкоджати ввезенню товарів з-за кордону (вимоги про дотримання національних стандартів, спеціальне упакування і маркування тощо);

- встановлення мінімальних імпортерських цін передбачає суворе дотримання експортером рівня цін, установлених країною-імпортером;

- імпортерські податки – прикордонний податок, яким обкладаються товари при перетині митних кордонів конкретної країни (митні збори, пов'язані з оформленням митних документів, або зі здійсненням митного контролю; сплата зборів за перевірку якості імпортованого товару; торговельні збори; статистичні збори; збори за здійснення фітосанітарного контролю; сезонні та екологічні збори);

- імпортерський депозит – форма задатку, який імпортер повинен внести в свій банк в національній чи іноземній валюті перед закупівлею іноземного товару;

- валютні обмеження – регламентація операцій резидентів і нерезидентів з валютою й іншими валютними цінностями;

Таким чином, використання протекціоністських інструментів у торговельній політиці має своїх переможців і переможених. Споживачі

програють, коли не одержують більше дешевих іноземних товарів. Платники податків програють, якщо платять за експортні субсидії. Робітники і виробники в захищених галузях виграють від торговельних обмежень, якщо ці обмеження допомагають їм конкурувати з іноземними виробниками. Здебільшого країни проводять гнучку зовнішньоторговельну політику, використовуючи як методи протекціонізму, так і політику вільної торгівлі.

6.4. Міжнародні організації з регулювання та сприяння розвитку міжнародної торгівлі

Аналізуючи процеси, що протікають у світовій торгівлі, варто підкреслити, що *лібералізація є її основною тенденцією*, проте існує ряд *протиріч*, основне з яких – нарощування протекціоністських тенденцій на рівні економічних угруповань, торгово-економічних блоків країн, що протистояти один іншому.

Регулювання міжнародної торгівлі здійснюється на певних рівнях (табл. 6.3):

Таблиця 6.3

Рівні регулювання міжнародної торгівлі

Рівні	Характеристика
<i>Фірмовий</i>	- це угода між фірмами про розподіл ринку сировини, матеріалів, збуту товарів, сфер впливу, цінової політики
<i>Національний</i>	- коли зовнішня торгівля кожної країни здійснюється у відповідності з національно-правовим забезпеченням регулювання зовнішньоекономічної діяльності
<i>Міжнаціональний</i>	- проявляється в укладанні відповідних угод між державами, групами держав
<i>Наднаціональний</i>	- здійснює стратегію світового співтовариства чи заходів з регулювання міжнародної торгівлі шляхом створення спеціальних міжнародних інституціональних структур та угод (СОТ, ЮНКТАД, МТЦ, ЮНСІТРАЛ, МТП та ін.

Розрізняють такі *види державного регулювання міжнародної торгівлі*: одностороннє; двостороннє; багатостороннє.

Одностороннє регулювання полягає у застосуванні методів впливу урядами країн в односторонньому порядку без погодження або

консультацій з торговими партнерами. Такі заходи вживають здебільшого під час загострення політичних відносин.

Двостороннє регулювання передбачає, що заходи торгової політики попередньо узгоджуються країнами – торговими партнерами. Кожна зі сторін попереджує свого торгового партнера про вживання будь-яких заходів, які, як правило, не вносять суттєвих змін у торгові відносини, а лише сприяють їм.

Багатостороннє регулювання передбачає узгодження і регулювання торгової політики на основі багатосторонніх угод, основною з яких є *Генеральна угода про тарифи та торгівлю (ГАТТ)*. Договір про створення ГАТТ був підписаний 23 країнами в 1947 р. і набрав чинності в 1948 р.

ГАТТ – багатостороння міжнародна угода, що містить принципи, правові норми, правила ведення і державного регулювання взаємної торгівлі країн-учасниць. Статті Генеральної угоди закріплювали *базові принципи торговельних відносин між державами* (табл. 6.4).

Угода про заснування Світової організації торгівлі була підписана 15 квітня 1994 р. в Марракеші (Марокко) 120-ма країнами-учасницями багатосторонніх торгових переговорів у межах ГАТТ. 31 грудня 1995 р. ГАТТ припинила своє існування, модифікувавшись у Світову організацію торгівлі (СОТ).

СОТ – законодавча і інституціональна основа міжнародної торговельної системи, механізм багатостороннього узгодження і врегулювання політики країн-членів в сфері торгівлі товарами та послугами, врегулювання торговельних спірних питань і розробки стандартної зовнішньоторговельної документації. Угода про створення СОТ містить 29 правових документів і 25 міністерських декларацій, які визначають права і обов'язки країн в рамках багатосторонньої торговельної системи.

Принципова різниця між СОТ і ГАТТ полягає в наступному:

1) ГАТТ була просто зведенням правил, багатосторонньою угодою, яка мала невеликий секретаріат. СОТ є постійною міжнародною організацією, що діє на основі угоди, ратифікованої країнами-членами, і має свою організаційну структуру.

2) ГАТТ як угода складалась зі сторін, які брали в ній участь. СОТ складається з країн-членів.

Таблиця 6.4

Базові принципи торговельних відносин між державами

Принцип	Зміст
Принцип торгівлі без дискримінації	Реалізується шляхом застосування: - режиму найбільшого сприяння, при якому країна забезпечує однаково сприятливі умови торгівлі для всіх учасників; - національного режиму, при якому імпортовані товари не можуть піддаватися дискримінації на внутрішньому ринку країни
Принцип вільної торгівлі	Реалізується шляхом проведення раундів багатосторонніх торговельних переговорів з метою ліквідації існуючих торговельних бар'єрів і створення умов для більш вільної торгівлі
Передбачуваність розвитку міжнародної торгівлі	Досягається двома шляхами: зв'язуванням тарифів по тарифних позиціях та забезпеченням прозорості національної торговельної політики. Система захисту національного виробництва має будуватися тільки на митних тарифах, а не на будь-яких інших комерційних чи адміністративних заходах. Використання кількісних обмежень (контингентування імпорту) є можливим лише у випадку гострого дефіциту платіжного балансу і для країн, що розвиваються
Принцип справедливої конкуренції	Реалізується через створення умов для справедливої конкуренції: однакові фіскальні правила та інші регламентації для товарів національного виробництва та імпортованих товарів; заборона демпінгу і дозвіл застосування антидемпінгових заходів; можливість нейтралізації експортних премій або субсидій за допомогою компенсаційних зборів; гармонізація методів розрахунку митної вартості товарів, тощо
Принцип сприяння розвитку та економічним реформам	Реалізується через надання можливості користування перевагами режиму найбільшого сприяння, системою розв'язання суперечок, що стимулює національний експорт та прискорює розуміння необхідності проведення економічних реформ.
Визнання регіональних торговельних угод	Існування регіональних торговельних угруповань (зона вільної торгівлі, митний союз) допускається як виняток за умови дотримання певних вимог, оскільки регіональна інтеграція повинна доповнювати багатосторонню торговельну систему, а не руйнувати її
Створення пільгових умов для країн, що розвиваються	Необхідність забезпечення того, щоб країни, що розвиваються, мали сприятливіші умови виходу на світові ринки, а розвинуті країни утримувались від заходів, що можуть ускладнювати експорт з названих країн
Особливі норми регулювання для текстилю та одягу	ГАТТ передбачає винятки стосовно текстилю та одягу, які забезпечують індустріально розвинутим країнам можливість встановлення квот на ці види товарів на основі угоди «Мультифібр» (МФА), загальні нормативні правила ГАТТ щодо текстилю й одягу набрали чинності з 2004 р.

3) ГАТТ вважалась тимчасовою угодою, що діяла б до моменту створення СОТ. СОТ – постійно діюча організація.

4) ГАТТ була присвячена практично тільки торгівлі товарами. На СОТ покладені функції регулювання торгівлі не тільки товарами, але й послугами, включаючи такі специфічні, як права на інтелектуальну власність. СОТ крім принципів ГАТТ містить у собі Угоду про торгівлю послугами (ГАТС) і Угода по торговельних аспектах інтелектуальної власності (ТАІВ).

5) Система врегулювання спірних торговельних питань, що діяла в рамках ГАТТ дозволяла окремим країнам блокувати прийняття рішень. Система врегулювання торговельних спорів, що діє у СОТ, дозволяє приймати багато рішень, що не можуть бути заблоковані окремими країнами, на автоматичній основі.

Головне завдання СОТ – лібералізація світової торгівлі шляхом її врегулювання переважно тарифними методами при послідовному скороченні рівня імпортного мита, а також ліквідація різних нетарифних бар'єрів, кількісних обмежень та інших перепон у міжнародному обміні товарами і послугами.

На відміну від більшості міжнародних організацій, *до системи СОТ приєднуються, а не вступають*. Це зумовлено тим, що кожна країна приєднується власне до системи угод (бере на себе зобов'язання їх виконувати), а організація, зі свого боку, перевіряє здатність держави їх виконувати.

Переговори про вступ тривають у середньому від 4 до 6 років.

Таблиця 6.5

Торговельні раунди ГАТТ/СОТ

Рік проведення	Місце проведення	Кількість країн	Предмет переговорів	Результати
1947	Женева, Швейцарія	23	Тарифи: переговори на основі запитів та пропозицій послідовно позиція за позицією	Поступки щодо 45000 тарифних позицій
1949	Аннесі, Франція	29	Тарифи: переговори на основі запитів та пропозицій послідовно позиція за позицією	5000 тарифних поступок, 9 приєднань

Продовження табл. 6.5

Рік проведення	Місце проведення	Кількість країн	Предмет переговорів	Результати
1951-1952	Торкі, Англія	32	Тарифи: переговори на основі запитів та пропозицій послідовно позиція за позицією	8700 тарифних поступок, 4 приєднання
1956	Женева, Швейцарія	33	Тарифи: переговори на основі запитів та пропозицій послідовно позиція за позицією	Помірне зниження
1960-1961	Женева, Швейцарія (раунд Діллона)	39	Тарифи: переговори на основі запитів та пропозицій послідовно позиція за позицією, викликані частково необхідністю збалансування поступки після створення ЄЕС	Обмін 4400 поступками; відхилення пропозиції ЄЕС щодо 20% лінійного зниження тарифів на промислові товари
1964-1967	Женева, Швейцарія (раунд Кеннеді)	74	Тарифи: формульний підхід (лінійне зниження) та переговори позиція за позицією. Нетарифні заходи: анти демпінг, митна оцінка	Середній рівень тарифів зменшився на 35%; зв'язано 33000 тарифних ліній; угоди про митну оцінку та антидемпінг
1973-1979	Женева, Швейцарія (Токійський раунд)	99	Тарифи: формульний підхід з виключеннями. Нетарифні заходи: антидемпінг, митна оцінка, субсидії та компенсаційні заходи, державні закупівлі, ліцензування імпорту, стандарти на продукцію, захисні заходи, спеціальний та диференційований режим для країн, що розвиваються	Середній рівень тарифів зменшився на третину – до 6% на промисловий імпорт країн ОЕСР, узгоджено добровільні кодекси поведінки щодо всіх нетарифних питань, крім захисних заходів
1986-1994	Пунта-дель-Есте, Уругвай Марракеш, Марокко (Уругвайський раунд)	117	Тарифи: формульний підхід та переговори позиція за позицією. Нетарифні заходи: всі питання раунду та послуги, інтелектуальна власність. Правила походження, пов'язані з торгівлею, інвестиційні заходи, врегулювання спорів,	Середній рівень тарифів зменшився на третину; врегульовано питання торгівлі текстилем та одягом, с/г продукцією; створено СОТ; нові

			огляд торгової політики	угоди про послуги та ТРІПС
2001- тривас	Женева (Доський раунд розвитку)	150	Послуги, доступ до ринку, сільське господарство, торговельні аспекти прав інтелектуальної власності, врегулювання суперечок, ін.	Переговори тривають

При цьому *головною умовою набуття членства у СОТ* є відповідність національного законодавства базовим стандартам і нормам, які містяться в угодах системи СОТ.

Діяльність ГАТТ/СОТ здійснюється шляхом проведення *багатобічних тарифних переговорів*, що поєднуються в раунди. З початку роботи ГАТТ відбулося вісім торговельних раундів, результати яких привели до скорочення середнього мита (з 25-30% до 3-4%). Якщо в першому раунді переговорів брали участь лише 23 країни, то учасниками восьмого (Уругвайського) раунду були вже 123 країни (табл. 6.5).

Таким чином, в наш час СОТ є глобальною торговою системою, що регулює торгівлю товарами, послугами та інтелектуальною власністю. Це регулювання містить в собі реалізацію узгоджених принципів поведінки країн в міжнародній торгівлі та комплекс заходів, що проводяться під егідою СОТ з участю більшості країн світу.

6.5. Міжнародне регулювання та сучасні особливості міжнародної передачі технологій

У міжнародній практиці *жорсткого регулювання міжнародної передачі технологій немає*. Окремі угоди, програми та міжнародні організації обумовлюють правила поведінки та стимулюють розвиток ринку технологій.

Так, *Угода про торговельні аспекти прав інтелектуальної власності (ТРІПС) СОТ* є міжнародним правовим документом, що регулює відносини (торгівлю) інтелектуальної власності щодо копірайта, торгової марки та знаку, географічної назви і промислового дизайну. Угодою визначені стандарти з охорони інтелектуальної власності для країн-членів СОТ. Згідно з цією угодою країни-члени СОТ повинні дотримуватись Паризької конвенції із захисту прав інтелектуальної власності (1967 р.) та Бернської конвенції із захисту

авторських прав на твори мистецтва і літератури (1971 р.). Водночас угода не забороняє країнам запроваджувати жорсткіші вимоги до дотримання прав на інтелектуальну власність.

Програма розвитку ООН (ПРООН), створена у 1965 р., для сприяння у розвитку країн, що розвиваються (членів ООН), шляхом надання їм технічної допомоги у галузі передачі і адаптування технологій, розробки природних ресурсів, сприяння підприємництву, а також у вирішенні соціальних питань. ПРООН є основним джерелом багатостороннього фінансування технічної допомоги і розвитку країн-членів ООН.

Захист авторських прав на науково-технічну продукцію на міжнародному рівні регулюється *Всесвітньою організацією інтелектуальної власності (ВОІВ) (1974 р.)*, яка є спеціалізованим агентством системи ООН. Цілями цієї організації є удосконалювання охорони інтелектуальної власності, координація діяльності відповідних міжнародних організацій, заохочення розвитку міжнародної охорони інтелектуальної власності, зокрема промислової власності (винаходів, торгових марок, промислового дизайну), копірайта на твори літератури і мистецтва, фотографії, відео- та звукозапис), інформаційна діяльність у сфері обміну технологіями.

Сучасними особливостями міжнародної передачі науково-технічних розробок є:

1. 90% світового обсягу передачі патентів і ліцензій, витрат на НДДКР, надходжень від платежів за трансфер технологій припадає на десятку промислово розвинутих країн. Продають ліцензії 37 країн, а купують – 71.

2. Домінуючі позиції в експорті ліцензій займають США, на які припадає найбільша у світі частина видатків від НДДКР – 56% світового обсягу платежів за ліцензійними угодами.

Систему державного управління американським науково-технічним потенціалом формують чотири основних елементи:

- наявність спеціалізованих структур управління;
- доведення національних пріоритетів у науково-технічній політиці до її безпосередніх виконавців (приватних, кооперативних або державних);
- методи мобілізації фінансових та інших ресурсів для проведення НДДКР;
- організаційні форми реалізації НДДКР.

За останні десять років науково-технічний комплекс США розробив та фінансував близько 700 програм, значна частина яких мала загальнодержавне значення. Найбільш вагомими серед них є 8 програм:

- 1) конкуренто-спроможність країни;
- 2) стратегічна оборонна ініціатива;
- 3) орбітальна станція;
- 4) високотемпературна надпровідність;
- 5) надпровідний прискорювач;
- 6) розробка нових екологічно чистих технологій спалювання вугілля;
- 7) розробка заходів боротьби із СНІДом;
- 8) національні критичні та подвійні технології.

Друге місце після США за експортом ліцензій належить Швейцарії, третє місце посідає Англія, четверте – Італія. Найбільші імпортери ліцензій – Японія й Італія, а також Німеччина та Швейцарія. Позитивне сальдо ліцензійної торгівлі мають протягом останніх років лише США, Великобританія і Швеція.

3. Міжнародна ліцензійна торгівля охоплює в основному продукцію прогресивних галузей промисловості: хімічної, електротехнічної, включаючи електроніку, машинобудування.

4. Рівень монополізації світового ринку технологій набагато вищий, ніж в інших сферах МЄВ. До 90% нових технологій спрямовуються по внутрішньокорпоративним каналам. Так, на частку таких надходжень припадає понад 60% усіх ліцензійних надходжень розвинутих країн (у США – 80%, Англії – 50%).

РОЗДІЛ II. МІЖНАРОДНІ КОМЕРЦІЙНІ КОНТРАКТИ



Тема 7. Система міжнародних комерційних контрактів

- 7.1. Міжнародна комерційна операція. Етапи проведення міжнародної комерційної операції.
- 7.2. Класифікація контрагентів як суб'єктів міжнародних комерційних угод.
- 7.3. Загальна характеристика та багатокритеріальна класифікація міжнародних комерційних контрактів
- 7.4. Основні принципи укладання міжнародного комерційного контракту.

Основні поняття теми: міжнародна комерційна операція (МКО); об'єкти МКО; суб'єкти МКО; зовнішньоекономічний договір (контракт); контракт разового постачання; контракт з періодичним постачанням; контракти на постачання комплектного устаткування; контракти з оплатою в грошовій формі; контракти з оплатою в товарній або змішаній формі; контракти на управління; контракти «під ключ»; колективні контракти; типовий контракт; Віденська конвенція ООН; оферта; тверда оферта; вільна оферта; контроферта; етапи оформлення МКО; консульський рахунок; сертифікат походження; рахунок-фактура; рахунок-проформа; конкурентний лист; інвойс; лист пакувальний; коносамент; страховий поліс; вантажна митна декларація.

- 7.1. Міжнародна комерційна операція. Етапи проведення міжнародної комерційної операції.

Процеси глобалізації та інтернаціоналізація промислового виробництва на основі взаємних постачань продукції, послуг, результатів творчої діяльності є характерною рисою сучасних світових

господарських відносин. Саме такий характер економічного співробітництва визначає форми, методи, зміст зовнішньоторговельних операцій.

Міжнародна комерційна операція (МКО) — це дії, спрямовані на організацію, проведення та регулювання процесу обміну товарами, послугами і результатами творчої діяльності між двома або кількома контрагентами різної національної належності.

Основні зовнішньоторговельні операції – це експортно-імпортні операції, під якими розуміється комерційна діяльність, пов'язана з купівлею-продажем товарів, які мають матеріально-речову форму.

Експортні операції – це діяльність, яка пов'язана з продажем і вивозом за кордон товарів для передачі їх у власність іноземного контрагента.

Імпортні операції – це діяльність, пов'язана із закупівлею і ввозом іноземних товарів для наступної реалізації їх на внутрішньому ринку своєї країни

Об'єктами МКО є процеси обміну товарами, послугами та результатами творчої діяльності. Вони визначають види МКО. Здійснення міжнародних торговельних операцій припускає використання визначених правових форм і конкретних методів їх проведення.

Міжнародна практика здійснення МКО включає наступні етапи:

1. Підготовчий) етап — це суто маркетингові заходи, які не є предметом даного курсу (аналіз кон'юнктури міжнародного ринку за об'єктом торгівлі; вибір форм і методів роботи на ринку; вибір контрагентів; аналіз та розрахунки ціни; рекламна кампанія).

2. Організаційний етап – встановлення контакту з контрагентом; підготовка та проведення перемовин; укладання міжнародного контракту (договору, угоди).

3. Виконавчий етап - контракт стає головним документом для завершення МКО, який регулює взаємовідносини між контрагентами у виконання контракту; підготовка товару до відвантаження; оформлення документації, тощо).

Слід зауважити, що практика міжнародної торгівлі характеризується значним ступенем правової уніфікації, метою якої є скорочення юридичних перешкод у міжнародній торгівлі шляхом розробки та впровадження міжнародно-правових документів,

прийнятих на міждержавному рівні. Це стосується насамперед міжнародних договорів купівлі-продажу товарів.

7.2. Класифікація контрагентів як суб'єктів міжнародних комерційних операцій..

Суб'єкти МКО – це суб'єкти господарської діяльності, що належать до різних форм власності, самостійно здійснюючи зовнішньоекономічні операції з закордонними партнерами, ці суб'єкти належать до мікрорівня (рис. 7.1.).

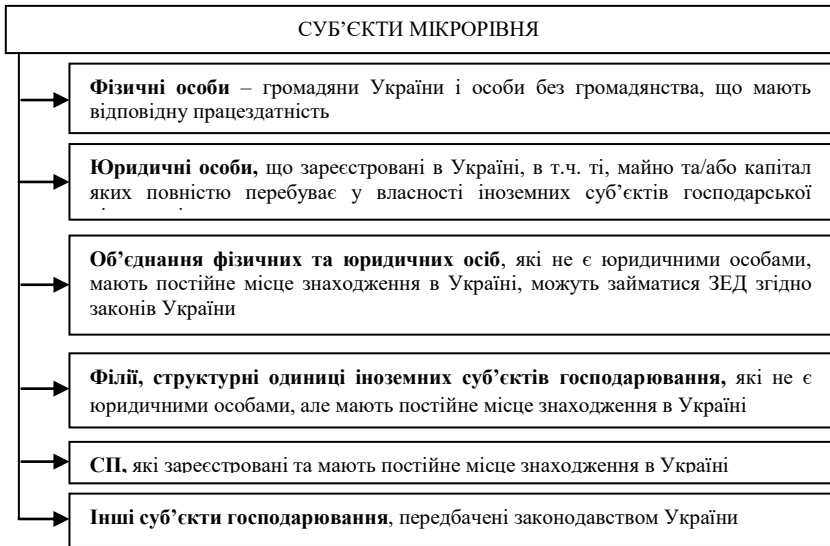


Рис.7.1. – Суб'єкти МКО на мікрорівні

У ст. 3 «Суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності» Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність» міститься перелік *суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності* нашої країни, що належать до *мікроекономічного рівня*:

- фізичні особи-громадяни України, іноземні громадяни та особи без громадянства, що мають цивільну правоздатність і

дієздатність відповідно до законів України і постійно мешкають на її території;

- юридичні особи, зареєстровані як такі в Україні і постійне місцезнаходження яких на її території;

- об'єднання фізичних, юридичних, фізичних і 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, у 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.

Для всіх суб'єктів макrorівня властиві спільні цілі, а саме:

- максимізація індивідуального прибутку;
- розширення виробництва;
- розширення ринків збуту завдяки проникненню в господарську сферу зарубіжних країн;

- підвищення ефективності виробництва через наближення до іноземного споживача;

- подолання інституційних, тарифних та нетарифних перешкод;

- розв'язання проблем, пов'язаних з нестабільністю міжнародних цін.

Суб'єктами *макроекономічного рівня* є Україна, як держава, в особі її повноважних органів у межах їх компетенції, а також недержавні органи управління (рис. 7.2.).

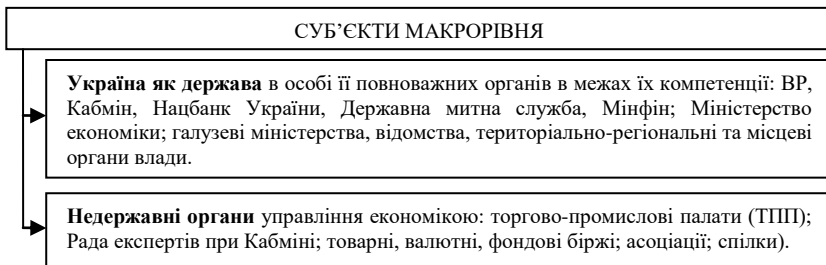


Рис.7.2. - Суб'єкти ЗЕД України
макроекономічного рівня діяльності

Завдання вищеназваних органів такі:

- гарантування довгострокової міжнародної конкурентоспроможності та економічної безпеки країни;
- максимізація випуску продукції через структурні вдосконалення;
- контроль за станом внутрішнього ринку через стимулювання його засобами зовнішньої конкуренції;
- збільшення зайнятості;
- поліпшення умов формування бюджету;
- оптимізація розподілу доходів в масштабах економіки.

Міждержавний рівень зовнішньоекономічної діяльності утворюють:

1. *Загальноекономічні міждержавні організації орієнтовані на налагодження координації та співробітництва країн для вирішення широкого кола не тільки економічних, а й політичних, соціально-культурних, екологічних та інших проблем.*

2. *Міжнародні неурядові економічні організації – це будь-які міжнародні організації, створені не на основі міжурядової угоди.*

3. *Міжнародні організації з регулювання світової торгівлі – здійснюють координацію і багатостороннє регулювання міждержавних торгово-економічних відносин. Напрями їх діяльності передбачають створення правової основи економічних відносин; вироблення домовленостей, щодо застосування комплексу засобів впливу на*

міждержавні зв'язки; сприяють досягненню домовленостей і розв'язанню спірних проблем; обмін інформацією і досвідом.

4. *Міжнародні валютно-кредитні організації* сприяють здійсненню валютно-кредитних відносин та розрахунків (рис. 7.3.).

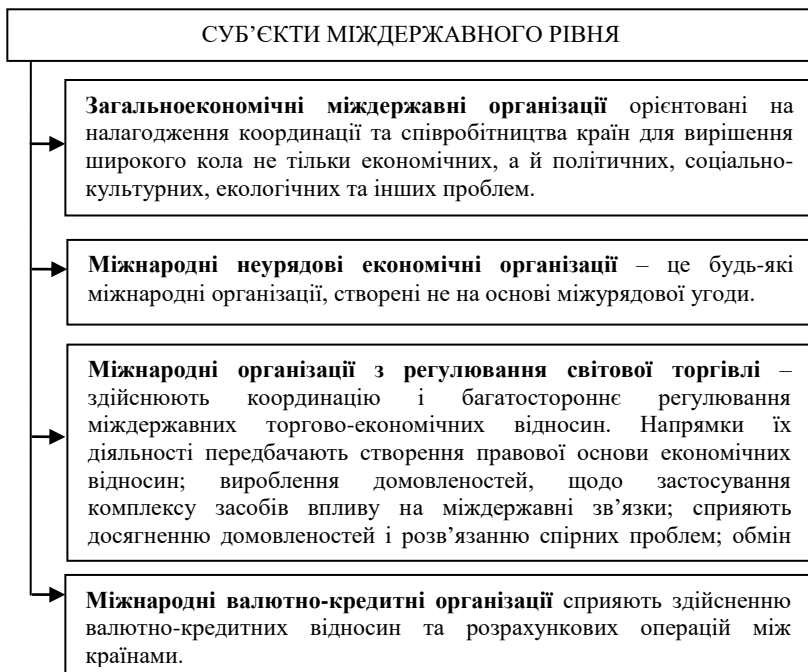


Рис.7.3- . Суб'єкти ЗЕД міждержавного рівня діяльності

Існують різні науково-практичні підходи у визначенні суб'єктів ЗЕД. Таке різноманіття пов'язано з різними критеріями, що взяті за основу класифікації (табл. 7.1).

Таблиця 7.1.

*Класифікація суб'єктів ЗЕД за різними
критеріальними ознаками*

Ознака класифікації	Суб'єкти ЗЕД
1	2
За рівнями економічної діяльності	мікроекономічний
	макроекономічний
	міждержавний або наддержавний
За характером власності	приватні
	кооперативні
	державні
За обсягом операцій	великі
	середні
	малі
За належністю капіталу	національні
	змішані.
	іноземні
За правовим статусом	повні товариства
	товариства з обмеженою відповідальністю
	акціонерні товариства відкритого і закритого типу
	командитні товариства
За сферою господарської діяльності	промислові
	сільськогосподарські
	торгові
	транспортні
	страхові
	посередницькі
туристичні та ін.	

Варіанти взаємодії національних суб'єктів господарювання є досить різноманітними. Формалізуючи такі ситуації, можна у вигляді схем відобразити п'ять випадків (рис. 7.4, 7.5, 7.6, 7.7, 7.8).



Рис. 7.4. Господарські зв'язки між національними суб'єктами господарювання та їх іноземними партнерами на території України

Примітка: У – національний суб'єкт господарювання; В – зарубіжний контрагент національного суб'єкта господарювання; МГК – міжнародний господарський контракт.

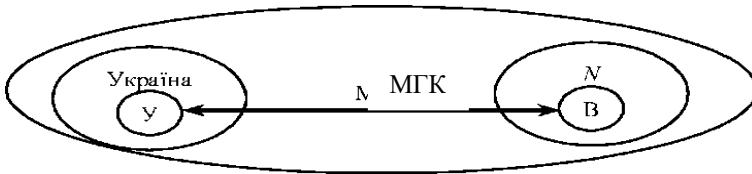


Рис. 7.5. Господарські зв'язки між національними суб'єктами господарювання, розташовані на території України, та їх зарубіжними партнерами, що перебувають у своїй або іншій країні

Примітка: У – національний суб'єкт господарювання; В – зарубіжний контрагент національного суб'єкта господарювання; N – зарубіжна країна; МГК – міжнародний господарський контракт.

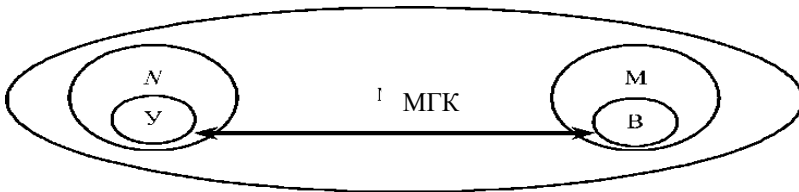


Рис. 7.6. Господарські зв'язки між національними суб'єктами господарювання, які розташовані за межами України, та їх зарубіжними партнерами, що перебувають у своїй або іншій країні

Примітка: У – національний суб'єкт господарювання; В – зарубіжний контрагент національного суб'єкта господарювання; N, М – зарубіжні країни; МГК – міжнародний господарський контракт.



Рис. 7.7. Господарські зв'язки між національними суб'єктами господарювання, які розташовані за межами України, та їх зарубіжними партнерами, на території третьої країни

Примітка: У – національний суб'єкт господарювання; В – зарубіжний контрагент національного суб'єкта господарювання; МГК – міжнародний господарський контракт.

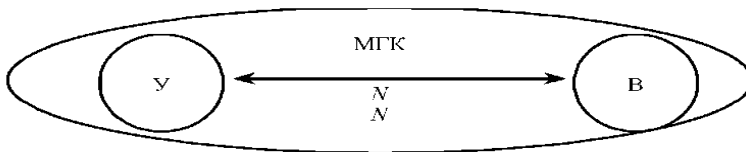


Рис. 7.8. Господарські зв'язки між національними суб'єктами господарювання, які розташовані за межами України, та їх зарубіжними партнерами, в країні – місці перебування останніх

Примітка: У – національний суб'єкт господарювання; В – зарубіжний контрагент національного суб'єкта господарювання; МГК – міжнародний господарський контракт.

Усі суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності мають рівне право здійснювати будь-які її види, прямо не заборонені законами України, незалежно від форм власності та інших ознак. *Фізичні особи мають право здійснювати зовнішньоекономічну діяльність з моменту набуття ними цивільної дієздатності згідно з законами України.* Фізичні особи, які мають постійне місце проживання на території України, мають зазначене право, якщо вони зареєстровані як підприємці згідно з Законом України «Про підприємство».

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

Втручання державних органів у зовнішньоекономічну діяльність її суб'єктів у випадках, не передбачених законом, у тому числі через видання підзаконних актів, які створюють для її здійснення умови, гірші від встановлених законом, є обмеженням права здійснення зовнішньоекономічної діяльності і як таке забороняється. До суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності може бути застосована санкція у вигляді тимчасового призупинення права здійснення такої діяльності у випадках порушення чинних законів України, що стосуються цієї діяльності.

Суб'єкт зовнішньоекономічної діяльності, який одержав від цієї діяльності у власність кошти, майно, майнові і немайнові права та інші результати, має право володіти, користуватися і розпоряджатися ними на свій розсуд. Вилучення результатів зовнішньоекономічної діяльності у власника у будь-якій платній або неоплатній формі без його згоди забороняється, за винятком випадків, передбачених законами України.

7.3. Загальна характеристика та багатокритеріальна класифікація міжнародних комерційних контрактів

Відповідно до Закону України від 16.04.91р № 959-ХІІ «Про зовнішньоекономічну діяльність» *зовнішньоекономічний договір (контракт) визначено, як матеріально оформлена угода двох або більше суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності та їх іноземних контрагентів, спрямована на встановлення, зміну або припинення їх взаємних прав та обов'язків у зовнішньоекономічній діяльності.*

Суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності при складанні зовнішньоекономічних договорів (контрактів) використовують вимоги національного законодавства, рекомендації міжнародних органів й організацій, передбачені світовою практикою, а також сукупність різних гарантій і застережень. Коректне складання зовнішньоекономічного договору (контракту) є запорукою успішного проведення зовнішньоекономічної операції, пов'язаної з переміщенням товарів й інших предметів через митний кордон України.

Зовнішньоекономічний договір укладається в простій письмовій формі. Повноваження представника на укладення договору випливає з доручення, статутних документів. Дії, які здійснюються від імені іноземного суб'єкта ЗЕД уповноваженим суб'єктом ЗЕД України, вважаються діями цього іноземного суб'єкта.

Сторони договору мають бути здатними укласти його відповідно до законодавства України та/або закону місця укладання договору. Загалом зовнішньоекономічні угоди укладаються відповідно до законодавства України з урахуванням міжнародних угод, міжнародних звичаїв, рекомендацій міжнародних організацій.

Для підписання зовнішньоекономічного договору суб'єктам ЗЕД не потрібен дозвіл будь-якого органу державної влади. Вони мають право укладати різні види договорів, крім тих, які заборонені законодавством України.

Якщо зовнішньоекономічний договір не відповідає вимогам українського законодавства або міжнародних договорів України, то він може бути визнаний недійсним у судовому порядку.

Форма зовнішньоекономічного договору визначається правом місця його укладання.

Права та обов'язки сторін за зовнішньоекономічними договорами (контрактами) визначаються правом країни, обраної сторонами під час укладання договору, або внаслідок подальшого погодження. За відсутності такого погодження застосовується право країни, де заснована, має своє місце проживання або основне місце діяльності сторона, яка є:

- продавцем – у договорі купівлі-продажу;
- лізингодавцем – у лізинговій угоді;
- ліцензіаром – у ліцензійному договорі;
- комітентом (консигнатором) – у договорі комісії (консигнації);
- довірительом – у договорі доручення;
- перевізником – у договорі перевезення;
- експедитором – у договорі транспортно-експедиторського обслуговування;
- страхувальником – у договорі страхування;
- кредитором – у договорі кредитування;
- дарувальником – у договорі дарування;
- поручителем – у договорі поруки;

- заставником –у договорі застави тощо.

Залежно від **виду** зовнішньоекономічного договору здійснюється вибір того чи іншого застосованого права. Так, до зовнішньоекономічних договорів:

– про *виробниче співробітництво*, спеціалізацію та кооперування, виконання будівельно-монтажних робіт застосовують право країни, де здійснюється така діяльність або де створюються передбачені договором результати, якщо сторони не погодили інше;

– про *створення спільних підприємств* застосовується право країни, на території якої спільне підприємство створюється та офіційно реєструється;

– укладених *на аукціонах, торгах або на біржі* застосовується право країни, на території якої проводиться аукціон, торги або знаходиться біржа.

До *інших контрактів* застосовується право країни, де заснована чи має місце проживання або основне місце діяльності сторона, яка здійснює виконання такого договору, що має вирішальне значення для його змісту.

При прийманні виконання за контрактом береться до уваги право місця проведення такого приймання, оскільки сторони не погодили інше.

До зовнішньоекономічного договору (контракту) про створення спільного підприємства застосовується право країни, на території якої спільне підприємство створюється і офіційно реєструється.

До зовнішньоекономічного договору (контракту), укладеного на аукціоні, у результаті конкурсу, на біржі, застосовується право країни, на території якої проводиться аукціон, конкурс або знаходиться біржа.

До прав і зобов'язань за зовнішньоекономічним договором (контрактом), не вказаним у цій статті, застосовується право країни, де заснована або має місце проживання, або основне місце діяльності Сторона, яка здійснює виконання такого договору (контракту), що має вирішальне значення для його змісту.

У разі приймання виконання за зовнішньоекономічним договором (контрактом) береться до уваги місце проведення такого приймання, оскільки сторони не погодили «інше».

Основні функції зовнішньоекономічних контрактів:

- ініціативна;

- програмно-координаційна;
- інформаційна;
- гарантійна;
- правозахисна.

У міжнародній практиці використовують різні зовнішньо-економічні договори.

Основні види зовнішньоекономічних контрактів:

- разового постачання;
- з періодичним постачанням;
- на постачання комплектного устаткування;
- на постачання комплектного устаткування;
- з оплатою в грошовій формі;
- з оплатою в товарній або змішаній формі;
- на управління;
- «під ключ»;
- колективні.

◆ *Контракт разового постачання* – одноразова угода, що передбачає постачання узгодженої кількості товару до визначеної дати, терміну, періоду часу. Постачання товарів робиться один або кілька разів протягом встановленого терміну. Після виконання прийнятих зобов'язань юридичні відносини між сторонами і, власне, контракт припиняються. Разові контракти можуть передбачати як короткі, так і тривалі терміни постачання.

◆ *Контракт з періодичним постачанням* передбачає регулярне (періодичне) постачання визначеної кількості, партій товару протягом встановленого умовами контракту терміну, який може бути короткостроковим (один рік), і довгостроковим (5 – 10 років, а іноді й більше).

◆ *Контракти на постачання комплектного устаткування* передбачають наявність зв'язків між експортером і покупцем – імпортером устаткування, а також спеціалізованими підприємствами, що беруть участь у комплектації такого устаткування. При цьому генеральний постачальник організує і відповідає за повну комплектацію і своєчасність постачання, а також за якість.

◆ *Контракти з оплатою в грошовій формі* передбачають розрахунки у визначеній сторонами валюті із застосуванням обумовлених у контракті способів платежу (готівковий платіж, платіж

з авансом і в кредит) і форм розрахунку (інкасо, акредитив, чек, вексель).

◆ *Контракти з оплатою в товарній або змішаній формі*, наприклад, при будівництві на умовах цільового кредитування підприємства «під ключ», коли оплата витрат відбувається частково в грошовій, а частково в товарній формі. Контракти з оплатою в товарній формі – бартерні угоди (товарообмінні і компенсаційні договори), передбачають простий обмін погоджених кількостей одного товару на інший. У цих угодах встановлюється або кількість товарів, що взаємно постачаються, або обумовлюється сума, на яку сторони зобов'язуються поставити товари.

◆ *Контракти на управління (management contracts)* – є засобом, за допомогою якого фірми можуть направити частину свого управлінського персоналу, надаючи підтримку фірмі в іншій країні, чи виконувати спеціалізовані управлінські функції протягом визначеного періоду за встановлену плату. Контракти на управління, як правило, укладаються на термін від трьох до п'яти років із фіксованою оплатою або оплатою, що залежить від обсягу виробництва, а не від прибутку.

◆ *Контракти «під ключ» (turnkey projects)* – передбачають укладання контракту на будівництво підприємств, що передаються за встановлену плату власнику, коли вони повністю готові до експлуатації. Фірми, що реалізують проекти «під ключ», часто є виробниками промислового устаткування; вони поставляють частину устаткування згідно з проектом. Особливо часто такими проектами займаються будівельні фірми. Платежі по проектах «під ключ» здійснюються поетапно, мірою виконання запланованих робіт. Початковий платіж звичайно становить 10-25% вартості контракту, 50-65% виплачується у ході виконання запланованих за проектом робіт, решта – коли підприємство фактично вже працює відповідно до умов контракту.

◆ *Колективні контракти*. Одним із найбільших секторів ринку колективних контрактів, що бурхливо розвиваються, стали проекти, які є надто великими для однієї компанії. З початку проекту кілька компаній різних країн погоджуються розділити між собою високі витрати і рівень ризику, пов'язані з розробкою ряду компонентів, необхідних для кінцевого виробу; потім провідна (головна) компанія

купує компоненти у фірм, кожна з яких виконувала визначену частину розробок.

Складання будь-якого контракту, у тому числі контракту купівлі-продажу – надто копітка робота, яка вимагає великих витрат і часу. Тому ділові партнери прагнуть до уніфікації та стандартизації контрактів. У практиці міжнародної торгівлі широко використовуються різні типові форми контрактів. Вони стали розроблятися великими експортерами й імпортерами ще наприкінці ХІХ ст. За деякими підрахунками, у наш час на світовому ринку використовується понад 10 млн типових контрактів.

Типовий контракт – це розроблений за встановленими правилами документ, який містить ряд уніфікованих умов, прийнятих у практиці міжнародної торгівлі, тобто наперед узгоджених, типових умов.

Типові контракти на світовому ринку можуть використовуватися в різних формах. Найбільш поширеною формою є такий типовий контракт, в якому викладаються і формулюються належним чином статті, що містять загальні умови купівлі-продажу. А в тих статтях, умови яких вимагають узгодження, залишається місце для уточнення (так звана друга частина типового контракту). Після узгодження в контракт вносяться індивідуальні умови угоди, і він вважається готовим до підписання. Інколи у всіх пунктах залишається місце для уточнення.

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

- 1) беззаперечне приєднання одної 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.

Частіше типовий контракт, розроблений однією зі сторін угоди, береться за зразок і на його основі через узгодження кожної статті, кожної умови контракту розробляється індивідуальний контракт, який підписується сторонами.

Типові форми контрактів розробляють в основному великими експортерами певного виду продукції, об'єднаннями промисловців і підприємців, асоціаціями, союзами, торгово-промисловими палатами, біржовими комітетами. Наприклад, типові контракти на промислову

сировину розробляють союзи підприємців. Це, як правило, національні союзи.

У міжнародній комерційній практиці використовують різні способи підписання експортно-імпортних угод. Найбільш поширеним є укладання контракту між сторонами, що є безпосередніми контрагентами.

Суб'єкти, що є сторонами зовнішньоторгового договору (контракту) купівлі-продажу, повинні мати повноваження на підписання договору згідно з законами України і з урахуванням її міжнародних договорів. У випадку, якщо зовнішньоекономічний договір підписується фізичною особою, потрібен тільки її підпис. Від імені інших суб'єктів ЗЕД зовнішньоекономічний договір підписують дві особи: та, що має таке право відповідно до посади і згідно з документами заснування фірми, та особа, вповноважена дорученням, виданим за підписом керівника суб'єкта ЗЕД, одноосібно, якщо документи заснування не передбачають іншого.

Права та обов'язки сторін зовнішньоторгового контракту визначаються правом місця його підписання, якщо сторони не узгодили іншого, і відображаються в умовах контракту.

Підписання зовнішньоекономічного контракту являє собою ряд дій сторін (контрагентів) під час узгодження його умов.

Початковим етапом є попередні переговори, які ще називають «трактуванням угоди». Це серйозний і складний процес. Тим, хто починає безпосередню роботу з узгодження всіх конкретних умов (статей) майбутнього контракту, можна порекомендувати таке:

- надзвичайно важливо чітко уявляти мету угоди, тобто те, що потрібно зробити і на одержання якого результату ці дії спрямовані. Щоб успішно вирішити цю проблему, доречно створити модель майбутньої операції, визначити послідовність та строки її здійснення, врахувати можливі ризики. Необхідно обміркувати, що повинен зробити кожен з партнерів. І тільки після цього можна приступати до формулювання умов договору, звертатися за консультаціями до спеціалістів, готувати всі необхідні документи;

- проект майбутнього договору кожному з партнерів краще готувати самостійно, не покладаючись повністю на здійснення організаційно-технічних заходів іншою стороною, оскільки кожна зі

сторін орієнтована передусім на реалізацію власних інтересів; таким чином, ви зможете реалізувати свої інтереси;

- договір необхідно підписувати лише після того, як його переглянув і завізував юрист цієї фірми, або фірми, що надає юридичні послуги;

- формуючи умови договору, не припустима двоїстість висловлювань, розпливчастих фраз, нечіткості.

Визначаючи загальні ознаки зовнішньоекономічних контрактів, необхідно звертати увагу на специфіку джерел правового регулювання таких договорів.

До *основних* джерел належать:

- 1) міжнародні договори;
- 2) національне законодавство;
- 3) звичаї.

У практиці міжнародної торгівлі використовуються такі джерела **міжнародного правового регулювання** зовнішньоекономічних контрактів (договорів):

- Конвенція ООН про договори міжнародної купівлі-продажу товарів (1980р.);

- Конвенція ООН про давність позову в міжнародній купівлі-продажу товарів (1974р.);

- Конвенція про право, що використовується до договорів міжнародної купівлі-продажу товарів (1985р.), та ін.

Найбільш широко в практиці міжнародної торгівлі використовується Віденська конвенція ООН про договори міжнародної купівлі-продажу, прийнята у Відні в 1980р.

Віденська конвенція про МДКП товарів – це міжнародна економічна угода, що забезпечує широку уніфікацію національних законодавств, які застосовують її до договору купівлі-продажу, коли комерційні підприємства сторін договору знаходяться в різних країнах. 11 квітня 1980р. у Відні було підписано договір «Конвенція Організації Об'єднаних Націй про контракти на міжнародний продаж товарів». Конвенція набула чинності 1 січня 1988р. Україна ратифікувала її 1 лютого 1991р. Ця Конвенція стала одним з найважливіших комплексів міжнародних норм у галузі приватного права.

У Конвенції містяться уніфіковані правила, що регулюють міжнародну купівлю-продаж товарів, що стосуються більшості країн з різними економічними і правовими системами і спрямовані на усунення правових бар'єрів у міжнародній торгівлі.

Конвенція має **нормативний** характер, однак сторони можуть у договорі відступити від будь-якого її положення чи змінити дію.

Конвенція носить **диспозитивний характер** стосовно положень зовнішньоекономічного договору (контракту): більшість її положень діє, якщо сторони не домовилися про інше. Однак спеціального посилання на Конвенцію в тексті договору не потрібно – вона діє автоматично як частина національного законодавства країн, що її підписали.

Віденська Конвенція про МДКП обумовлює, що норми Конвенції **не застосовуються** до продажу:

- товарів, що купуються для особистого, сімейного чи домашнього використання, окрім випадків, коли продавець у будь-який час до або в момент укладення договору не знав і не повинен був знати, що товари придбають для такого використання;

- з аукціону;

- у порядку виконавчого провадження або іншим способом в силу закону;

- фондових паперів, акцій, забезпечувальних паперів, оборотних документів і грошей;

- судів водного й повітряного транспорту, а також судів на повітряній подушці;

- електроенергії.

Виключається застосування Конвенції до договорів *підряду і договорів на надання послуг*. Конвенція **не регулює** такі питання:

- а) дійсність договору;

- б) перехід права власності на товар;

- в) відповідальність продавця за заподіяні товаром ушкодження здоров'я або смерть будь-якої особи.

Особливості Віденської конвенції конвенція про МДКП:

- містить уніфіковані правила укладання і виконання договорів міжнародної купівлі-продажу товарів;

- допомагає прискорити, полегшити й здешевити ведення переговорів, тому що відпадає необхідність у вивченні законодавства країни контрагента;
- створює передумови для однозначного трактування прав і обов'язків сторін;
- сприяє ліквідації нерівноправних дискримінаційних відносин у міжнародній торгівлі;
- визначає зобов'язання продавця і покупця за договором;
- регулює відносини між контрагентами щодо об'єктів договору при виникненні спорів між сторонами, що належать до країн, які не є учасниками Конвенції;
- встановлює перелік об'єктів договору купівлі-продажу, на які не поширюється її дія;
- визначає ознаки договору купівлі-продажу, до яких Конвенція не застосовується.

Конвенція включає 101 статтю і складається з 4-х частин:

1. Сфера застосування і загальні положення;
2. Порядок укладення угоди;
3. Порядок виконання договору;
4. Заключні положення.

Укладання МДКП згідно з положеннями Віденської конвенції полягає у:

- 1) Встановленні форми договору – усна або письмова (в Україні, Росії, Білорусі – лише письмова);
- 2) Визначенні способу укладання договору.

7.4. Основні принципи укладання міжнародного комерційного контракту.

Договір вважається укладеним у випадку *акцепту* покупцем (погодження на оплату) *оферти* (комерційної пропозиції) продавця, яка містить істотні умови контракту (строк поставки, кількість та якість товару, ціна, платіж).

Розрізняють такі види оферти:

1. *Тверда оферта* надається лише одному покупцеві із зазначенням строку, протягом якого діє пропозиція продавця, і наділяє продавця юридичною відповідальністю.
2. *Вільна оферта* надається декільком покупцям водночас і не наділяє продавця юридичною відповідальністю.

3. *Контроферта* – це відповідь покупця на пропозицію продавця, де повідомляється про те, що покупець згоден акцептувати оферту, але лише з корективом, яку просить продавця внести до оферти.

Що стосується *національного законодавства*, то в Україні такими нормативно-правовими актами є:

- Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність»;
 - Закон України «Про порядок здійснення розрахунків в іноземній валюті»;
 - Закон України «Про регулювання товарообмінних (бартерних) операцій у галузі зовнішньоекономічної діяльності»;
 - Закон України «Про операції з давальницькою сировиною у зовнішньоекономічних відносинах»;
 - Закон України «Про Єдиний митний тариф»;
 - Закон України «Про Митний тариф»;
 - Митний кодекс України;
 - Цивільний кодекс України;
 - Указ Президента України від 4 жовтня 1994р. № 567/94 «Про застосування Міжнародних правил інтерпретації комерційних термінів»;
 - Указ Президента України від 4 жовтня 1994. № 566/94 «Про заходи щодо впорядкування розрахунків за договорами, що укладають суб'єкти підприємницької діяльності України»;
 - Кабінету Міністрів України і Національного банку України від 21 червня 1995р. № 444 «Про типові платіжні умови зовнішньоекономічних договорів (контрактів) і типові форми захисних застережень до зовнішньоекономічних договорів (контрактів), які передбачають розрахунки в іноземній валюті»;
 - Декрет Кабінету Міністрів України від 19 лютого 1993р. №1593 «Про систему валютного регулювання і валютного контролю».
- Названі вище та цілий ряд інших нормативно-правових документів відіграють визначальну роль у вирішенні суперечок в арбітражі.

У зв'язку з прийняттям нових Кодексів в Україні змінюється ієрархія законів, які регулюють питання форми, порядку укладення та виконання зовнішньоторговельних договорів (контрактів) (рис.7.9.).

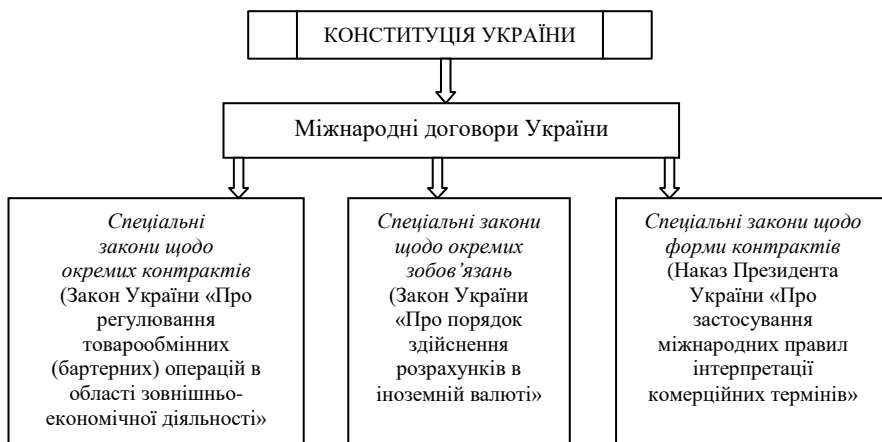


Рис. 7.9. - Ієрархія контрактного законодавства України

Реалізація типової зовнішньоторгової угоди проходить ряд етапів, які складаються з послідовних стадій її підготовки.

Можна виділити *чотири основні етапи* оформлення типової зовнішньоторгової угоди купівлі-продажу.

Перший етап. *Встановлення ділового контакту із зарубіжним партнером:*

- 1) вимога покупця відомостей про товар чи виклик на торги продавця;
- 2) одержання відповіді;
- 3) перевірка продавцем платоспроможності покупця і її підтвердження.

Реалізація цієї частини угоди вимагає оформлення і підтвердження зазначених дій такими *основними документами*: запити, ініціативні листи, відповіді на запити, оферти (тверда чи вільна), банківські чи комерційні відправлення та ін.

Другий етап. *Оформлення замовлення покупцем:*

- 1) письмове повідомлення покупця про доставку товарів чи надання послуг;
- 2) встановлення графіка доставок;

- 3) визначення мінімальної ціни;
- 4) прийняття замовлення.

Оформлення угоди на другому етапі супроводжується такими документами: замовлення, акцепт пропозиції покупця, проект контракту, акцепт (підтвердження, згода) твердої оферти продавця, зустрічна оферта, графік доставки, індент (закупівельний ордер).

Оформлення *замовлення* покупцем фактично означає письмову вказівку про доставку йому товарів чи надання послуг. Замовлення оформляється частіше всього на спеціальному бланку з обґрунтуванням ціни. Одночасно складається *закупівельний ордер*, тобто супроводжувальний лист чи *індент* (закупівельний ордер, орієнтований на експорт). Замовлення не стає контрактом до моменту одержання письмової згоди підписати договір на попередніх умовах.

Третій етап. Забезпечення доставки і розрахунків:

- 1) визначення контрактної ціни;
- 2) визначення базисних умов поставки;
- 3) узгодження умов розрахунку і методи платежу покупцем.

Документи, необхідні для оформлення цієї частини угоди: консульський рахунок, рахунок-фактура, фірмові каталоги, прейскуранти, біржові котирування, конкурентний лист, Інкотермс-2010», акредитивний лист, інкасове доручення, чеки та ін.

Визначення контрактної ціни товару здійснюється на основі певних документів. При цьому в договорі обов'язково робиться посилання на документи, які використовуються з цією метою (консульський рахунок, рахунок проформа, сертифікат походження товару та ін.).

Консульський рахунок – це доручення, в якому підтверджується походження товару, виписується в країні експортера консулом країни імпортера після виплати консульського збору, надається разом з експортованим товаром, якщо це вимагається в країні-імпортері.

Сертифікат походження товару – документ спеціально установленої форми, який підтверджує, що товари/послуги вироблені/виконані в певній країні, і який містить інформацію для їх ідентифікації.

Рахунок-фактура – це рахунок, що виписується продавцем на ім'я покупця після того, як покупець замовить товар, містяться

відомості про товар та його ціну, є підставою для оплати або розрахунку.

Рахунок-проформа – попередній рахунок на оплату імпортованої продукції, містить зазвичай ту ж інформацію, що й кінцевий (остаточний) рахунок, але не може використовуватися для оплати поставок.

Конкурентний лист – документ, що узагальнює інформацію про техніко-економічні показники, якість, ціни і комерційні умови при реалізації товару; використовується у ході укладення контрактів, з метою реклами.

Стосовно визначення конкретної ціни експортного товару в угоді передбачається, що імпортер повинен знати всі елементи товару (ціна товару в місці його знаходження в момент продажу) чи базову ціну з урахуванням вартості упаковки, транспортування, витрат на страхування, мито. Ці витрати є типовими і обумовлюються торговими звичаями міжнародної комерційної практики.

Умови доставки у контракті визначаються на основі документа, розробленого Міжнародною торговою палатою – «Інкотермс-2010», який є зібранням правил, тлумачення міжнародних комерційних термінів.

Четвертий етап. Виконання замовлення продавцем:

- 1) підготовка товару до відвантаження (упаковка товару відповідно до правил, норм і стандартів);
- 2) доставка і транспортування;
- 3) страхування вантажу – оформлення страхового поліса;
- 4) митне очищення – заповнення митної декларації;
- 5) виставлення платіжного рахунку.

Оформлення угоди на цьому етапі супроводжується випискою товаросупроводжувальних і розрахункових документів, якими є рахунок-проформа, рахунок-специфікація, пакувальний листок, сертифікати (продукції, якості, походження товару), повідомлення про готовність до відвантаження, інвойс, транспортна накладна, коносамент, повідомлення про відвантаження, страховий поліс, митна декларація та ін.

Інвойс (комерційний рахунок) – пакет документів, що є основою для розрахункових операцій. До його складу входить рахунок-фактура, з докладним переліком надісланих покупцю товарів і повної

інформації про кількість, якість і ціну товару, про нумерацію і маркування вантажних місць, про способи постачання товару. Крім того, в інвойсі перераховують всі додаткові витрати, а також проставляють номер контракту, вказується величина знижки і методи її надання, номер замовлення і накладної, дата відвантаження, умови і форми платежу. Повідомлення про готовність товару надсилається покупцеві. Складається накладна, яка супроводжує вантаж. Транспортування вантажу доповнюється завантажувальним ордером.

Лист пакувальний – супровідний документ до вантажу, в якому міститься перелік усіх видів і сортів товарів, що перебувають у кожному товарному місці. Такий лист необхідний, коли в одній упаковці містяться різні за асортиментом товари.

Коносамент – документ, що засвідчує одержання вантажу для транспортування морським шляхом. Видається перевізником відправникові вантажу. Коносамент може бути іменним (на ім'я певного одержувача вантажу), ордерним (у розпорядженні відправника або одержувача) або на пред'явника. Коносамент складається на підставі письмового документа, підписаного відправником (вантажний ордер). За достовірність відомостей, зазначених у вантажному ордері, відповідає відправник.

Страховий поліс – письмова угода між страхувальником і страховиком, яка засвідчує, що страховик бере на себе зобов'язання у разі настання страхового випадку виплатити страхову суму або в межах страхової суми відшкодувати збиток страхувальникові чи іншій особі, зазначеній у полісі.

Вантажна митна декларація (ВМД) – документ, що містить відомості про товар, який ввозяться на митну територію України, мету його ввезення або про зміну митного режиму для таких товарів, а також інформацію, необхідну для здійснення митного контролю, митного оформлення, митної статистики, нарахування митних платежів.

Зовнішньоторговельний договір купівлі-продажу – це угода українських підприємців з іноземними фірмами і громадянами, що має предметом зовнішньоекономічні операції, зв'язані з обміном товарів.

Зовнішньоторговельний договір купівлі-продажу має *наступні ознаки*:

- одним з контрагентів за угодою виступає юридична або фізична особа іноземної держави;

- товар знаходиться на території іноземної держави;
- при виконанні договору товар, як правило, перетинає територію одного або декількох іноземних держав;
- договір підписується уповноваженими особами, їхні підписи скріплюються печатками.

Зміст зовнішньоекономічного договору (контракту) складають його умови, про які сторони домовилися в процесі укладання угоди. Ці умови відображають специфіку взаємин між сторонами і їх особливі вимоги до предмету і порядку виконання контракту.

Умови, які мають і можуть бути передбачені зовнішньоекономічним договором (контрактом), установлює, зокрема, Положення про форму зовнішньоекономічних договорів (контрактів), затверджене Наказом Міністерства зовнішньоекономічних зв'язків і торгівлі України від 05.10.1995р. № 75.

З точки зору **обов'язковості** умови (статті, параграфи) контракту поділяються на *обов'язкові* (істотні, без яких він не має юридичної сили) та *додаткові* (неістотні).

До *обов'язкових* умов договору (контракту) належать: назва, номер договору (контракту), дата і місце укладення; преамбула із зазначенням повного і скороченого найменування сторін та найменування документів, якими керуються контрагенти під час укладення договору (контракту); предмет договору (контракту) – його опис, найменування, характеристика, модель, сорт і таке інше; кількість та якість товару (обсяги виконання робіт, надання послуг); одиниці виміру кількості, порядок визначення кількості, система вимірів та ваги; якість товарів; вибір способу визначення якості (по стандарту, по технічним умовам, по специфікації, по опису, по первинному огляду, по змісту окремих речовин в товарі, по виходу готового продукту, за натуральною вагою, спосіб «тель-кель»); базисні умови поставки товарів (приймання/здачі виконаних робіт або послуг); ціна і загальна вартість договору (контракту); умови платежів (включають в себе спосіб платежу, засоби платежу, форму платежу); упаковка та маркування; гарантії та технічне обслуговування; порядок здачі і приймання товару; форс-мажорні обставини; санкції та рекламації; арбітраж; юридичні адреси, поштові та платіжні реквізити сторін.

До *додаткових* умов належать: страхування; гарантії якості; залучення субвиконавців до договору (контракту), агентів,

перевізників; норми завантаження (розвантаження); передача технічної документації на товар; збереження торгових марок; порядок сплати податків, мит, зборів; захисні застереження; момент початку дії договору (контракту); кількість підписаних примірників договору (контракту); можливість і порядок внесення доповнень та змін до договору (контракту) та ін.

З погляду **універсальності** умови (статті, параграфи) контракту можна поділити на *універсальні* й *індивідуальні*.

До **універсальних** (типових) умов відносяться: здача-прийом товару; базисні умови поставки; упакування і маркірування; умови платежу; гарантії; санкції і рекламації; форс-мажорні обставини; арбітраж.

До **індивідуальних** відносяться: найменування сторін-учасників угоди, предмет контракту, кількість товару, якість товару, термін поставки, ціна, юридичні адреси сторін і підписи сторін.

Основні засади запровадженого порядку реєстрації зовнішньоекономічного договору (контракту):

- для реєстрації контракту не обов'язкова наявність товару;
- контракт реєструється після його укладення;
- не встановлено обмежень щодо обсягу угод;
- передбачено порядок реєстрації бартерних операцій;
- контракт має обмежувальний характер, якщо Україна відповідає за контрактом як держава.

Як правило, зовнішньоекономічні договори, укладені підприємствами, не потребують реєстрації в органах державної влади. Однак для окремих видів зовнішньоекономічних договорів така реєстрація обов'язкова. Згідно з чинним законодавством, обов'язковій реєстрації підлягають договори, укладені суб'єктами ЗЕД усіх форм власності, предметом яких є:

- товари, відносини з реекспорту яких регулюються чинним законодавством України та міжнародними договорами України;
- товари походженням з України, щодо яких міжнародними договорами України передбачено добровільні обмеження експорту з метою запобігання демпінгу;
- товари походженням з України, щодо яких здійснюються антидемпінгові процедури;

- товари походженням з України, імпорт яких до інших держав квотується, контигентується, ліцензується відповідно до законодавства цих держав або нормативних актів економічних угруповань, митних союзів;

- товари походженням з України, експорт яких здійснюється межах бартерних (товарообмінних) операцій чи операцій із зустрічної торгівлі;

- переліки товарів, зовнішньоекономічні договори за якими потребують реєстрації, визначаються Міністерством економіки та з питань європейської інтеграції України.

Реєстрація (облік) зовнішньоекономічних договорів (контрактів) здійснюється Міністерством економіки та з питань європейської інтеграції України, а також відповідними структурними підрозділами обласних та міських держадміністрацій залежно від облікової вартості договору. При встановленні режиму ліцензування експорту товарів до іноземної держави, реєстрація зовнішньоекономічних договорів про експорт товарів до цієї держави призупиняється на період дії режиму ліцензування. Зовнішньоекономічні договори, предметом яких є здійснення бартерних (товарообмінних) операцій, а також операцій з давальницькою сировиною українського замовника, підлягають реєстрації в Міністерстві економіки та уповноважених ним органах.

Відмова в реєстрації зовнішньоекономічного договору допускається в таких випадках:

- подано не всі необхідні документи;
- умови зовнішньоекономічного договору не відповідають законодавству України та даним інформаційної картки контракту;
- до суб'єкта ЗЕД України, який звернувся за реєстрацією договору, застосовано санкції;
- існує заборона з боку іноземних держав щодо ввезення на їх митну територію відповідних товарів походженням з України;
- вичерпано імпорتنі квоти (контингенти), установлені іноземними державами, митними союзами на ввезення відповідних товарів походженням з України;
- до іноземного контрагента суб'єкта ЗЕД України застосовано режим індивідуального ліцензування;

- є офіційна інформація щодо порушення суб'єктом ЗЕД України або його іноземним контрагентом законодавства України;
- дані контракту не відповідають даним інформаційної картки зовнішньоекономічного контракту.

Документом, що підтверджує реєстрацію договору, є картка реєстрації – обліку зовнішньоекономічного договору. Вона видається суб'єкту ЗЕД у двох примірках, один із яких залишається в нього, а другий подається до митних органів, де й залишається після митного оформлення відповідних товарів. Картка дійсна для митного оформлення експортної продукції протягом 12 місяців з дати її оформлення.

Картка державної реєстрації договору (контракту) та спеціальна відмітка про реєстрацію на договорі підтверджують факт реєстрації. Її видають суб'єкту ЗЕД у трьох примірниках: перший подається до митних органів для митного оформлення майна, другий – до податкових органів, третій залишається у суб'єкта ЗЕД. Картка державної реєстрації договору (контракту) та спеціальна відмітка про реєстрацію на договорі підтверджують факт реєстрації.

Її видають суб'єкту ЗЕД у трьох примірниках: перший подається до митних органів для митного оформлення майна, другий – до податкових органів, третій залишається у суб'єкта ЗЕД.



Тема 8. Структура та зміст міжнародного комерційного контракту

8.1 Структура та зміст міжнародного контракту купівлі-продажу товарів.

8.2. Сутність та види ризиків, що виникають при здійсненні міжнародної комерційної діяльності.

Основні поняття теми: преамбула; предмет контракту; визначення кількості товару в контракті; умов про якість товару» базис поставки; ціна та загальна сума контракту; тверда ціна; змінна

ціна; рухлива ціна; валюта ціни; базис ціни; умови платежу; термін постачання; дата постачання; упакування і маркірування товару; здача та прийомка товару; рекламації; гарантійний період; штрафні санкції та страхування; форс-мажор; арбітражне застереження; інноваційний ризик; кон'юнктурний ризик; транспортні ризики; «Інкотермс-2010»; валютні ризики; цінний ризик; контрактні методи захисту; неконтрактні методи захисту; франшиза; перестраховування; хеджування.

8.1 Структура та зміст міжнародного контракту купівлі-продажу товарів.

Текст контракту складається з трьох частин:

- 1) Преамбула (вступ).
- 2) Предмет контракту.
- 3) Заключна частина.

Текст контракту починається з *вступної частини або преамбули*, у якій дається повне юридичне найменування сторін, що приймають участь у його укладанні.

Вступна частина контракту передує тексту договору і має звичайно такий зміст: найменування і номер контракту, дата і місце укладання, визначаються сторони (фірмове найменування, під яким вони зареєстровані, правове положення, місце перебування).

I. Преамбула

Передує тексту договору і має зазвичай такий зміст: найменування та номер контракту; місце і дату укладення контракту; визначення сторін угоди:

- повні фірмові найменування продавця та покупця, під якими контрагенти зареєстровані в торговому реєстрі своєї країни, їх правовий стан, місцезнаходження (назва країни чи міста);

- найменування осіб, що підписали контракт, із зазначенням їхніх посад та назва документу, що надає особі право підписання контракту (устав, договір, доручення);

- найменування сторін у тексті контракту (зазначення, хто конкретно є продавцем, а хто покупцем).

Вступна частина контракту повинна бути наступною:

Приклад I.

КОНТРАКТ № _____

м. Харків (Україна)

20 червня 2014р.*

Організація (фірма) _____

(повне найменування організації, країни приналежності)

іменована надалі "Продавець", з одного боку, і організація (фірма) _____

(повне найменування організації, країни приналежності)

іменована надалі "Покупець", з іншого боку, уклали даний контракт про нижченаведене.

**Варто мати на увазі, що порядок написання дати різний в Україні і за рубежом. Рекомендується в тексті контракту іноземною мовою писати місяць буквами, а потім число і рік. Наприклад, March 20. 2014*

II. Предмет контракту

Сторони повинні чітко визначити *предмет контракту* – тобто дію або сукупність дій, які визначають тип і характер умов угоди, що укладається.

Необхідно давати точну назву товару, а якщо найменувань багато, то складається їхній список і заноситься в додаток 1 до контракту – специфікацію. Для опису товару зі складними технічними характеристиками включаються спеціальні розділи: «Технічні умови» або «Технічні специфікації», за допомогою яких потім здійснюється перевірка фактично поставленого устаткування.

У контракті також вказується його об'єкт. Стосовно до контракту купівлі-продажу сфера об'єктів договору досить чітко обговорена у Віденській конвенції. Ця частина може включати 17 окремих умов (статей, параграфів).

№1. Предмет контракту

У цьому параграфі вказуються найменування товару (повне і точне), його характеристика (тип, марка, виробнича потужність), асортимент. Якщо контрактом передбачена поставка товарів різних якісних характеристик чи різного асортименту, то вони вказуються у специфікації, що додається до контракту і складає його невід'ємну частин, про що в контракті робиться відповідне посилання.

Предмет контракту може визначатися наступним чином:

Приклад I. Предмет контракту

1.1. Продавець продав, а покупець купив на умовах франко-вагон ст. Харків-сортувальна (ІНКОТЕРМС – 2010) устаткування у повній відповідності

з технічною характеристикою й у комплектності відповідно до Додатка № 1 до дійсного Контракту.

Приклад II. 1. Предмет контракту

1.1. Продавець продав, а Покупець купив на умовах *франко-склад покуця* (м. Харків, вул. Заводська, 17) (ІНКОТЕРМС – 2010) товари у відповідності зі специфікацією, прикладеної до дійсного Контракту і що є його невід'ємною частиною.

№2. Кількість

При визначення кількості товару в контракті купівлі-продажу встановлюється: одиниця виміру кількості; порядок встановлення кількості; система міри і ваги. Кількість товару у контракті може вказуватися у мірах ваги, обсягу, довжини, площі, у штуках; у кількості товару, що знаходиться в одиниці упакування – бутелі, коробці, мішці, пачці.

Кількість товару може бути визначена або твердо фіксованою цифрою, або у встановлених межах.

Встановлення системи мір і ваги у контракті необхідно тому, що деякі країни використовують національні системи мір, відмінні від загальноприйнятих.

№3. Якість товару

Якість – це сукупність властивостей (техніко-економічних, естетичних), що обумовлюють здатність задовольнити певні потреби, пов'язані з призначенням товару, речі або продукції. Визначення якості товару в контракті полягає у встановленні якісних характеристик. Для включення до тексту контракту умов про якість товару можуть бути використані такі способи визначення якості:

1. За *стандартом*, розробленим урядовими організаціями (національні стандарти), об'єднаннями підприємців, науково-технічними асоціаціями й інститутами та ін. (застосовуються для уніфікованої продукції, в контракті роблять посилання на номер і дату стандарту і вказують організацію-розробника).

2. За *зразком*, що є еталоном, погодженого і підтвердженого сторонами. Як правило, відбирають 3 зразки: один зберігається у покупця, другий – у продавця, третій – у нейтральної організації, визначеної в договорі.

3. За *технічними умовами*, що визначають якість товару, виробленого на основі індивідуального замовлення, і які розробляються або замовником, або виробником. Застосовується у

випадках, коли для даного товару нема стандартів і коли через особливі умови виробництва й експлуатації товару необхідне встановлення спеціальних вимог до його якості. Технічні умови наводяться або в тексті контракту, або у додатку до контракту.

4. За *специфікацією*, яка повинна містити необхідні технічні параметри, що характеризують товар.

5. За *попереднім оглядом*, коли покупцю надається право оглянути всю партію товару у встановлений термін (спосіб «оглянуто-схвалено»), використовується при продажу товарів на аукціонах, зі складів.

6. За *змістом окремих речовин у товарі* – припускає встановлення у контракті у відсотках мінімально припустимого змісту корисних речовин і максимально припустимого змісту небажаних елементів або домішок.

7. За *виходом готового продукту* – коли в контракті встановлюється показник (у % чи в абсолютній величині), який визначає кількість кінцевого продукту, що повинний бути отриманий із сировини.

8. За *справедливою середньою якістю (FAQ – fair average quality)* – застосовується в контрактах на зерно, коли в контракті робиться вказівка, що якість товару повинна відповідати справедливій середній якості зерна у визначений період і у встановленому місці відвантаження.

9. За *натуральною вагою* – тобто за вагою, вираженою в кілограмах одного гектолітра (об'ємної одиниці) зерна, яка відображає фізичні властивості зерно (форму, величину, наповненість і т.д.) і дає представлення про кількісний вихід борошна і крупи з нього. Цим способом визначається якість зернових.

10. *Спосіб «тель-кель» (take, як є)* – означає поставку товару «яким він є». При цьому продавець не несе відповідальність за якість товару, а покупець зобов'язаний прийняти товар незалежно від його якості. Застосовується при продажі врожаю зернових, цитрусових «на корені» (ще не знятих).

Закордонний досвід керування якістю базується на єдиних підходах і методах роботи. Найбільш розповсюджені статистичні методи контролю якості, включені в міжнародний стандарт ІСО 9004-4 і рекомендовані для широкого застосування. У той же час кожна

країна має характерні риси в практичному застосуванні загальних принципів керування якістю.

Для включення в текст контракту умов про якість товару можуть бути запропоновані наступні варіанти формулювань.

Приклад I. 3. Якість товару (для простих виробів, наприклад, будівельні матеріали).

Якість товару, що поставляється, повинна відповідати встановленим в Україні державним стандартам.

Приклад II. 3. Якість товару (для предметів ширвжитку – одяг, взуття, тканини і т.п.).

Якість товару, що поставляється, повинна відповідати каталогам і проспектам, що є невід’ємною частиною дійсного Контракту.

№4. Базис поставки

Укладаючи угоду зовнішньоторговельного контракту купівлі-продажу сторони повинні чітко поділити між собою численні обов’язки, пов’язані з доставкою товару від продавця до покупця. Базисні умови, як правило, визначають такі обов’язки і встановлюють основу (базис) ціни залежно від того, чи включається в ціну витрати з доставки товару, та визначаються положеннями ІНКОТЕРМС.

Для включення в текст контракту умов про обов’язки сторін згідно базисних умов поставки можуть бути запропоновані наступні варіанти формулювань. Наприклад, якщо контракт укладений на умовах франко-завод, то умови розділу «Базис поставки» («Обов’язок сторін») можуть бути сформульовані в такий спосіб:

Приклад I. 4. Обов’язки сторін (франко-завод)

4.1. Продавець зобов’язаний:

а) надати товар у розпорядження Покупця у встановлений в Контракті термін на своєму підприємстві

(назва підприємства, його адреса, місце, де товар буде переданий покупцю)

б) забезпечити за свій рахунок упаковання товару, оговорену в дійсному Контракті;

в) повідомити Покупця про дату, коли товар буде наданий у його розпорядження, не менш чим за _____ (термін) тижня (місяця);

г) нести витрати по перевірці якості товару, його зважуванню, виміру;

д) на прохання Покупця зробити останньому за його рахунок повне сприяння в одержанні документів, видаваних у країні постачання або країні

походження товару, що можуть знадобитися Покупцеві для вивозу його з країни.

4.2. Покупець зобов'язаний:

- а) прийняти товар у місці й у термін, зазначений у дійсному Контракті;
- б) оплатити вартість товару в порядку, передбаченому дійсним Контрактом;
- в) нести усі витрати, що падають на товари, і всі ризики, яким може піддаватися товар, з моменту, коли він наданий у розпорядження Покупця;
- г) нести витрати по оплаті митних тарифів і податків (якщо такі стягуються при експорті товару).

№5. Ціна та загальна сума контракту

Ціна товару – це кількість грошових одиниць, які повинний заплатити покупець продавцю в зазначеній у контракті валюті за погоджену одиницю виміру товару і прийняті базисні умови постачань.

Для встановлення ціни товару в контракті купівлі-продажу визначаються: одиниця виміру, за якого встановлюється ціна, базис ціни, валюта ціни, спосіб фіксації цін і їхній рівень, а також знижки. Узгодження ціни може проводитися як усно, так і в письмовому виді. Після узгодження договірна ціна вказується в договорі й у специфікації.

По *способу фіксації* розрізняються такі **види цін**:

1. *Тверда ціна* – визначається в контракті у виді конкретних цифр, не підлягають ніяким змінам. Звичайно використовуються при короткострокових постачаннях (менше 1 року).
2. *Змінна ціна* – обчислюється в момент виконання угоди шляхом перерахування ціни з урахуванням зміни у витратах при умовах інфляції. Застосовується при тривалих постачаннях (більше 1 року). Можливі зміни на 10-15%.
3. *Рухлива ціна* – ціну із застереженням про можливості зміни погодженого показника індексу цін. При його зміні на 2-5% перегляд не робиться, при зміні на 5-15% ціни перераховуються на визначений ступінь зміни цін (1/5 від відсотка зміни індексу цін). Застосовуються при постачаннях із тривалим періодом (більше 1 року), з наданням кредиту.

Після узгодження контрактної ціни й обсягу продукції, що поставляється, розраховується загальна сума контракту. При встановленні ціни у контракті вказують: одиницю виміру ціни,

загальну суму контракту, валюту ціни, спосіб фіксації ціни, базис ціни.

Валюта ціни – це валюта, в якій виражено ціну товару. Це може бути валюта країни покупця, продавця, або валюта третьої країни.

Базис ціни встановлює, чи входять в ціну товару транспортні, страхові, складські та інші витрати на його доставку. При встановленні базису ціни використовують базисні умови поставки ІНКОТЕРМС.

При складанні тексту зовнішньоторговельного договору купівлі-продажу рекомендується гранично точно визначити ціну товару, що поставляється.

Приклад I. 5. Ціна та загальна сума контракту

5.1. Ціна товару, зазначеного в п.1.1. дійсного Контракту, складає

_____ (сума прописом, грошові одиниці) за одиницю

5.2. Загальна вартість проданого за дійсним Контрактом товару складає

_____ (сума прописом, грошові одиниці)

5.3. У вартість товару включається вартість упакування і маркірування товару, витрати по його навантаженню, укладанню _____

_____ (перелічуються інші витрати)

Приклад II. 5. Ціна та загальна сума контракту

5.1. Ціна товару, зазначеного в п.1.1. дійсного Контракту, складає _____ доларів США за одиницю.

5.2. Загальна вартість проданого за дійсним Контрактом товару складає _____ доларів США.

5.4. Оплата вартості проданого за дійсним Контрактом товару буде здійснюватися в карбованцях за курсом долара США на момент початку постачання в _____

_____ (повне найменування банку)

у _____ (місто, країна)

№6. Умови платежу

Цей розділ контракту містить узгоджені сторонами умови платежу, визначає спосіб і порядок розрахунків між ними, а також гарантії виконання сторонами взаємних платіжних обов'язків. При визначенні умов платежу в контракті встановлюють: валюта платежу, застереження, спрямовані на зменшення або усунення валютного

ризик, термін платежу, спосіб платежу, засіб платежу і форми розрахунків, гарантії виконання сторонами платіжних зобов'язань.

Валютою платежу може бути валюта країни-імпортера, країни-експортера або валюта третьої країни, розрахункові одиниці (СДР, Євро). Іноді в умовах контракту передбачається право імпортера на свій вибір провести платежі в різних валютах.

Якщо платіж здійснюється в нестабільній валюті, у контракт вносять валютне застереження, тобто умова, що передбачає зміну ціни товару в тій же пропорції, у якій відбудеться зміни курсу погодженої сторонами валюти платежу стосовно валюти контракту (валюти ціни).

Термін платежу звичайно встановлюють сторони договору, тобто в контракті вказується конкретна дата.

Спосіб платежу визначає, коли здійснюється платіж за товар відносно його фактичної поставки. Основні способи платежу: готівковий, авансовий платіж або у кредит.

У практиці міжнародної торгівлі застосовуються такі засоби платежу, як чеки, векселі, поштові і телеграфні перекази, інструкції системи SWIFT.

Основними формами розрахунків у міжнародній комерційній практиці є: інкасова; акредитивна; банківський переказ, відкритий рахунок.

У практиці міжнародної торгівлі діють загальні правила, згідно з якими, якщо в тексті контракту не вказується конкретний момент здійснення оплати вартості товару, що постачається, то таким моментом вважається момент передачі в розпорядження покупця товару або товаросупроводжувальних документів. Якщо в тексті контракту не обумовлено місце оплати товару, то таким вважається місцезнаходження комерційного підприємства продавця або місце передачі товару чи супровідних документів.

Стаття контракту може бути викладена так:

Приклад 1. 6. Умови платежу

6.1. Вартість товару, що поставляється, зазначена в п. _____ дійсного Контракту, оплачується шляхом передоплати.

6.2. Покупець зобов'язаний перерахувати грошову суму на сплату повної вартості товару, що поставляється, на р/рахунок

(вказується номер р/рахунку, назва банку, його адреса)

до _____

(дата)

Приклад II. 6. Умови платежу

6.1. Вартість товару, що поставляється, зазначеного в п. ____ дійсного Контракту, оплачується шляхом передоплати.

6.2. Покупець зобов'язаний перелічити грошову суму на сплату повної вартості товару, що поставляється, на р/рахунок

(номер р/рахунку, назва банку, його адреса)

негайно після одержання наступних документів:

рахунку ____ екз.

коносаменту ____ екз.

сертифікату якості ____ екз.

№7. Строк і дата поставки товару

Під *терміном постачання* розуміють момент, коли продавець зобов'язаний передати товар у власність покупцю або з його доручення особі, що діє від його імені. Іноді встановлюється термін одноразового постачання, а іноді проміжні терміни при постачанні вроздріб. Існують різні *способи встановлення терміну постачання*:

- «негайно», тобто продавець зобов'язується поставити товар у будь-який день протягом не більш двох тижнів;

- визначення календарного дня постачання;

- визначення періоду (найбільш розповсюджений у закордонній практиці): місяць, квартал, рік, час місяця або кварталу. У цих випадках додають слова «протягом», «не пізніше», а при періодичних постачаннях – «щомісяця», «щокварталу»;

- указівка числа днів, тижнів або місяців з моменту здійснення якої-небудь дії.

Дата постачання залежить від способу постачання і визначається датою документа, що підтверджує передачу права власності на предмет купівлі-продажу, наприклад:

- дата документа, видаваного транспортною організацією, що прийняла товар для перевезення;

- дата розписки транспортно-експедиційної фірми в прийманні вантажу для подальшого відправлення за призначенням;

- дата складського свідчення;

- дата підписання приймально-здавального акту після постачання останньої партії, без якої неможливо використовувати усе

раніше поставлене устаткування (у контрактах на комплектне устаткування).

При складанні тексту зовнішньоторговельного договору купівлі-продажу рекомендується визначати терміни постачання наступним чином:

Приклад I. 7. Строк і дата поставки товару

7.2. Постачання товару, зазначеного в п. 1.1 дійсного Контракту, буде здійснена протягом _____
(період часу)

Термін постачання може бути зв'язаний з визначеними діями покупця, наприклад, від часу одержання продавцем оплати товару, зі здійсненням попередньої оплати товару покупцем і т.п., наприклад:

Приклад II. 7. Строк і дата поставки товару

7.2. Постачання товару, зазначеного в п.1.1 дійсного Контракту, буде здійснена протягом трьох місяців з дати одержання авансової оплати, відповідно до пункту _____ дійсного Контракту.

Якщо постачання товару буде здійснюватися партіями тривалий час, сторони складають графіка виконання постачання з чіткими вказівками, який товар, у якій кількості й у який період часу передбачається поставити.

№8. Упакування і маркірування товару

Упакування повинне забезпечити повну схоронність товару, запобігти його ушкодженню при транспортуванні усіма видами транспорту з урахуванням перевантажень, а також охороняти товар від атмосферних впливів.

Під маркіруванням розуміють необхідні підписи, зображення й умовні позначки, що розміщуються на упаковці, бирках чи самому товарі і необхідні для належного перевезення і здачі вантажу одержувачу.

Маркірування повинно містити:

- позначення, необхідні для адресата (одержувача вантажу): найменування, вагу нетто і брутто, номери контракту й наряду, номер даного місця – товарне маркірування;

- дані необхідні для транспортної організації, що перевозить вантаж: найменування країн і пунктів відправлення, маршрут при перевантаженнях – вантажне маркірування;

- позначення, необхідні під час перевезення: номери вагонів, люків, назва судна і т.п. – транспортне маркірування (наноситься транспортною організацією-перевізником);

- позначення, що вказують, як треба поводитися з товаром під час його перевезення, вантажно-розвантажувальних робіт, збереження – спеціальне маркірування.

Стаття контракту, що містить умови про упакування і маркірування, може бути сформульована в такий спосіб:

Приклад I. 8. Упакування і маркірування

8.1. Упакування товару, що поставляється, повинне відповідати встановленим стандартам (або технічним умовам) і гарантувати при належному звертанні з товаром його схоронність під час транспортування.

8.2. На кожну шухляду (контейнер, мішок і т.п.) повинна бути нанесене наступне маркірування: найменування пункту призначення, адреса одержувача товару – Покупця, найменування й адреса Продавця зі вказівкою країни відправлення товару, номер місця, вага бруто, вага нетто й інші реквізити, що можуть бути завчасно, до початку постачання повідомлені Покупцем Продавцеві.

8.3. У випадку, якщо упакування не забезпечить схоронності товару, на що буде складений комерційний акт, Продавець відшкодує Покупцеві збитки, викликані неналежним упакуванням.

У випадку здійснення зовнішньоторговельної операції на імпорт складного устаткування умови контракту про упакування і маркірування повинні бути складені докладно. Наприклад:

Приклад II. 8. Упакування і маркірування

8.1. Товар, що поставляється, повинний відвантажуватися в експортному упакуванні, що відповідає його характеру.

8.2. Упакування повинне забезпечувати повну схоронність вантажу від усякого роду ушкоджень і корозії під час перевезення його морем (по залізниці, автотранспортом і т.п.) з урахуванням декількох перевантажень у шляху, а також тривалого збереження. Вантаж повинний бути упакований таким чином, щоб він не міг переміщатися усередині тари при зміні її положення.

8.3. Продавець несе відповідальність перед Покупцем за ушкодження або поломку вантажу внаслідок неналежного упакування, за утворення корозії.

8.4. Шухляди, у яких упаковане устаткування, маркіруються з трьох сторін – на двох протилежних бічних сторонах і зверху шухляди.

8.5. Маркірування повинне бути нанесене чітко, незмивною фарбою на _____ і українській мовах і включати наступне:

Контракт № _____
Транс № _____
Шухляда № _____
Вага нетто _____

Вага брутто _____
Розміри шухляди у см. _____ (довжина, ширина, висота).

8.6. Місця, що вимагають спеціального звертання, повинні мати додаткове маркірування: «Обережно», «Верх», «Не кантувати».

8.7. На негабаритних, великовагових і довгомірних місцях, висота яких перевищує один метр або вага перевищує 500 кг, повинне бути зазначено незмивною фарбою на кожному вантажному місці розташування центра ваги знаком «+» і буквами «Ц.Т.».

8.8. Продавець зобов'язаний відшкодувати додаткові транспортні і складські витрати, що виникли в зв'язку із засиланням устаткування не за адресою, унаслідок неналежного або неправильного маркірування.

№9. Порядок відвантаження

Це вказівка у контракті на строк (в днях) до початку строку поставки, протягом якого продавець зобов'язаний попередити покупця про готовність товару до відвантаження, а покупець сповістити про отримання повідомлення (при цьому обов'язково вказується технічний засіб зв'язку).

№10. Здача та прийомка товару

Під *здачею* товару розуміється передача товару продавцем у володіння покупця відповідно до умов контракту купівлі-продажу. Передача товару покупцеві, іменована постачанням, виробляється за рахунок продавця. У витрати по здачі включаються вартість зважування, підрахунку, маркірування, упакування, можливі митні збори.

Під *прийманням* розуміється перевірка відповідності якості, кількості і комплектності товару його характеристикі і технічним умовам, зазначеним у договорі.

Як правило, до контракту включаються наступні умови про здачу-приймання: вид, строк і місце фактичних здачі-приймання; засоби перевірки та методи визначення кількості та якості поставленого товару; хто здійснює здачу-приймання.

Строк здачі-приймання – це період, протягом якого покупець зобов'язаний провести перевірку кількості товару відразу ж після отримання товару, а якості – лише протягом тривалого терміну. Таким чином, строки приймання товару з кількості та якості можуть не збігатися.

Місце здачі-приймання в контракті визначається точно. Це може бути підприємство, склад, порт, станція.

Можуть бути запропоновані як зразок наступні формулювання умов зовнішньоторговельного контракту купівлі-продажу по прийманню товару по кількості і якості. Наприклад, якщо постачання здійснюється на умові франко-кордон, місцем приймання товару по кількості і якості буде територія біля границі, куди продавець повинний доставити товар.

Приклад I. 10. Приймання товару по кількості і якості

10.1. Приймання товару по кількості і якості буде вироблятися Покупцем у присутності представника Продавця (або Перевізника) відразу ж після прибуття товару _____

(місце приймання)

10.2. У випадку, якщо буде встановлене порушення якості товару або нестача його по кількості, Покупець разом із представником Продавця (або Перевізника) складе протокол і в залежності від причин порушення якості товару і виникнення нестачі його по кількості пред'явить відповідні рекламачії.

10.3. Продавець несе відповідальність за всі недоліки товару, що виникли після передачі його Покупцеві, якщо причина їх існувала до цієї передачі і Покупець пред'явив рекламачію не пізніше шести місяців із дня приймання товару.

10.4. Продавець зобов'язаний негайно відшкодувати нестачу товару і замінити недоброякісний товар на якісний.

Приклад II. 10. Приймання товару по кількості і якості

10.1. Приймання товару по кількості і якості буде вироблятися Покупцем у присутності представника Продавця (або Перевізника) відразу ж після прибуття товару _____

(пункт призначення, місце приймання товару)

10.2. Результати приймання товару по кількості і якості будуть оформлятися актами експертизи, дані якої будуть остаточними й обов'язковими для Продавця і Покупця. Відповідно до даних вищевказаних актів Покупець зробить остаточний розрахунок за поставлений товар у порядку, передбаченому дійсним Контрактом.

10.3. Якщо в результаті вищевказаної експертизи товару, що надійшов, буде встановлено, що його кількість і якість, а також упакування або маркірування всього поставленого товару або його частини не відповідають вимогам дійсного Контракту, то Покупець за своїм вибором має право на проведення розрахунків за товар зі знижкою на фактичну якість і

кількість, що зазначені в актах експертизи, і застосування санкцій, передбачених дійсним Контрактом.

10.4. Повернення товару, що не відповідає по своїй якості вимогам дійсного Контракту, не звільняє Продавця від відповідальності за своєчасне виконання зобов'язань по постачанню товару в терміни, передбачений дійсним Контрактом.

10.5. Якщо в ході перевірки якості поставленого товару буде встановлено, що більше _____ % від загальної кількості товару не відповідає по якості вимогам дійсного Контракту, Покупець має право розірвати Контракт і стягнути з Продавця штраф у розмірі _____ % вартості поставленого товару. При цьому Покупець одержує право закупити недопоставлену за дійсним Контрактом кількість товару будь-якої якості за поточними цінами світового ринку з віднесенням можливої різниці між ціною за товар, визначеної дійсним Контрактом, і ціною світового ринку на Продавця, що зобов'язаний відшкодувати Покупцеві можливі збитки через різницю в цінах у термін не більше _____ днів з дати пред'явлення Покупцем вимоги про відшкодування збитків. Прострочення в задоволенні вимог Покупця спричиняють обов'язок Продавця сплатити додатковий штраф у розмірі _____ % від суми вимоги за кожний день прострочення.

Представлені варіанти в різному ступені захищають інтереси контрагентів за зовнішньоторговельним договором купівлі-продажу. Варіант I – умов про приймання по кількості і якості більш відповідає інтересам продавця, а варіант II – інтересам покупця.

№11. Рекламациї

Рекламация – претензія, що висувається покупцем до продавця у зв'язку з невідповідністю якості і кількості товару умовам контракту. Їх предметом можуть бути тільки ті питання, що не були предметом приймання товару.

Рекламациї можуть пред'являтися покупцем тільки з тих питань, що не були предметом прийняття товару, зробленого відповідно до умов контракту, а також у тих випадках, коли виявлено, що представлені продавцем документи не відповідають фактичним даним, що характеризують виконання постачання товару.

Рекламациї надсилаються у письмовій формі з додатком усіх необхідних документів, що обґрунтовують претензії (акти експертизи, рекламацийні акти, що складені за участю незацікавлених осіб, коносаменти, пакувальні листи і т.п.).

У текст зовнішньоторговельного контракту купівлі-продажу можливе включення наступних умов, що визначають обов'язки

покупця при пред'явленні їм рекламаций по якості товару: «Покупець зобов'язаний скласти акт експертизи по усіх виявлених дефектах відповідно до діючих правил у країні покупця; надати продавцеві правильно оформлену рекламацию в термін, зазначений у договорі».

№12. Гарантії якості

У зовнішньоторговельних контрактах на машини й устаткування як правило міститься умова, за якою продавець приймає відповідальність за якість товару протягом визначеного гарантійного терміну. Ці умови визначають: обсяг наданої гарантії, гарантійний термін; обов'язки продавця за випадку виявлення дефектності товару або невідповідності його до контракту; обсяги наданої гарантії, що залежать від характеру товару та технічних умов контракту.

Гарантійний період може обчислюватися: з дати поставки товару; з моменту отримання покупцем від продавця повідомлення в письмовій формі про те, що товар готовий до відправлення; з дня пуску обладнання в експлуатацію.

№13. Штрафні санкції та страхування

У контракті варто передбачити санкції у вигляді пені, неустойок/недотримок, штрафів за порушення сторонами своїх зобов'язань (недоставку товарів; несвоєчасну поставку; несвоєчасну оплату; інші порушення).

Найбільше поширення в міжнародній практиці одержало нарахування прогресивних штрафних санкцій:

- протягом перших 30 днів по 0,05% за кожний день;
- протягом наступних 30 днів по 0,08% за кожний день;
- надалі по 0,12% за кожний день затримки постачання.

Гранична величина штрафу 8-10% вартості не поставленого в термін товару. Необґрунтована жорсткість санкцій імпортером часто викликає відповідну реакцію експортерів, вони закладають можливі штрафи в ціни. Положення про штрафні санкції звичайно формулюється на основі взаємної відповідальності, наприклад поряд зі штрафами за затримку постачання експортером передбачається штраф за затримку платежу.

Контрагенти за договором можуть передбачити в його умовах санкції за невиконання або неналежне виконання інших зобов'язань за контрактом: штрафи за необґрунтоване відмовлення покупця прийняти

товар, що відповідає встановленим нормам якості, за неповідомлення про зроблене відвантаження товару й ін.

Стаття контракту, що містить умови про штрафні санкції, може бути сформульована в такий спосіб:

Приклад I. 13. Санкції

13.1. У випадку, якщо Продавець не поставив товар у встановлений дійсним Контрактом термін з причини, за яку несе відповідальність, він платить Покупцеві штраф.

13.2. Штраф нараховується, починаючи з першого дня після закінчення встановленого дійсним Контрактом терміну, у розмірі _____% від вартості непоставленого товару за кожний день прострочення.

13.3. Штраф буде утримуватися із суми, призначеної для оплати вартості поставленого товару. У випадку, якщо Покупець з якої-небудь причини не утримає штраф при оплаті рахунка Продавця, останній зобов'язаний оплатити суму штрафу на першу вимогу Покупця.

13.4. У випадку, якщо прострочення постачання товару перевищить _____ днів, Покупець має право відмовитися від Контракту або його частини.

13.5. З метою виконання Контракту Покупець може укласти договір із третьою особою. Продавець у цьому випадку зобов'язаний відшкодувати Покупцеві витрати по укладанню Контракту з третьою особою і різницю між ціною товару, що була передбачена дійсним Контрактом, і ціною товару, що куплений у третьої особи.

13.6. За необґрунтоване відмовлення Покупця прийняти товар, що відповідає передбаченим дійсним Контрактом нормам якості і кількості, на нього накладається обов'язок відшкодувати Продавцеві усі витрати по транспортуванню товару і його страхуванню, а також сплатити на користь Продавця штраф у розмірі _____% від загальної вартості товару.

Приклад II. 13. Санкції

13.1. У випадку запізнь у постачанні проти термінів, зазначених у дійсному Контракті, Продавець зобов'язаний сплатити Покупцеві штраф у розмірі 0,5 % від вартості непоставленого в термін товару за кожний тиждень прострочення протягом перших чотирьох тижнів і 1 % за кожний наступний тиждень.

13.2. Загальна сума штрафу не повинна перевищувати 20% від вартості непоставленого в термін товару.

13.3. Розмір штрафу не може бути змінений в арбітражному процесі.

13.4. У випадку, якщо запізнення в постачанні товару перевищить три місяці, Покупець має право відмовитися від Контракту або його частини.

У підрозділі «*Страховання*» встановлюється предмет страхування, перелік ризиків, страховальник, а також особа, на користь якого проводиться страхування.

Умови контракту, як правило, включають зобов'язання експортерів надавати покупцю страхові поліси або сертифікати, що входять у комплект платіжних документів.

Наприклад, при умовах постачання СІФ ця стаття контракту може бути сформульована наступним чином: «Продавець зобов'язаний застрахувати товари, що поставляються за дійсним контрактом (за умовою СІФ проти звичайних видів ризику в рахунок вартості товарів). Товар може бути застрахований від інших видів ризику тільки за вказівкою Покупця і за його рахунок».

№14. Форс-мажор

(застереження про обставини непереборної сили)

Положення контракту, що передбачає відстрочку по виконанню або повне звільнення сторін від зобов'язань по ньому в зв'язку з настанням подій, що не залежать від сторін контракту, які роблять його виконання неможливим. Настання обставин нездоланної сили повинне бути засвідчено нейтральною організацією.

У контрактах також встановлюється, що сторона, що не може виконати зобов'язання, повинна інформувати контрагента про настання форс-мажорних обставин і надати відповідні документи. Крім того, у контракті встановлюються граничні терміни, після яких сторони мають право анулювати взаємні зобов'язання. При цьому завжди обмовляється, що жодна зі сторін не буде мати права зажадати відшкодування збитків від іншої сторони.

Наприклад, у практиці застосовуються наступні формулювання умов форсу-мажору:

Приклад 1. 14. Форс-мажор (розширений зміст форс-мажорного застереження)

«Страйки, локауті, трудові безладдя, неприйнятні умови праці, аварії, затримки в шляху, заборони або інші прояви урядової політики, включаючи заборони експорту й імпорту або інше ліцензування, війна (оголошені або неоголошені), заворушення, цивільні безладдя, пожежа, стихійні лиха або інші непередбачені обставини, що знаходяться поза контролем кожної зі сторін, звільняють від відповідальності за прострочення або невиконання, виниклі внаслідок однієї з цих причин».

Приклад II. 14. Форс-мажор

«Жодна зі сторін цього Договору не несе ніякої відповідальності перед іншими сторонами за несвоєчасність або неможливість виконання своїх зобов'язань у результаті дії нездоланих сил у тій мірі, у якій така відстрочка або невиконання не можуть бути віднесені за рахунок провини або недогляду сторони, що шукає захисту в рамках дійсної статті. Використовуване тут поняття дії нездоланих сил означає випадки, що не піддаються розумному контролю сторін, включаючи, але не обмежуючи цими, такі природні явища, як пожежі, повені або землетруси й інші події, такі, як війна, блокада або ембарго, окупація, громадянська війна, випадки цивільної непокори працівників або будь-яких законів, декларації, норми, вказівки або декрети, видані державними органами і що знаходяться під контролем Сторони, що повідомляє форс-мажор».

№15. Арбітражне застереження

У цьому параграфі контракту встановлюється порядок розв'язання суперечок, що можуть виникнути між сторонами і не можуть бути розв'язані шляхом переговорів, і передаються в арбітражний суд. При цьому в контракті вказуються:

- норми права, що застосовуються;
- визначення арбітражу із вказівкою на його місцезнаходження;
- термін надання позову до арбітражу;
- Положення про незаперечність рішення арбітражу для всіх сторін угоди;
- порядок призначення арбітрів.

У параграфі контракту, що визначає порядок арбітражного розгляду спорів, звичайно вказується, що рішення арбітражу є остаточним, обов'язковим для виконання обома сторонами і не може бути оскаржене в судовому порядку.

У контракті можуть бути використані наступні формулювання:

Приклад I. 15. Арбітражне застереження

«Будь-яка суперечка, що може виникнути з даного договору, підлягає розв'язанню в арбітражному суді країни відповідача»

Приклад II. 15. Арбітражне застереження

«Будь-яка суперечка, розбіжності, що можуть виникнути з дійсного Контракту або стосуються його дійсності, підлягають розв'язанню в

Міжнародному арбітражному суді при Торгово-промисловій палаті України, відповідно до її Регламенту»

Приклад III. 15. Арбітражне застереження (розширений)

15.1. Усі суперечки, що можуть виникнути з дійсного Контракту або його приводу, сторони будуть прагнути вирішити шляхом угоди.

15.2. У випадку, якщо Сторони не придуть до угоди, то суперечка буде розглядатися в Міжнародному комерційному арбітражному суді при Торгово-промисловій палаті України, м. Київ.

15.3. Сторони згодні в тім, що в арбітражному виробництві буде застосовуватися Регламент Міжнародного комерційного арбітражного суду при Торгово-промисловій палаті України.

15.4. Сторони згодні в тім, що для рішення їхньої суперечки, що виникли з дійсного Контракту або по його приводу, буде застосовуватися цивільне право України.

15.5. Сторони зобов'язуються виконати арбітражне рішення в термін, встановлений у самому рішенні.

№16. Транспортні умови

Транспортні умови включають: вказівку про термін відвантаження товару; порядок здачі товару продавцем покупцю; найменування пунктів перевантаження та здавання товару; відомості щодо того, ким оплачуються витрати із завантаження та розвантаження; транзитні перевезення; порядок розрахунків демареджу, диспачу; призначення стивідорів і агентів у разі морського транспортування.

№17. Експортно-імпортні ліцензії та інші умови

У контракті обумовлюють: хто і в які терміни зобов'язаний отримати ліцензії та повідомити про це іншу сторону (за випадку зміни ліцензійного узгодження та неможливості отримати ліцензію сторони звільнюються від відповідальності). Угода вступає в силу з моменту одержання ліцензії (в Україні надають ліцензії лише за наявності контракту). Зазвичай, експортна ліцензія – обов'язок продавця; імпортна – покупця.

III. Заклучна частина

У заклучній частині контракту вказують: юридичні адреси сторін; найменування осіб, які підписали контракт, коли входить у силу, після чого ставляться підписи та печатки сторін.

Заклучна частина зовнішньоторговельного Контракту купівлі-продажу звичайно складається в такий спосіб:

Дійсний Контракт складений і підписаний в _____ екземплярах на _____ мовах.

Кожній ^(яких) стороні належить по _____ екземплярів.
_(кількість)

Продавець:

(юридична адреса, реквізити)

Покупець:

(юридична адреса, реквізити)

Продавець _____ Покупець _____
_{(підпис) (підпис)}

Печатка

Печатка

Контракт складається в двох екземплярах, обидва екземпляри мають однакову силу. За випадку, коли сторони не з'ясували питання щодо мови контракту, то згідно зі звичаєм, що склався у практиці міжнародної торгівлі, мовою листування вважається та мова, якою зроблено пропозицію укласти угоду.

Як правило, зовнішньоторговельний контракт купівлі-продажу складається двома мовами: мовою продавця та мовою покупця. Причому в контракті обумовлюють, що обидва тексти мають однакову юридичну силу, але оскільки точний переклад юридичних та інших термінів з однієї мови на іншу в принципі неможливий і між відповідними текстами контракту, які написані різними мовами, може виникнути невідповідність, то в тексті контракту необхідно зробити посилання, якій мові надається перевага за випадку незбіжності або розходжень.

Наприклад, мова контракту може бути визначена:

Приклад I. 17. Мова Контракту і кореспонденції

17.1.1. Дійсний Контракт складений на _____ мовах.
_(яких)

17.1.2. Вся переписка з приводу дійсного Контракту ведеться на _____ мовах.

(яких)

17.1.3. У випадку виникнення різничитань або яких-небудь розбіжностей у значенневому змісті термінів перевагою володіє текст дійсного Контракту, написаний _____ мовою.

(якою)

17.1.4. Офіційні документи, зв'язані з Контрактом, його дією і виконанням, вважаються дійсними мовою, на якому вони видані, а переклад на _____ мову, у разі потреби, робить сторона, що

(яку)

використовує документ.

Часто до контракту вносяться *доповнення* та *зміни*. У будь-якому випадку зміни і доповнення, який би спосіб їхнього внесення не був обраний контрагентами, повинні відбуватися в письмовій формі, щоб уникнути наступних розбіжностей.

Наприклад, зміни і доповнення до контракту можуть бути внесені:

Приклад I. 17. Зміни і доповнення Контракту

17.2.1. Зміни і доповнення Контракту відбуваються тільки в письмовій формі.

17.2.2. Дійсними й обов'язковими для Продавця і Покупця визнаються тільки ті зміни і доповнення, що внесені ними безпосередньо в текст Контракту і за взаємною згодою.

Приклад II. 17. Зміни і доповнення Контракту

17.2.1. Зміни і доповнення дійсного Контракту відбуваються в письмовій формі.

17.2.2. Дійсними й обов'язковими для Продавця і Покупця визнаються тільки ті зміни і доповнення, що внесені ними в Контракт за взаємною згодою.

17.2.3. Під угодою в письмовій формі про зміну або доповнення дійсного Контракту розуміються угоди, оформлені у виді протоколу безпосередніх переговорів (додаткової угоди) і прикладені до тексту Контракту, а також ті, котрі досягнуті шляхом обміну телеграмами або телефоаксом.

Важливим моментом під час укладання угоди є момент, що вказує на набуття контрактом сили: з моменту його підписання уповноваженими особами чи після того, як контракт буде ухвалений компетентними державними органами.

У випадку, якщо вступ у силу контракту залежить від угоди його сторін, формулювання даної умови може виглядати в такий спосіб.

Приклад I. 17.3. Вступ Контракту в силу

17.3.1. Дійсний Контракт набирає сили з моменту його підписання уповноваженими на те особами.

17.3.2. Датою вступу Контракту в силу вважається дата, зазначена в правому верхньому куті першої сторінки Контракту.

17.3.3. Після вступу дійсного Контракту в силу всі попередні переговори, попередні документи і переписка по ньому будуть вважатися недійсними.

У випадку, якщо вступ Контракту в силу залежить не тільки від волі його сторін, але і від розсуду компетентних державних органів (наприклад, сторони повинні одержати відповідний дозвіл на здійснення передбачених дій), умова Контракту про вступ його в силу може бути сформульоване в такий спосіб.

Приклад II. 17.3. Вступ Контракту в силу

17.3.1. Дійсний Контракт набирає сили після того, як одержить схвалення компетентних державних органів.

17.3.2. Датою вступу Контракту в силу вважається дата, поставлена на документі, що фіксує схвалення компетентних державних органів.

17.3.3. Сторони беруть на себе зобов'язання прийняти всі необхідні міри для одержання схвалення компетентних державних органів на здійснення передбаченої дійсним Контрактом угоди.

17.3.4. У випадку, якщо компетентні державні органи країн Продавця і Покупця не схвалють Контракт, то останній вважається таким, що не вступив у законну силу. При цьому сторони не мають права вимагати відшкодування витрат і витрат.

Відповідно до Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність» зовнішньоторговельний контракт повинний бути підписаний двома особами: особою, що має таке право згідно з посадою відповідно до установчих документів, і особою, яка уповноважена дорученням, виданим за підписом керівника суб'єкта ЗЕД. Законодавство або торгові звичаї деяких країн (у т.ч. України) вимагають скріплення контракту печатками.

Таким чином, основні вимоги до підготовки і укладання зовнішньоторговельних контрактів купівлі-продажу товарів визначаються національним законодавством. Відмінність від всіх інших форм контрактів – це перехід права власності на товар від продавця до покупця. Як і інші види міжнародних контрактів, визначає

права та обов'язки сторін, їх відповідальність, а також відбивають економічні, фінансові, юридичні й організаційно-технічні зобов'язання партнерів.

8.2. Сутність та види ризиків, що виникають при здійсненні міжнародної комерційної діяльності.

Комерційна, підприємницька діяльність на зовнішньому ринку неминує пов'язана з ризиками, що загрожують різним майновим інтересам учасників зовнішньоекономічної діяльності.

Ризики – це можливі несприятливі події, що можуть відбутися, і в результаті яких можуть виникнути збитки, майнові втрати учасників ЗЕД. Робота з управління зовнішньоекономічними ризиками має включати такі основні складові:

- аналіз ситуації та визначення можливих ризиків;
- оцінка ймовірного збитку й прийняття рішення щодо управління потенційними ризиками;
- реалізація прийнятих рішень і контроль за їх виконанням.

Політика учасника ЗЕД щодо потенційних ризиків має декілька різновидів.

1. Виключення ризиків – це відмова від здійснення будь-яких дій, пов'язаних з можливістю появи ризиків у ЗЕД.

2. Прийняття ризиків означає, що підприємство бере на себе відповідальність за проведення зовнішньоекономічної операції та ризики, пов'язані з нею.

3. Зменшення ризиків – це прийняття рішень, які дають змогу знизити рівень витрат від прийнятих ризиків.

4. Передача ризиків означає, що підприємство передає відповідальність за ризики своєму партнеру або третій особі.

Структура ризиків у зовнішньоекономічній діяльності доволі змістовна і нараховує сотні різновидів, які можна класифікувати за певними ознаками (рис. 8.1).



РИЗИКИ ПРИ ЗДІЙСНЕННІ МКО



Рис. 8.1. – Класифікація ризиків при здійсненні міжнародної комерційної операції

Ризики, зовнішні щодо контракту, поділяються на політичні, юридичні, макроекономічні, маркетингові, ризик надійності партнера. Політичні ризики – це можливість виникнення збитків чи скорочення розмірів прибутку внаслідок державної політики регулювання зовнішньоекономічних відносин. *Політичні ризики* розподіляють на *чотири групи*:

- 1) ризик націоналізації та експропріації;
- 2) ризик трансферу, пов'язаний з можливими обмеженнями конвертування національної валюти;
- 3) ризик розриву контракту через діяльність влади тієї країни, де знаходиться підприємство-контрагент;
- 4) ризик військових дій та громадських заворушень.

При проведенні зовнішньоекономічних операцій слід врахувати фактори ризиків, пов'язані з платіжним потенціалом країни-дебітора, тому потрібно здійснювати аналіз її макроекономічних показників та ринкового потенціалу. Отже, слід розглянути:

- внутрішню економіку країни;
- економіки країн-партнерів;
- заборгованість держави (внутрішню і зовнішню).

Інформацію про ризики по конкретній країні можна отримати, використавши періодичні публікації консалтингових фірм, що спеціалізуються на оцінках ризиків. Підприємство, зазвичай, цікавить політична стабільність у країні, ризики поточної економічної ситуації, можливості для переказу капіталу та прибутків, можливості отримання прибутків. Ймовірність виникнення ризиків залежить від країни, з якою передбачається укладення зовнішньоекономічного контракту. Заздалегідь слід передбачити, що сума збитків може досягти розміру, який перевищить загальну суму контракту.

Для зменшення *ризиків за укладеними зовнішньоекономічними контрактами* слід попередньо перевірити потенційного партнера. З цією метою пропонується оцінити ефективність його функціонування. Керуючись інформацією про потенційного партнера, можна зробити конкретні висновки щодо його надійності та платоспроможності. Якщо підприємство задовольняє потенційний партнер, то перед ним стоїть питання укладення зовнішньоекономічної угоди з мінімізацією можливих ризиків, використовуючи всі можливі застереження (табл. 15.1).

Найбільшою групою ризиків у зовнішньоекономічній діяльності є *маркетингові ризики*, пов'язані з реалізацією товару на ринках збуту. До таких ризиків відносять інформаційні, інноваційні та кон'юнктурні ризики. Для проведення успішної збутової діяльності на зовнішніх ринках потрібно проводити їх ретельний ситуаційний аналіз, який ґрунтується на розробці таких експертних чи маркетингових систем, які дають змогу враховувати невизначеність інформації про ринок.

Таблиця 8.1.

Мінімізація ризиків за укладеними зовнішньоекономічними контрактами

Вид ризику	Дії щодо запобігання ризику
Ризик невиконання партнером зобов'язань за контрактом	Укладення договору про наміри, де оговорюється строк, протягом якого сторони можуть внести зміни
	Відображення в договорі намірів щодо матеріальної відповідальності за відмову від підписання контракту
	Відображення умови про чинність контракту не під час його підписання, а під час його узгодження
	Відображення умови про розгляд можливих суперечок через арбітражний суд
	Відображення в контракті умови про штрафні санкції за невиконання будь-якого зобов'язання за контрактом
	Відображення в контракті умови про виникнення можливих форс-мажорних обставин
Ризик неплатоспроможності партнера	Передбачення умови про чинність контракту після надходження коштів на розрахунковий рахунок виконавця
	Передача права власності замовнику після повної сплати вартості товару (послуги)
	Використання послуг банку щодо акредитивної форми розрахунків
	Укладення угоди з банком на факторингове обслуговування можливої дебіторської заборгованості

Інформаційний ризик – ризик відсутності, невизначеності чи недостовірності інформації, що стосується юридичної бази для

підготовки контракту, стану справ партнера і його банку, загального стану ринку товарів (послуг), на якому функціонує підприємство.

Інноваційний ризик – можливість втрат, що виникають внаслідок вкладення підприємством коштів у виробництво нових товарів (послуг), які, можливо, не знайдуть попиту на ринку.

Кон'юнктурний ризик – можливість втрат через зміну ринкової кон'юнктури, зміну як економічного стану галузі, в якій функціонує підприємство, так і суміжних з нею галузей.

Транспортні ризики – ризики, які виникають у зовнішньо-економічній діяльності при укладенні зовнішньоекономічних угод, а саме при переміщенні товару від продавця (постачальника) до покупця.

Запобігти виникненню інноваційного ризику можливо тільки шляхом проведення ретельних маркетингових досліджень, спрямованих на виявлення потреб споживачів на тому ринку, де функціонує підприємство.

При запобіганні кон'юнктурному ризику слід врахувати діяльність підприємства в цій галузі, а також суміжних галузях за певний період часу; сталість функціонування цієї галузі порівняно з економічним станом у країні в цілому; результати діяльності різних підприємств у межах однієї й тієї ж галузі. Оцінка маркетингової групи ризиків ґрунтується на визначенні ступеня можливості виникнення маркетингових ризиків, тобто на їх імовірності. Маркетингові ризики багатомовленатурні, їх зумовлюють як внутрішні, так і зовнішні фактори, дію яких досить важко скерувати в потрібному напрямку.

Усі транспортні ризики можна поділити за «Інкотермс-2010» на чотири групи. *Група E (EXW)* передбачає ситуацію, коли покупець несе всі ризики і витрати, пов'язані з доставкою товару від складу продавця (виробника) до кінцевого пункту споживання.

Група F містить три конкретні варіанти передачі відповідальності і ризиків:

1. FCA – ризики і відповідальність продавця переходять на покупця (посередника) у момент передачі товару у визначеному місці, при передачі товару перевізнику, визначеному покупцем.

2. FAS – відповідальність і ризик за товар переходять від постачальника до покупця у визначеному договором порту.

3. FOB – продавець знімає з себе відповідальність після переміщення товару через борт судна.

Група C включає ситуації, коли експортер (продавець) укладає із покупцем договір на транспортування, але не бере на себе ніякого ризику. Вона включає такі базові умови:

1. CFR – продавець оплачує вартість транспортування до порту прибуття, але ризик і відповідальність за цілісність та неушкодженість товару, а також додаткові витрати бере на себе покупець. Перехід ризиків і відповідальності відбувається в момент завантаження судна.

2. CIF – крім обов'язків, як у випадку CFR, продавець повинен забезпечити та оплатити страхування ризиків під час транспортування.

3. CPT – продавець і покупець розподіляють між собою ризики і відповідальність. У певний момент (зазвичай, у будь-якому проміжному, географічному пункті) ризики цілком переходять від продавця до покупця.

4. CIP – ризики переходять від продавця до покупця у визначеному проміжному пункті транспортування, але продавець забезпечує і сплачує вартість страхування товару.

Група D означає, що всі транспортні ризики несе продавець. До цієї групи включають такі базові умови:

1. DAP – передача ризиків продавцем покупцю відбувається на транспортному засобі у пункті призначення.

2. DAT – передача ризиків відбувається після розвантаження товару на терміналі в пункті призначення.

3. DDP – продавець відповідає за всі транспортні ризики до визначеного місця на території покупця.

При настанні ризиків, про які йдеться в «Інкотермс-2010», покупець зобов'язаний сплатити ціну товару навіть при отриманні товару у стані, який не відповідає умовам договору, чи при повній його втраті. У цьому полягає «ціна ризику». Якщо ж ушкодження не обумовлене транспортним ризиком, то покупець має право не тільки ухилитися від оплати товару, але і вважати продавця відповідальним за порушення умов договору.

Існують також *ризиків, пов'язані з умовами контракту*: щодо властивостей товару, щодо умов постачання, щодо вибору валютних умов контракту (валютні ризики), ризик форс-мажору, ризик розриву контракту.

Валютні ризики – це ризики валютних втрат, пов'язані зі зміною

курсу валюти платежу під час здійснення зовнішньоторговельних операцій.

Розрізняють два *види валютного ризику*: ризик наявних валютних збитків; бухгалтерський ризик валютних збитків, що виникає під час переоцінювання активів і пасивів, а також прибутку від іноземних інвестицій у закордонні філії та СП.

Ризик наявних валютних збитків існує у двох формах:

1. *Ціновий ризик* – небезпека валютних втрат від зміни валютного курсу у період з моменту підготовки контракту до його укладання. Ризик нейтралізується можливістю перегляду ціни під час підписання контракту.

2. *Валютний ризик з моменту укладання контракту до моменту платежу*. Нейтралізується за допомогою контрактних і неконтрактних методів захисту.

Контрактні методи захисту– пов'язані з укладанням контракту і включають:

- вибір валюти ціни, що співпадає з валютою платежу;
- вибір валюти ціни з прогнозованою найбільш вигідною для сторін динамікою курсу (експортеру вигідно, щоб валюта ціни була «твердою», а валюта платежу – «м'якою», імпортеру – навпаки);
- включення до контракту «*валютного застереження*» – яке передбачає автоматичне пропорційне корегування ціни товару в тій же пропорції, у якій відбудеться зміна курсу погодженої між сторонами валюти платежу стосовно валюти ціни. На практиці для валютного застереження використовують:

а) одну валюту, тобто *моновалютне застереження*, що ставить суму платежу в залежність від валютного курсу базової валюти-посередника, тобто перерахунок здійснюється через третю валюту: USD→CAD→GBP.

б) кілька валют – *багатовалютне (мультивалютне) застереження*– коли використовується не одна валюта-посередник, а «кошик валют» (визначається відношення однієї валюти до середньозваженої набору 5-7 валют) чи розрахункові валютні одиниці СДР, ЄВРО. Наприклад, USD→EUR (SDR) →GBP.

Найбільш вигідне валютне застереження на базі СДР або ЄВРО, тому що їх щоденне котирування здійснюється МВФ, членами якого є більшість країн світу.

Неконтрактні методи – ті, що не пов'язані з укладанням

контракту і включають:

- регулювання своєї валютної позиції – полягає у проведенні збалансованої валютної політики фірми стосовно експорту-імпорту за строками платежів, коли термін, валюта і сума здійснюваних розрахунків співпадають за експортними та імпортними угодами.

- використання послуг міжнародних банків зі страхування валютних ризиків. Операції зі страхування валютних ризиків українських учасників ЗЕД з 1992 року здійснюється НБУ та банками, що мають ліцензії на право здійснення валютних операцій. Таке страхування відбувається відносно групи вільно конвертованих валют строком до 1-го року (форвардні операції).

Залежно від етапу угоди ризики виникають: при митному оформленні, при сертифікації, комерційні, транспортні. За місцезнаходженням ризики бувають: закордонні, прикордонні, на власному ринку. З огляду на можливість впливу підприємства на ризик вони поділяються на дві групи: залежні від діяльності підприємства, або внутрішні, і незалежні від діяльності підприємства, або зовнішні. До внутрішніх ризиків відносять:

- невиконання виробничих завдань у визначені терміни;
- недотримання вимог якості;
- страйки, недобросовісність працівників;
- аварії, пожежі;
- крадіжки.

До ризиків, які не залежать від підприємства, належать:

- політичні ризики;
- військові ризики;
- ризики, пов'язані з діяльністю органів державної влади;
- стихійні лиха;
- ризики, пов'язані з діяльністю третіх осіб;
- валютні ризики;
- ризики зміни ціни;
- ризик падіння попиту;
- ризик зростання конкуренції;
- ризики неплатежів, банкрутства;
- ризик непостачання товару і невиконання договірних зобов'язань.

Принципова відмінність між цими двома групами ризиків полягає в тому, що на першу групу підприємство має змогу вплинути, тобто вжити заходів, що усувають їх джерела. На другу групу ризиків підприємство вплинути не може, тому що їх настання практично не залежить від зусиль учасника ЗЕД. Відповідно для управління цими різними за своїм походженням ризиками мають застосовуватися різні методи.

Для боротьби з внутрішніми ризиками застосовуються відомі методи управління. Наприклад, для усунення ризиків аварій, пожеж застосовуються заходи безпечного ведення виробництва, протипожежні заходи. Для зменшення ризиків невиконання виробничих завдань за об'ємом і якістю продукції, що випускається, розробляються відповідні організаційно-технологічні заходи, що включають поточне й оперативно-календарне планування, систему управління якістю та Інші аналогічні заходи, що мають за мету створення на підприємстві системи, що виключає невиконання планових завдань у термін і випуск неякісної продукції. Для зниження інших внутрішніх ризиків також розробляються адекватні заходи, головним критерієм яких є їх ефективність, тобто співвідношення між результатом (зменшення збитків або приріст прибутку) і витратами на їх здійснення.

Головна проблема управління ризиками в зовнішньоекономічній діяльності підприємства полягає в управлінні тими ризиками, настання яких не залежить від зусиль підприємств. Можна виділити такі *групи методів, спрямованих на зменшення можливих збитків*, що викликані цими ризиками:

1. Страхування, тобто використання різних видів полісів, договорів страхування.
2. Хеджування як метод використання біржових ф'ючерсних контрактів і опціонів.
3. Застосування різних форм і методів розрахунково-кредитних відносин, що зводять до мінімуму ризик неплатежу за поставлені товари, або неотримання товарів проти їх сплати.
4. Аналіз і прогнозування кон'юнктури (попиту, пропозиції, ціни) на зовнішньому ринку, планування і своєчасна розробка заходів з метою уникнути можливих збитків, викликаних несприятливими кон'юнктурними змінами.
5. Інші методи.

8.3. Методи управління ризиками, пов'язаними а міжнародним контрактом. Страхування у міжнародній торгівлі.

Серед методів управління ризиками у практиці міжнародної торгівлі значна увага приділяється страхуванню. **Страхування зовнішньоекономічної діяльності підприємств** – це міжнародні економічні відносини з захисту майнових інтересів суб'єктів господарювання протягом періоду, в якому відбуваються певні події (страхові випадки), за рахунок майнових коштів, що формуються зі сплачених ними внесків (страхових премій). У процесі страхування зовнішньоекономічних відносин беруть участь два *суб'єкти: страхувальник та страховик.*

Страховик – юридична особа будь-якої організаційно-правової форми, яка має державний дозвіл (ліцензію) на проведення операцій страхування.

Страхувальник – юридична чи фізична особа, яка має страховий інтерес і вступає у взаємини зі страховиком на підставі чинного законодавства або двосторонньої угоди про страхування. Страховик має право створювати та витратити кошти страхового фонду. Страховиками можуть виступати державні страхові організації, акціонерні страхові товариства, товариства взаємного страхування і перестраховання.

Для засвідчення укладеної угоди страховик надає страхувальнику *страхове свідоцтво (поліс)*, в якому вказуються правила страхування, перелік страхових ризиків, розмір страхової суми і страхової премії (внеску), порядок зміни і припинення дії договору, інші умови, що регулюють відносини сторін. Обов'язок страховика щодо відшкодування збитків виникає лише при настанні страхової події, тобто застереженої у полісі події. Під час укладання страхового полісу проводиться страхова оцінка – визначення вартості майна, що приймається до страхування. Майно, як правило, страхується не на всю вартість.

За настання страхової події страховик повинен сплатити конкретну суму страхового відшкодування, яка визначається, виходячи з розміру страхової суми та страхових збитків. Останні становлять матеріальні втрати, що їх зазнав страхувальник унаслідок страхового випадку. З відшкодування частини вартості понад страхову суму страховик відповідальності не має. Ця частка самоутримання страхувальника, що, звичайно, висловлюється у відсотках до страхової

оцінки, має назву **франшизи**. Вона широко використовується у міжнародній практиці як одна з умов страхування.

Страхування зовнішньоекономічної діяльності означає страхування ризиків, які виникли в ході її здійснення, і є комплексом різновидів страхування, що забезпечують захист інтересів вітчизняних і зарубіжних суб'єктів господарювання в міжнародному співробітництві.

Страхування зовнішньоекономічної діяльності, як і будь-якої діяльності, включає *майнове, особисте та страхування відповідальності*.

Об'єктом **майнового страхування** є товарно-матеріальні цінності та майнові інтереси страхувальників. Серед *майнових видів страхування* найчастіше застосовуються такі:

- страхування вантажів;
- страхування морських суден (морське каско);
- страхування повітряних суден;
- страхування автомобілів;
- страхування експортно-імпортних кредитів;
- страхування збитків від зупинки виробництва або комерційної діяльності;
- страхування майна, що знаходиться за кордоном, від вогню й інших небезпек;
- страхування майна нерезидентів від вогню й інших небезпек;
- інші види майнового страхування.

Об'єктом **страхування відповідальності** є відповідальність перед третіми особами (фізичними або юридичними) внаслідок будь-якої діяльності або бездіяльності страхувальника. Така відповідальність може виникати (і досить часто) у силу дії законів щодо відшкодування збитку винуватцем, яким може виявитися (у тому числі випадково) підприємство – учасник ЗЕД. До цієї галузі в зовнішньоекономічній діяльності відносять:

- міжнародний поліс страхування цивільної відповідальності власників автотранспорту;
- страхування цивільної відповідальності власників повітряних суден, що є обов'язковим при польотах за кордон;
- страхування цивільної відповідальності перевізників;
- страхування відповідальності виробників товарів;

- страхування професійної відповідальності, зокрема митних брокерів, юридичних консультантів і юридичних фірм, приватних нотаріусів, аудиторів та інших видів підприємницької діяльності;
- інші види страхування відповідальності.

Об'єктом *особистого страхування* є життя і здоров'я громадян. В зовнішньоекономічній сфері до такого виду відносять страхування життя туристів, медичне страхування, страхування пасажирів і працівників транспорту при міжнародних перевезеннях тощо.

Комплексні види страхування, що передбачають поєднання в одному полісі декількох видів страхування, також застосовуються в зовнішньоекономічній сфері. Наприклад, популярні в усьому світі поліси страхування будівельного підприємця від усіх ризиків і страхування всіх монтажних ризиків. Ці поліси покривають ризики ушкодження і знищення майна в процесі будівництва об'єктів і монтажу різного устаткування, а також відповідальність перед третіми особами при роботах, що ведуться, і післяпускові гарантійні зобов'язання підрядника. Страхове покриття забезпечується від усіх ризиків будівництва і монтажу на повну вартість контрактів, що виконуються.

Використання посередників дає можливість розширити пропозицію страхових послуг, взяти на відповідальність виробничі та комерційні ризики, які не може вирішити страхова компанія. У зв'язку з цим доцільно застосувати перестраховання. *Перестраховання* – це система економічних відносин між страховиками, що дає можливість страховій компанії, яка уклала договір страхування, передати отримані ризики іншим страховим компаніям (перестраховикам). Зміст відносин між страховиком та перестраховиком полягає в зобов'язанні перестраховика покрити частину страхових виплат страхової компанії за страховими випадками, які настали у її клієнтів, сподіваючись на частину страхової премії, отриманої від клієнтів. Отже, економічна сутність перестраховання – це перерозподіл між страховими організаціями первинного страхового фонду. Прийняті в перестрахованні ризики можуть передаватися повторно, продовжуючи ланцюг перестраховання. Таким чином, у перестрахованні відбувається постійний обмін ризиками і преміями, головною метою якого є прагнення створити збалансований, стійкий власний страховий портфель.

Перестраховання є тим видом страхової діяльності, який, з одного боку, забезпечує надійність страхового захисту учасників зовнішньоекономічної діяльності, а з іншого – перестраховання є різновидом зовнішньоекономічних зв'язків у страхуванні, мета якого полягає в забезпеченні захисту національних і міжнародних інтересів страховальників у різних країнах.

У міжнародній практиці існує кілька варіантів участі держави у страхуванні експорту. У деяких країнах страхування експортних ризиків здійснюється державними агентствами, страхові премії сплачуються безпосередньо до бюджету і безпосередньо з бюджету сплачуються страхові відшкодування. Інший варіант – створення окремих установ, які працюють на самоокупній основі, тобто покривають адміністративні витрати та страхові відшкодування надходженням від премій. Така система застосовується у Великобританії та Японії. Якщо резерви ECGD (британська установа державного страхування експорту) чи ESD/MITI (японська установа державного страхування експорту) недостатні для покриття страхового відшкодування, вони можуть покрити нестачу за рахунок кредитів із бюджету. У Греції зобов'язання організації страхування експортних кредитів підкріплені державною гарантією на чітко визначену суму – 1,3 млрд. дол. США. Система державного страхування експорту через такі установи застосовується також в Ірландії, Барбадосі, Кіпрі, Данії. Є також країни, в яких страхування експорту забезпечується приватними або змішаними організаціями.

Участь держави в забезпеченні страхування експортних ризиків базується, головним чином, на недосконалості ринку. Оскільки приватні страховики не бажають надавати страхового покриття для найбільш ризикових експортних регіонів, ринок страхування експорту був би неповним без урядового втручання.

Таким чином, сучасне страхування пропонує широкий набір послуг, пов'язаних із ЗЕД. Однак практика показує, що учасники ЗЕД використовують частіше за все ті види страхування, які є обов'язковими для здійснення ЗЕД (наприклад, страхування туристів, що виїжджають за кордон, або страхування відповідальності власників транспортних засобів для більшості закордонних країн тощо), без котрих не можливе здійснення іншої діяльності. Досить часто застосовуються види страхування, що є частиною міжнародних торговельних порядків, наприклад страхування вантажів. Порівняно

рідше застосовуються види страхування, що були б ефективні в тій о іншій конкретній ситуації і які не застосовують через недостатню культуру страхування, у тому числі і через незнання можливостей, які надає сучасне страхування.

Поряд зі страхуванням застосовують також інші методи управління ризиками. Для управління ризиками, пов'язаними з падінням цін на біржові товари, фондові цінності та несприятливим падінням курсу валют, широко застосовуються різні методи *хеджування*. Вони передбачають використання ф'ючерсів і опціонів. *Перевага цього методу* – можливість оперативного прийняття рішень, порівняно невисока вартість, налагодженість і доступність ринків ф'ючерсів і опціонів. До *недоліків* варто віднести порівняно вузький спектр дії (тільки цінові параметри угод на товари, фондові цінності і валюту), складність використання, що вимагає високого рівня кваліфікації фахівців. Тому повною мірою цей метод використовується, як правило, великими підприємствами при великих обсягах зовнішньоторговельних операцій.

Окрема галузь управління ризиками у ЗЕД пов'язана з розрахунково-кредитними відносинами і передбачає використання досить значного розмаїття форм і методів. До основних із них відносять:

- застосування безвідкличного підтверженого документарного акредитива при розрахунках за постачання товару;
- використання банківських гарантій (наприклад, валютування переказних векселів – тратт тощо).

Перевага цього механізму зниження ризиків – простота і доступність використання для учасників ЗЕД, *недолік* – порівняна дорожнеча такого типу банківських послуг.

Таким чином, сучасний рівень розвитку страхової, банківської та біржової справи у світі надає учасникам ЗЕД широкий спектр різних інструментів захисту від ризиків при здійсненні зовнішньоекономічних операцій. Однак вони не в змозі забезпечити абсолютний захист від можливих ризиків, хоча і можуть істотно їх зменшити. Значною мірою ризики можна відвернути шляхом ефективного управління (наприклад, диверсифікацією діяльності тощо). Найбільший ефект може бути отриманий за рахунок поєднання, комбінації різних методів управління ризиками: страхування,

хеджування, застосування сучасних методів управління, форм і методів розрахунків у зовнішньоекономічних операціях.



Тема 9. Укладання міжнародних комерційних контрактів

9.1. Уніфікація правил укладання міжнародних торговельних угод з купівлі-продажу товарів.

9.2. Правила використання та порядок укладання міжнародних комерційних контрактів згідно з положеннями «ІНКОТЕРСМ-2010».

Основні поняття теми: уніфікація; Гаазька конференція з міжнародного приватного права; Міжнародний інститут з уніфікації приватного права; Віденська конвенція про договори міжнародної купівлі-продажу товарів; ЮНСІТРАЛ»; базисні умови постачання.

9.1. Уніфікація правил укладання міжнародних торговельних угод з купівлі-продажу товарів.

Уніфікація у сфері міжнародної торгівлі викликана необхідністю впровадження єдиних норм, виходячи з того, що на національному рівні юридичною базою діяльності виступають різні національно-правові системи. Ці системи далеко нетотожні щодо регулювання однотипних питань міжнародної торгівлі, і до того ж, вони нерідко дуже істотно розходяться з положеннями міжнародного торговельного права. Тому усунення суперечності в різних правових положеннях здійснюється шляхом їх уніфікації.

Під уніфікацією при цьому розуміється - створення за допомогою міжнародних договорів однакових норм, що підлягають сприйняттю правом держав і, таким чином, забезпечують подолання розбіжностей щодо регулювання міжнародних торговельних зв'язків.

Питаннями уніфікації займається низка міжнародних організацій. Серед них - Гаазька конференція з міжнародного приватного права. У 1955 р. нею була підготовлена та ухвалена

Гаазька конвенція про право, застосовне в міжнародному купівлі-продажу товарів. У 1986 р. ця Конвенція була замінена іншою - Конвенцією про право, застосовне до договорів міжнародної купівлі-продажу товарів. У Римі на постійній основі працює Міжнародний інститут з уніфікації приватного права. У 1964 р. у Гаазі були ухвалені підготовлені цим інститутом «Конвенція про однаковий закон про міжнародну купівлю-продаж товарів» та «Конвенція про однаковий закон про укладання договорів міжнародної купівлі-продажу товарів». У 1966 р. під егідою ООН була заснована Комісія ООН із права міжнародної торгівлі «ЮНСІТРАЛ». Основними завданнями Комісії є гармонізація й уніфікація права міжнародної торгівлі і сприяння кодифікації міжнародних торговельних звичаїв.

ЮНСІТРАЛ підготувала низку проектів міжнародних конвенцій з різних питань міжнародної торгівлі, які були ухвалені. Серед них:

- Міжнародна конвенція про морське перевезення вантажів (Гамбург, 1978 р.);

- Віденська конвенція про договори міжнародної купівлі-продажу товарів 1980 р.;

- Конвенція про морське перевезення вантажів значною мірою уніфікувала раніш існуючі та регламентовані рядом правових актів правовідносини у сфері морських вантажоперевезень, тощо.

Проте, найбільш велике значення щодо уніфікації норм міжнародного торговельного права має Віденська конвенція 1980 р., яка сприяла усуненню розбіжностей у різних міжнародно-правових актах, ухвалених різними міжнародними органами й існуючих у різних правових системах. Як відзначено в преамбулі Віденської конвенції, її положення будуть сприяти усуненню правових бар'єрів у міжнародній торгівлі і створенню сприятливих умов для її розвитку.

9.2. Правила використання та порядок укладання міжнародних комерційних контрактів згідно з положеннями «ІНКОТЕРСМ-2010»

Сторони, що укладають контракт, найчастіше недостатньо інформовані про розходження в торговельних порядках країн, де знаходяться комерційні підприємства партнерів. Це може призвести до спорів, судових розглядів, котрі тягнуть за собою втрати часу і фінансовий збиток.

Для запобігання протиріч між торговельними партнерами Міжнародна торговельна палата (англ. – International Chamber of Commerce (ICC) в 1936 році розробила і випустила збірники тлумачень торговельних термінів, які найбільш частіше зустрічаються – «ІНКОТЕРМС». Правила тлумачення міжнародних комерційних термінів (Інкотерме) регулюють питання, пов'язані з доставкою товарів від продавця до покупця, а також про відповідальність за експортне та імпортерне очищення товарів. Подальші зміни та доповнення відображались у редакціях Правил 1953р., 1967р., 1976р., 1980р., 1990р., 2000р., 2010 р.

Застосування базисних умов постачань істотно раціоналізує механізм дії контракту на основі спрощення в складанні й узгодженні його позицій і статей, наданні допомоги контрагентам у пошуку рівноправних способів вирішення виникаючих розбіжностей, що влаштовують обидві сторони.

Базисними умовами поставок у зовнішньоторговельному контракті називають сукупність основних обов'язків контрагентів щодо транспортування і страхування на шляху їх руху від експортера до імпортера.

Базисні умови постачання спрощують процес розробки і укладання контракту, допомагають партнерам знайти спосіб розподілу відповідальності.

У контракті купівлі-продажу базисними умовами постачання є умови, що визначають:

- 1) права та обов'язки сторін щодо постачання проданих товарів:
 - хто і за чий рахунок забезпечує транспортування товарів по території країн експортера, імпортера, транзитних країн, а також при перевезенні товару морським, річковим, повітряним транспортом;
 - стан вантажу стосовно транспортного засобу, що визначає зобов'язання продавця за встановлену в контракті ціну доставити вантаж у визначене місце або завантажити товар на транспортний засіб чи підготувати його до завантаження, або передати транспортній організації;
 - зобов'язання продавця по упакуванню і маркіруванню товарів, а також зобов'язання сторін по страхуванню вантажів;
 - зобов'язання сторін щодо оформлення комерційної документації відповідно до діючого в міжнародній торговельній практиці вимогами;

- де і коли переходять від продавця до покупця права власності на товар;

2) момент переходу ризику випадкової загибелі чи ушкодження товару і витрати, що можуть виникнути у зв'язку з цим.

ІНКОТЕРМС – це міжнародний правовий документ, в якому наведено перелік міжнародних комерційних термінів, визначено обов'язки продавця і покупця з доставки товару та зафіксовано момент переходу ризику випадкової втрати або пошкодження товару з продавця на покупця. Умови «ІНКОТЕРМС» визначають, яким чином продавець і покупець розподіляють між собою відповідальність, витрати і ризики при здійсненні контракту. При встановленні базисних умов поставки визначається, хто несе витрати, зв'язані з транспортуванням товару від експортера до імпортера. Умови Інкотермс є стандартизованими.

«Incoterms – 2010» – це остання редакція міжнародних стандартних правил з тлумачення торгових умов, які частіше використовуються в галузі зовнішньої торгівлі та регламентують момент передачі права власності на товар і всіх пов'язаних із цим ризиків.

Зобов'язання продавця і покупця, наведені в «ІНКОТЕРМС-2010» по кожній з базисних умов, перераховані в табл. 10.1.

Отже, базисні умови постачання визначають, хто несе витрати по транспортуванню товару від продавця до покупця. Витрати, що несе експортер, включаються в ціну товару (іноді вони досягають 40-50% ціни). Базисні умови встановлюють базис ціни товару і впливають на рівень ціни.

Кожен термін являє собою аббревіатуру із трьох літер.

«ІНКОТЕРМС – 2010» відбиває в собі торгіву практику останнього десятиліття і містить ряд нововведень.

Структура «ІНКОТЕРМС – 2010»:

- **група Е** – обов'язки продавця мінімальні і обмежуються поставкою товару у розпорядження покупця;

- **група F** – обов'язки продавця обмежуються відправкою товару, основне перевезення ним не оплачена;

Таблиця 10.1.

Зобов'язання контрагентів

А. Зобов'язання продавця	В. Зобов'язання покупця
A1. Надання товару відповідно до умов контракту	B1. Сплата ціни
A2. Оформлення ліцензій, дозволів і виконання інших формальностей	B2. Оформлення ліцензій, дозволів і виконання інших формальностей
A3. Оформлення контракту перевезення і страхування	B3. Оформлення контракту перевезення і страхування
A4. Постачання (товару)	B4. Прийняття постачання (товару)
A5. Перехід ризиків	B5. Перехід ризиків
A6. Розподіл витрат	B6. Розподіл витрат
A7. Повідомлення покупцю	B7. Повідомлення продавцю
A8. Доказ постачання, транспортні документи або еквівалентні електронні повідомлення	B8. Доказ постачання, транспортні документи або еквівалентні електронні повідомлення
A9. Перевірка, упакування, маркування	B9. Перевірка товарів
A10. Інші зобов'язання	B10. Інші зобов'язання

• **група С** – продавець організовує і оплачує перевезення без прийняття на себе пов'язаних із цим ризиків;

• **група D** – витрати і ризики продавця максимальні.

Особливості «ІНКОТЕРМС – 2010» (табл. 10.2):

• загальна кількість термінів скорочена з 13 до 11, при цьому 2 з них абсолютно нові – *DAT* (постачання на терміналі) і *DAP* (постачання в пункті);

• нова структура включає 2 групи термінів:

✓ терміни, які використовуються при перевезенні будь-якими видами транспорту;

✓ терміни, які використовуються при морському і внутрішньому водному перевезенні (у «Incoterms – 2000» були 4 групи);

• максимально можливо освітлені питання безпеки вантажів з урахуванням відмінності правових систем;

- введення до кожного терміну нових правил дозволяє точно вибрати коректний термін для торгового контракту;
- терміни, були адаптовані для використання у внутрішніх контрактах;
- враховані
- вимоги сучасного контейнерного транспорту.

Таблиця 10.2

Групування термінів, що позначають базисні умови постачання в «ІНКОТЕРМС – 2010»

Група Е Відвантаження	EXW	будь-які види транспорту	EX Works (... named place) <i>Франко завод</i> (... назва місця) Перехід ризиків: У момент передачі товару на складі продавця Експортні митні формальності: Відповідальність покупця Імпортні митні формальності: Відповідальність покупця
Група F Основне перевезення не оплачене продавцем	FCA	будь-які види транспорту	Free Carrier (... named place) <i>Франко перевізник</i> (... назва місця) Перехід ризиків: У момент передачі перевізнику на складі продавця Експортні митні формальності: Відповідальність продавця Імпортні митні формальності: Відповідальність покупця
	FAS	морські та внутрішні водні перевезення	Free Alongside Ship (... named port of shipment) <i>Франко вздовж борту судна</i> (... назва порту відвантаження) Перехід ризиків: У момент розміщення товару вздовж борту судна Експортні митні формальності: Відповідальність продавця Імпортні митні формальності:

			Відповідальність покупця
	FOB	морські та внутрішні водні перевезення	Free On Board (... named port of shipment) <i>Франко борт</i> (... назва порту відвантаження) Перехід ризиків: З моменту повної навантаження на борт судна Експортні митні формальності: Відповідальність продавця Імпортні митні формальності: Відповідальність покупця
Група С Основне перевезення оплачене продавцем	CFR	морські та внутрішні водні перевезення	Cost and Freight (... named port of destination) <i>Вартість і фрахт</i> (... назва порту призначення) Перехід ризиків: З моменту повної навантаження на борт судна Експортні митні формальності: Відповідальність продавця Імпортні митні формальності: Відповідальність покупця
	CFI	морські та внутрішні водні перевезення	Cost, Insurance and Freight (... named port of destination) <i>Вартість, страхування і фрахт</i> (...назва порту призначення) Перехід ризиків: З моменту повної навантаження на борт судна Експортні митні формальності: Відповідальність продавця Імпортні митні формальності: Відповідальність покупця
	CIP	будь-які види транспорту	Carriage and Insurance Paid To (... named place of destination) <i>Фрахт / перевезення та страхування оплачені до</i> (... назва місця призначення) Перехід ризиків: У момент доставки / передачі перевізнику Експортні митні формальності:

			Відповідальність продавця Імпортні митні формальності: Відповідальність покупця
	CPT	будь-які види транспорту	Carriage Paid To (... named place of destination) Фрахт / перевезення оплачені до (... назва місця призначення) Перехід ризиків: У момент доставки / передачі перевізнику Експортні митні формальності: Відповідальність продавця Імпортні митні формальності: Відповідальність покупця
Група D Доставка	DAT	будь-які види транспорту	new!!! Delivered At Terminal (... named terminal of destination) <i>Поставка на терміналі</i> (... назва терміналу) Перехід ризиків: У момент доставки товару на термінал покупця Експортні митні формальності: Відповідальність продавця Імпортні митні формальності: Відповідальність покупця
	DAP	будь-які види транспорту	new!!! Delivered At Point (... named point of destination) <i>Постачання в пункті</i> (... назва пункту) Ризики: У момент доставки товару в пункт зазначений покупцем Експортні митні формальності: Відповідальність продавця Імпортні митні формальності: Відповідальність покупця
	DDP	будь-які види транспорту	Delivered Duty Paid (... named place of destination) <i>Поставка з оплатою мита</i> (... назва місця призначення) Перехід ризиків: У момент

			передачі товару у розпорядження покупця Експортні митні формальності : Відповідальність продавця Імпортні митні формальності : Відповідальність продавця
	DDU	будь-які види транспорту	Виключений з «Інкотермс –2010» Delivered Duty Unpaid (... named place of destination) <i>Поставка без оплати мита (... назва місця призначення)</i>
	DAF	будь-які види транспорту	Виключений з «Інкотермс –2010» Delivered At Frontier (... named place) <i>Поставка до кордону (... назва місця поставки)</i>
	DEQ	морські та внутрішні водні перевезення	Виключений з «Інкотермс –2010» Delivered Ex Quay (... named port of destination) <i>Поставка з причалу (... назва порту призначення)</i>
	DES	морські та внутрішні водні перевезення	Виключений з «Інкотермс –2010» Delivered Ex Ship (... named port of destination) <i>Поставка з судна (... назва порту призначення)</i>



Тема 10. Правила і процедури врегулювання торговельних суперечок

10.1. Правила врегулювання торговельних суперечок у СОТ.

10.2. Міжнародний арбітраж. Практика арбітражного розслідування в різних країнах.

Основні поняття теми: СОТ; консультації; третейська група; розслідування третейської групи; попередній розгляд; компенсації; відшкодування; перехресне відшкодування; міжнародний комерційний арбітраж; інституційний комерційний арбітраж; ad hoc (арбітраж для конкретного випадку/справи); ЮНСІТРАЛ.

10.1. Правила врегулювання торговельних суперечок у СОТ.

Механізм вирішення суперечок в СОТ надає країнам-членам можливість врегулювання торговельних конфліктів в рамках міжнародного правового поля, не вдаючись до розгортання торгових воєн. Особливість механізму вирішення торговельних суперечок в СОТ полягає у тому, що перш ніж доводити конфлікт до самої суперечки, країна-ініціатор зобов'язана провести консультації зі стороною, яка порушує норми СОТ. Проблеми між сторонами можуть бути вирішені вже на цій стадії. Це дозволяє не відволікати значні фінансові та людські ресурси на тривалий процес офіційного вирішення спорів. Якщо сторонам за підсумками таких консультацій не вдається досягти компромісу, вони застосовують механізм вирішення суперечок, передбачених нормами і правилами СОТ.

Дуже важливою на сучасному етапі є та обставина, що тепер встановлено чіткі часові обмеження на кожен з етапів суперечки. Це визначає орієнтири для учасників спору, а також запобігає його затягуванню. До основних етапів вирішення суперечок у рамках СОТ належать:

1. Консультації – носять конфіденційний характер, зазвичай тривають до двох місяців. Протягом процесу консультацій сторони можуть користуватися так званими «добрими послугами» – допомогою будь-якої держави чи міжнародної організації у встановленні контакту та початку вирішення суперечок між сторонами і досягнення компромісу. Крім того, за згодою сторін на етапі консультацій до суперечки можуть приєднатися інші країни – члени СОТ в якості спостерігачів. Якщо компромісу досягти не вдається, країна – ініціатор суперечки може вимагати створення третейської групи.

2. Створення третейської групи – відбувається на засіданні Органу з вирішення суперечок СОТ, якщо тільки не досягнуто «негативного консенсусу» (всі країни проголосують проти). Країна,

проти якої ведеться суперечка, може заблокувати створення третейської групи лише один раз. Якщо сторона, яка ініціювала суперечку, наполягатиме далі, третейська група буде створена.

3. Визначення повноважень третейської групи – визначення кола питань, які вирішуватиме третейська група, виносячи рішення по суті проблеми. Члени третейської групи обираються сторонами таким чином, щоб забезпечити незалежність при вирішенні суперечки, з індикативного списку урядових і неурядових осіб, які мають відповідну кваліфікацію у сфері міжнародного торгового права. Третейська група складається, як правило, з трьох осіб. Якщо сторони суперечки не можуть визначити склад третейської групи, це робить Генеральний директор СОТ. Члени третейської групи проводять розгляд, виходячи винятково з положень, зазначених ініціатором суперечки в його позові. Таким чином, коло питань, коло розглядаються третейською групою, визначається стороною, яка вирішала розпочати суперечку, тому для неї важливо представити на розгляд детально розроблену скаргу з описанням всіх порушених правил і норм СОТ. Якщо сторона, проти якої ведеться суперечка, порушила норми СОТ, не вказані у скарзі ініціатора суперечки, вона буде виправдана третейською групою.

4. Розслідування третейської групи – в процесі проведення своєї роботи третейська група повинна забезпечувати високу якість та оперативність своїх доповідей щодо суті вирішуваної суперечки. В процесі виконання своїх обов'язків третейська група може зіштовхуватися з питаннями, які не мають прямого відношення до торгової політики і вимагають низки технічних знань. В такому випадку вона запрошує визнаних експертів у відповідній сфері для одержання додаткової інформації та проведення технічних консультацій.

5. Попередній розгляд – передбачає формування описової частини проекту доповіді третейської групи, який міститиме факти, аргументи, а також надані у письмовому вигляді зауваження сторін суперечки. Окрім надання письмових зауважень, відбуваються публічні слухання, в яких беруть участь сторони конфлікту, треті сторони також можуть виражати свою позицію. Брати до уваги докази третьої сторони чи ні – визначає третейська група.

6. Представлення попереднього звіту – містить не лише описові розділи, але й висновки та зауваження третейської групи. За

правилами, ця стадія настає не пізніше ніж через 6 місяців після створення третейської групи. На практиці цього терміну часто не дотримуються через складність і комплексність питань, що виносяться на розгляд.

7. Представлення остаточної версії звіту – звіт третейської групи проходить процедуру затвердження на засіданні Органу з вирішення суперечок СОТ. Якщо сторона, що програла суперечку, подає апеляцію, звіт затверджується після її розгляду.

8. Прийняття Органом по вирішенню суперечок СОТ звіту третейської групи – звіт третейської групи заслуховується і схвалюється на засіданні. В разі подання апеляції, вона триває впродовж двох місяців з можливістю продовження процедури ще на місяць. За її підсумками Органом по вирішенню суперечок СОТ схвалює доповідь Апеляційного органу.

9. Впровадження рекомендацій Органу з вирішення суперечок СОТ стороною, яка програла суперечку, – впродовж 30 днів сторона, що програла суперечку, зобов'язана надати інформацію про те, яким чином вона збирається виконати відповідні рекомендації. Важливим аспектом функціонування СОТ в даному випадку є обов'язковість виконання рішення Органу з вирішення суперечок стороною, що програла.

10. Компенсації – якщо країна, що програла суперечку, не має можливості виконати рекомендації Органу з вирішення спорів встановлені строки, вона може розпочати переговори з протилежною стороною суперечки щодо надання взаємно прийнятної компенсації. Така компенсація не носить грошового вираження, а пов'язана з наданням додаткових преференцій у торгівлі.

11. Відшкодування – якщо сторони не можуть домовитися з приводу компенсації, потерпіла сторона звертається до Органу з вирішення суперечок СОТ з проханням дати дозвіл на призупинення торговельних преференцій по відношенню до сторони, яка порушила норми СОТ. Перевага в даному випадку надається призупиненню в тих сферах, які були предметом суперечки.

12. Перехресне відшкодування – якщо торгівля носить явно односторонній характер і призупинення торговельних преференцій в тому секторі, який був предметом суперечки, не дає жодних переваг для потерпілої сторони, призупинення торговельних преференцій відбувається за іншими секторами торгівлі чи угодами СОТ.

Слід зазначити, що механізм урегулювання суперечок є поширеним засобом вирішення проблем порушення правил СОТ серед його учасників. Так, станом на 2013 р. було заявлено про 456 спорів, серед яких 144 знаходились на етапі консультацій, 24 – на етапі створення третейської групи, 9 – на етапі визначення повноважень третейської групи, 93 – на етапі досягнення компромісу до прийняття докладу третейської групи в винесення рекомендацій Органом з вирішення суперечок, 28 – на етапі заслуховування звіту третейської групи, 83 – на етапі виконання рекомендацій Органу з вирішення суперечок стороною, яка програла спор, 21 – на етапі досягнення консенсусу щодо компенсацій, 5 – на етапі невиконання рекомендацій стороною, що програла, і 5 – на етапі здійснення відшкодування.

10.2. Міжнародний арбітраж. Практика арбітражного розслідування в різних країнах.

Міжнародний комерційний арбітраж вирішує комерційні спори, що виникають між суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності, чії підприємства зареєстровані на території різних держав або вирішує міждержавні спори із зовнішньоекономічної діяльності.

Міжнародний комерційний арбітраж є одним з найбільш важливих інститутів сучасного міжнародного приватного права. Але міжнародний комерційний арбітраж - не нове явище в правовій дійсності. Третейські торгові суди відомі з найдавніших часів.

Недержавна природа міжнародного комерційного арбітражу відрізняє його від державних арбітражних судів.

В основі функціонування міжнародного комерційного арбітражу лежить арбітражна угода сторін спору. Арбітражна угода - це угода сторін про передачу до арбітражу всіх або певних спорів, які виникли або можуть виникнути між ними в зв'язку з будь-яким конкретним правовідносинами, незалежно від того, мають вони договірний характер чи ні.

Відсутність належного арбітражного застереження або арбітражної угоди може призвести до тяжких матеріальних наслідків для сторони, право якої порушено. Вибір того чи іншого способу вирішення спорів в значній мірі залежить від учасників спору. Особливо це характерно в сфері зовнішньоекономічної діяльності.

Подібний (альтернативний) порядок зарекомендував себе як найбільш прийнятний в сучасних умовах спосіб вирішення спорів.

У міжнародній практиці слова "арбітраж" та "арбітражний", як правило, відносяться до третейського (недержавного) способу вирішення спорів. В даний час діють кілька міжнародних угод з питань арбітражу:

Європейська Конвенція про зовнішньоторговельний арбітраж 1961 р., якою врегульовані організаційні питання застосування арбітражу у відносинах між фізичними і юридичними особами держав-учасників.

Нью-Йоркська Конвенція про визнання і приведення у виконання іноземних арбітражних рішень 1958 р., що встановлює надійні гарантії для визнання і виконання таких рішень на території держав-учасників.

Переваги третейського вирішення спорів очевидні. Вони обумовлені правом сторін - вибирати арбітрів, спрощеною, але достатньою, процедурою, як правило, не допускає оскарження, що дозволяє завершити розгляд у більш короткі строки, ніж в державних судах і арбітражах.

Існує два види міжнародного комерційного арбітражу: інституційний та *ad hoc* (для конкретного випадку/справи). Інституційний комерційний арбітраж є постійно діючим органом, створеним, як правило, при торговій палаті, торговельно-промисловому союзі або асоціації.

Арбітраж *ad hoc* створюється тільки для вирішення конкретного спору і після винесення рішення припиняє своє існування.

У практиці міжнародної торгівлі можна виділити кілька найбільш популярних центрів Міжнародного комерційного арбітражу:

- Арбітражний інститут при Торговельній палаті Стокгольма (The Arbitration Institute of the Stockholm Chamber of Commerce)
- Лондонський міжнародний арбітражний (третейський) суд (London Court of International Arbitration (LCIA))
- Міжнародний арбітражний суд при Міжнародній торговій палаті (ICC International Court of Arbitration)
- Американська арбітражна асоціація (American Arbitration Association)
- Міжнародний Арбітражний Суд при Палаті економіки Австрії в м. Відень (Vienna International Arbitral Centre).

Особливу роль в регулюванні діяльності арбітражів «ad hoc» грає Арбітражний регламент, розроблений Комісією ООН з права міжнародної торгівлі (ЮНСІТРАЛ) і рекомендований у 1976р. Генеральною Асамблеєю ООН для широкого використання при вирішенні зовнішньоекономічних спорів, зокрема шляхом посилань на нього в міжнародних комерційних контрактах.

Поряд з можливістю звернення до державних судів і арбітражів для вирішення розбіжностей / спорів з договірних та інших цивільно-правових відносин, що виникають при здійсненні міжнародних економічних зв'язків, є і інші можливості, як альтернативне вирішення спорів. Серед таких способів, перш за все, може бути названо посередництво. Під посередництвом розуміється процедура добровільного урегулювання спору сторонами за сприяння нейтральної особи (посередника).

Конвенція Організації Об'єднаних Націй про прозорість в контексті арбітражних розглядів між інвесторами та державами на основі міжнародних договорів (Нью-Йорк, 2014 р.) (Маврикійська конвенція про прозорість) була прийнята 10 грудня 2014 року. Конвенція була відкрита для підписання в Порт-Луї, Маврикій, 17 березня 2015 року та згодом в штаб-квартирі Організації Об'єднаних Націй в Нью-Йорку. Конвенція набуде чинності після закінчення шести місяців після здачі на зберігання третього документа про ратифікацію або документа про прийняття, затвердження або приєднання. Наразі Конвенцію ратифікувала лише одна держава – Маврикій, а підписали 16.

Конвенція - це документ, за допомогою якого учасники інвестиційних міжнародних договорів, укладених до 1 квітня 2014 року, висловлюють свою згоду застосовувати Правила ЮНСІТРАЛ про прозорість в контексті арбітражних розглядів між інвесторами та державами на основі міжнародних договорів («Правила про прозорість» або «Правила»). Правила про прозорість, які вступили в силу з 1 квітня 2014 року, являють собою звід процесуальних норм, що стосуються оприлюднення наявної інформації про арбітражні спори між інвесторами та державами, пов'язані з інвестиційними міжнародними договорами. Відносно інвестиційних міжнародних договорів, укладених до 1 квітня 2014 року, Правила застосовуються, зокрема, у тих випадках, коли учасники відповідного інвестиційного

міжнародного договору погоджуються з їх застосуванням. Конвенція є ефективним і гнучким механізмом реєстрації такої згоди.

Конвенція доповнює існуючі інвестиційні міжнародні договори в частині зобов'язань, пов'язаних із забезпеченням прозорості. У статті 2, що є одним з основних положень Конвенції, визначається, коли і яким чином Правила про прозорість застосовуються до арбітражних розглядів між інвесторами та державами, які підпадають під сферу застосування Конвенції. На відміну від Правил про прозорість, питання про те, чи відкрито арбітражний розгляд відповідно до Арбітражного регламенту ЮНСІТРАЛ чи ні, не створює ніяких наслідків для застосування Конвенції. Загальне правило застосування сформульовано в пункті 1 (двостороннє або багатостороннє застосування), а пункт 2 стосується застосування Правил про прозорість в тих випадках, коли тільки держава-відповідач (а не держава інвестора, яка заявляє вимоги) є учасником Конвенції (одностороння пропозиція про застосування).

Учасник Конвенції має гнучку можливість сформулювати застереження, тим самим виключивши зі сфери застосування Конвенції конкретний інвестиційний міжнародний договір або конкретний звід арбітражних правил, інших ніж Арбітражний регламент ЮНСІТРАЛ (підхід, заснований на складанні списку винятків). Учасник може також заявити, що він не буде представляти односторонню пропозицію про застосування. Нарешті, у разі перегляду Правил про прозорість учасник може також заявити протягом обмеженого терміну після такого перегляду про те, що він не буде застосовувати цей переглянутий варіант. Передбачаючи конкретний термін для формулювання і відкликання застережень, Конвенція забезпечує певний рівень гнучкості, а також неможливість використання застережень для позбавлення Конвенції її цілі.

Конвенція і будь-яка обмовка до неї не мають зворотної сили, тобто вони застосовуються тільки до арбітражних розглядів, які були розпочаті після дати набрання чинності Конвенцією щодо відповідного учасника.

Разом з Правилами про прозорість Конвенція враховує як інтереси суспільства в таких арбітражних розглядах, так і інтереси учасників у справедливому та ефективному врегулюванні спорів. Конвенція передбачає, що функції депозитарію виконує Генеральний секретар Організації Об'єднаних Націй через секретаріат ЮНСІТРАЛ.

Правила ЮНСІТРАЛ про прозорість в контексті арбітражних розглядів між інвесторами та державами на основі міжнародних договорів («Правила про прозорість»), що набирають чинності 1 квітня 2014 року, є зводом процесуальних правил, які дозволяють забезпечити прозорість арбітражних розглядів між інвесторами та державами на основі міжнародних договорів та громадський доступ до них. Інформація, що підлягає оприлюдненню відповідно до Правил про прозорість, публікується Генеральним секретарем Організації Об'єднаних Націй, за посередництвом секретаріату ЮНСІТРАЛ.

Іншим джерелом є Конвенція про визнання і приведення у виконання іноземних арбітражних рішень (Нью-Йорк, 1958 рік) (Нью-Йоркська конвенція), яка набрала чинності 7 червня 1959 р. (стаття XII). Конвенція, підготовлена в результаті визнання дедалі більшої важливості міжнародного арбітражу як засобу врегулювання міжнародних комерційних спорів, має на меті забезпечення загальних законодавчих стандартів для визнання арбітражних угод і судового визнання і приведення у виконання іноземних та інших, що не є внутрішніми, арбітражних рішень. Термін «рішення, що не є внутрішнім», імовірно охоплює ті арбітражні рішення, які, хоча вони і винесені в державі приведення у виконання, розглядаються згідно з його законодавством як «іноземні» через наявність певного іноземного елемента в процесі, наприклад, у разі застосування процесуального законодавства іншої держави.

Основна мета Конвенції полягає в тому, щоб не допустити дискримінації щодо іноземних і тих, що не є внутрішніми, арбітражних рішень, і вона накладає на учасників зобов'язання забезпечувати, щоб такі рішення визнавалися і в цілому підлягали виконанню у їхніх правових системах таким же чином, що і внутрішні рішення. Наступна мета Конвенції полягає у тому, щоб вимагати від судів держав-учасників у повній мірі визнавати арбітражні угоди, зобов'язавши їх відмовляти сторонам у доступі до судів у разі порушення їхньої угоди про передачу спору в арбітраж.

Конвенція відкрита для приєднання будь-якої держави-члена Організації Об'єднаних Націй, а також будь-якої іншої держави, яка є членом будь-якої спеціалізованої установи Організації Об'єднаних Націй або учасницею Статуту Міжнародного Суду (статті VIII і IX).

Іншим джерелом є Типовий закон ЮНСІТРАЛ про міжнародний торговий арбітраж (1985 р.) зі змінами, прийнятими в 2006 р., покликаний надавати державам допомогу в реформуванні та оновленні їх законодавства про арбітражну процедуру, з тим щоб врахувати особливі риси та потреби міжнародного комерційного арбітражу. Він охоплює всі етапи арбітражного процесу: від укладення арбітражної угоди, визначення складу арбітражного суду і вирішення питань, пов'язаних з його компетенцією і масштабами можливого втручання з боку судів загальної юрисдикції, до питань визнання і приведення у виконання арбітражного рішення. Закон відображає досягнутий у всесвітньому масштабі консенсус щодо ключових аспектів практики міжнародного арбітражу, прийнятої у багатьох державах світу, які представляють усі регіони і володіють різними правовими та економічними системами.

7 липня 2006 р. ЮНСІТРАЛ прийняла поправки до статей 1 (2), 7 і 35 (2), а також нову главу IV А замість статті 17 та нову статтю 2А. Переглянутий варіант статті 7 спрямований на модернізацію вимоги щодо форми арбітражної угоди з метою приведення її у більш повну відповідність із сучасною міжнародною договірною практикою. У новій главі IV А передбачений більш всеосяжний правовий режим, який регулює питання забезпечувальних заходів, що виносяться на підтримку арбітражного розгляду.

Наступним джерелом є Типовий закон ЮНСІТРАЛ про міжнародну комерційну погоджувальну процедуру (2002 р.), прийнятий ЮНСІТРАЛ 24 червня 2002 р., який містить однакові правила щодо погоджувального процесу з метою сприяння застосуванню погоджувальної процедури та забезпечення більшої передбачуваності і визначеності при її застосуванні. Для уникнення непорозумінь, обумовлених відсутністю законодавчих положень, у Типовому законі розглядаються процедурні аспекти погоджувальної процедури, включаючи призначення світових посередників, початок і закінчення погоджувальної процедури, проведення погоджувальної процедури, зв'язок між посередником і іншими сторонами, конфіденційність і допустимість доказів у інших розглядах, а також питання, характерні для періоду після закінчення погоджувальної процедури, такі як виконання посередником обов'язків арбітра, а також забезпечення виконання мирових угод.

Арбітражний регламент ЮНСІТРАЛ містить максимум процесуальних норм, щодо яких сторони можуть прийти до угоди для проведення арбітражного розгляду, пов'язаного з їх комерційними відносинами, і широко використовується під час як спеціального арбітражу, так і арбітражного розгляду, що проводиться під егідою будь-якої установи. Регламент охоплює всі аспекти арбітражного процесу: передбачає типові арбітражні застереження, описує процесуальні норми, що стосуються призначення арбітрів і проведення арбітражного розгляду, і встановлює правила щодо форми, юридичної сили і роз'яснення арбітражного рішення. В даний час існує три різні варіанти Арбітражного регламенту: i) варіант 1976 р.; ii) переглянутий варіант 2010 р.; і iii) варіант 2013 р., який включає Правила ЮНСІТРАЛ про прозорість у контексті арбітражних розглядів між інвесторами та державами на основі міжнародних договорів.

Початкова редакція Арбітражного регламенту ЮНСІТРАЛ була прийнята в 1976 р. і використовувалася для врегулювання широкого кола спорів, включаючи спори між приватними комерційними сторонами, у вирішенні яких не бере участь якась арбітражна установа, спори між інвесторами та державами, спори між державами і комерційні спори, що розглядаються під егідою арбітражних установ. У 2006 р. Комісія постановила, що Арбітражний регламент ЮНСІТРАЛ необхідно переглянути, з тим щоб він відповідав змінам в арбітражній практиці, що сталися за останні 30 років. Цей перегляд був спрямований на підвищення ефективності арбітражу на основі Регламенту без зміни початкової структури тексту, його духу або стилю.

Арбітражний регламент ЮНСІТРАЛ (в редакції 2010 р.) вступив у силу з 15 серпня 2010 р. У нього входять положення, що стосуються, серед іншого, арбітражного розгляду за участю декількох сторін і участі в розгляді третіх осіб, відповідальності та процедури подання заперечень щодо експертів, призначених арбітражним судом. Містяться в Регламенті низка інноваційних елементів спрямований на підвищення процесуальної ефективності, у тому числі переглянута процедура заміни арбітрів, вимога щодо розумного розміру витрат і механізм розгляду питання про арбітражні витрати. Він також включає більш докладні положення про забезпечувальні заходи.

З прийняттям у 2013 році Правил ЮНСІТРАЛ про прозорість у контексті арбітражних розглядів між інвесторами та державами на основі міжнародних договорів у текст Арбітражного регламенту (в редакції 2010 р.) був доданий новий пункт 4 статті 1 для введення в дію Правил про прозорість стосовно арбітражних розглядів, які порушуються відповідно до інвестиційного міжнародного договору, який був укладений 1 квітня 2014 р. або після цієї дати. Новий пункт забезпечує максимальну ясність щодо застосування Правил про прозорість у контексті арбітражних розглядів між інвесторами та державами, порушуваних у відповідності з Арбітражним регламентом ЮНСІТРАЛ. У всіх інших аспектах Арбітражний регламент ЮНСІТРАЛ 2013 р. не відрізняється від переглянутого варіанту 2010р.

Погоджувальний регламент ЮНСІТРАЛ, прийнятий ЮНСІТРАЛ 23 липня 1980 р., встановлює всеосяжну сукупність процесуальних норм, щодо яких сторони можуть прийти до угоди для проведення погоджувальної процедури, пов'язаної з їх комерційними взаємовідносинами. Регламент охоплює всі аспекти погоджувального процесу, передбачаючи типові застереження про погоджувальну процедуру, визначаючи, коли погоджувальна процедура вважається розпочатою і припиненою, і пояснюючи процедурні аспекти, що стосуються призначення і ролі посередників і загальних питань ведення судових засідань. Регламент також зачіпає такі питання, як конфіденційність, допустимість доказів у інших розглядах і обмеження прав сторін щодо проведення судових або арбітражних проваджень у період здійснення погоджувальної процедури.

Отже арбітражний розгляд і альтернативні способи вирішення комерційних спорів нормативно деталізуються та уніфікуються і, в першу чергу, у рамках ЮНСІТРАЛ, враховуючи тенденції в вирішенні комерційних спорів, як інституційними арбітражами і арбітражами adhoc, так і завдяки посередництву.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андросова Т.В., Штангей Н.М. Міжнародна торгівля: Навч. –метод. Посібник (у двох частинах). – Х.: ДОД ХДУХТ, Ч.1. – 2007. – с.269; Ч.2. –2009. – с.307.
2. Андросова Т.В., Штангей Н.М. Міжнародна торгівля: метод. реком. до семін. зан.– Х.: ТОВ «Видавництво «Форт», 2014. – 45с.
3. Андросова Т.В., Штангей Н.М. Міжнародна торгівля: метод. реком. до самост. та індив. роботи. – Х.: ТОВ «Видавництво «Форт», 2014. – 56с.
4. Безтужева С.В. Міжнародні економічні відносини: навч. посіб./ С.В.Бестужева; ХНЕУ. – Х.,2009. –384с.
5. Бочарова Ю.Г. Світовий ринок продовольства: сучасний стан, особливості розвитку та конкуренції Глобальні та національні проблеми економіки.МНУ ім. В.юо. Сухомлинського, Випуск 9,2016, С.28-32]
6. Буковинский А.Е. Теории международной торговли: учебн. пос. – М.: Дело, 2007. – 327 с.
7. Бураковський І. Міжнародна торгівля та стандарти в контексті Угоди про Асоціацію між Україною та ЄС/ І. Бураковський [Електронний ресурс]. –Режим доступу: www.knteu.kiev.ua/file/MTc=40290c4fa4.pdf
8. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства : навч. посібник / Л.О. Чернишова, О.І. Печенка, В.О. Козуб, К.Ю. Величко. – Харків : «Видавництво «Форт», 2015. – 291 с.
9. ИНКОТЕРМС 2010. Правила ІСС з використання термінів для внутрішньої та міжнародної торгівлі. - Асоціація "ЗЕД", 2011, -268 с.
10. Коваленко Ю.О., Румянцев А.П. Міжнародна торгівля послугами: Навчальний посібник. –К.: ЦНЛ, 2003. –112 с.
11. Козак Ю. Г. Міжнародна торгівля: навч. посібник / Ю. Г. Козак, Н. С. Логвінова, Н. В. Притула та інші. - 5-те вид., перероб. та доп. - Київ: Центр учбової літератури, 2015. – 272 с.
12. Козак Ю.Е., Логвінова Н.С., Батанова Т.В. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: сучасні особливості функціонування та аналізу розвитку. - Одеса: Одеський національний економічний університет, 2012. -182 с.
13. Козак Ю.Г., Логвінова Н.С., Батанова Т.В. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: сучасні особливості функціонування та аналізу

розвитку. – Одеса: Одеський національний економічний університет, 2012. – 182 с.

14. Крайнюченко О.Ф. Міжнародна торгівля: Курс лекцій для студ. спец. 7.050113 та 8.050113 «Комерційна діяльність» ден. та заочн. форм навч. – К.: НУХТ, 2007. – 147 с.

15. Кулицький С. Питання трансформації української зовнішньої торгівлі на сучасному етапі [Електронний ресурс] / С. Кулицький // Україна: події, факти, коментарі. – 2015. – №23. – С. 49–59. – Режим доступу: <http://nbuviar.gov.ua/images/ukraine/2015/ukr23.pdf>

16. Леснікова М. В. Статистичні класифікації у зовнішній торгівлі послугами, огляд та застосування / М. В. Леснікова // Статистика України. – 2014. – № 2. – С. 58-63

17. Мазаракі А.А., Воронов І.В., Чаус І.В. та ін. Світовий ринок товарів та послуг: підручник : у 2 ч. Ч. 2 - Х. : Ранок, 2008. - 239 с.

18. Міжнародна торгівля: Навч. посіб./За ред. Ю.Г.Козака, Н.С.Логвінової, О.В. Мирошніченка. – К.: ЦУЛ, 2009.- 668с.

19. Міжнародні комерційні угоди та розрахунки: нормативно-правове регламентування : навч.посіб./ за ред.. Козака Ю.Г., Логвінової Н.С. – К.: ЦУЛ, 2010. – 648 с.

20. Осика С.Г. Інституційні та процедурні механізми системи ГААТ/ СОТ у регулюванні світової торгівлі: монографія. С.Осика, О.Оніщук, В. П'ятницький, О.Штефанюк, А. Осика. –К.: УАЗТ, 2000. –286 с.

21. Павленко І.І. Міжнародна торгівля та інвестиції: навч. посіб /І.І.Павленко, О.В. Варяниченко, Н.А. Навроцька. –К.:2012.-256с.

22. Світова економіка і торгівля. Навчальний посібник з грифом МОНМС / Чеботар С.І., Ларіна Я.С., Шевчик М.Г., Рябчик А.В. та ін. за ред. Є.В. Савельєва, С.І. Чеботаря. – Київ-Чернівці: ВД «Родовід», 2010. – 212 с.

23. Циганкова Т.М., Петрашенко Л.П., Кальченко Т.В. Міжнародна торгівля: Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 2001. – 488с.

24. Шталь Т.В., Величко К.Ю., Печенка О.І. Міжнародні економічні відносини: навч.-метод. посібн. Ч.ІІ / Т.В.Шталь, К.Ю. Величко, О.І. Печенка. – Харків: Вид-во «Форт», 2015. – 88 с.

25. Янчев А.О., Величко К.Ю., Печенка О.І. Міжнародні економічні відносини: навч.-метод. посібн. Ч.І. / А.О. Янчев., К.Ю. Величко, О.І. Печенка. – Харків: Вид-во «Форт», 2013. –178 с.

26. Конференція ООН по торгівлі і розвитку (ЮНКТАД) (United Nations Conference on Trade and Development) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <www.unctad.org>.
27. Конференція ООН по праву міжнародної торгівлі (ЮНСІТРАЛ) (United Nations Commission on International Trade Law) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <www.uncitral.org>.
28. Світова організація торгівлі (СОТ) (The World Trade Organization) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <[www. to.org](http://www.wto.org)>.

ЗМІСТ

Вступ	3
Розділ I. Система організації та регулювання міжнародної торгівлі	5
Тема 1. Торгівля в системі міжнародного бізнесу	5
Тема 2. Форми міжнародної торгівлі	32
Тема 3. Характеристика міжнародних ринків промислових товарів	47
Тема 4. Характеристика міжнародного ринку торгівлі послугами	62
Тема 5. Методи міжнародної торгівлі	74
Тема 6. Регулювання міжнародної торгівлі	86
Розділ II. Міжнародні комерційні контракти	105
Тема 7. Система міжнародних комерційних контрактів	105
Тема 8. Структура та зміст міжнародного комерційного контракту	132
Тема 9. Укладання міжнародних комерційних контрактів	169
Тема 10. Правила і процедури врегулювання торговельних суперечок	177
Список літературних джерел	189

Навчальне електронне видання
комбінованого використання

***Міжнародна торгівля:
конспект лекцій***

*для студентів ступеня «бакалавр» економічних
спеціальностей, денної та заочної форм навчання*

УКЛАДАЧІ:

ВЕЛИЧКО Катерина Юріївна

ПЕЧЕНКА Оксана Іванівна

Відповідальний за випуск зав. кафедри
міжнародної економіки Кот О.В.
Техн. редактор В.П. Вавіліна
План 2018.,поз__

Підп. до друку . один електронний оптичний диск (CD-ROM);
супровідна документація. Об'єм даних Мб. Тираж 100пр.

Видавець та виготівник

Харківський державний університет харчування та торгівлі
вул. Клочківська, 333, Харків, 61051

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 4417 від 10.10.2012р.