



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Харківський державний університет  
харчування та торгівлі

## **ОСНОВИ СПІЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА**

опорний конспект лекцій

для спеціальності 073 «Менеджмент» (ступінь вищої освіти бакалавр)  
денної та заочної форми навчання,  
спеціалізації: «Менеджмент організацій і адміністрування»,  
«Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності»

Харків  
ХДУХТ  
2017

Основи спільного підприємництва : опорний конспект лекцій з дисципліни для студентів спеціальності 073 «Менеджмент» (ступінь вищої освіти бакалавр) денної та заочної форми навчання, спеціалізації «Менеджмент організацій і адміністрування», «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності» [Електронний ресурс] / укладач Г. І. Забродська. – Електрон. дані. – Х. : ХДУХТ, 2016. – 1 електрон. опт. диск (CD-ROM); 12 см. – Назва з тит. екрана.

Укладач: Г. І. Забродська

Рецензент: доцент, канд. екон. наук О. В. Ольшанський

Кафедра менеджменту зовнішньоекономічної діяльності та туризму

Схвалено методичною комісією ХДУХТ за напрямом підготовки «менеджмент»

Протокол від «22» грудня 2016 року № 4

Схвалено вченою радою ХДУХТ

Протокол від «28» грудня 2016 року № 9

Схвалено редакційно-видавничою радою ХДУХТ

Протокол від «26» грудня 2016 року № 5

© Забродська Г. І., укладач,  
2016 рік

© Харківський державний  
університет харчування  
та торгівлі, 2017 рік

## Зміст

Методичні рекомендації щодо роботи з опорним конспектом	4
Тема 1. Міжнародна підприємницька діяльність	5
Тема 2. Спільне міжнародне підприємництво	10
Тема 3. Форми спільного міжнародного підприємництва	19
Тема 4. Спільні підприємства у міжнародному бізнесі	24
Тема 5. Регулювання міжнародної підприємницької діяльності	35
Тема 6. Ціноутворення у зовнішньоекономічній діяльності підприємств	41
Методичне забезпечення та рекомендована література	49

## **МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО РОБОТИ З ОПОРНИМ КОНСПЕКТОМ**

Опорний конспект лекцій з дисципліни «Основи спільного підприємництва» призначений для студентів спеціальності 073 «Менеджмент» (ступінь вищої освіти бакалавр) денної та заочної форми навчання, спеціалізації «Менеджмент організацій і адміністрування», «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності».

Пропонований конспект лекцій розроблений відповідно до навчальної програми дисципліни і є складовою навчально-методичного комплексу дисципліни «Основи спільного підприємництва».

Мета опорного конспекту – сприяти студентам у підготовці до практичних занять, підвищення якості самостійного опанування теоретичного матеріалу дисципліни та візуального сприйняття лекційного матеріалу.

Конспект можна використовувати як допоміжний матеріал при підготовці до іспиту. Для поглибленого вивчення окремих питань і тем дисципліни слід використовувати рекомендовані літературні джерела, наведені наприкінці опорного конспекту. При підготовці до практичних занять, рубіжного і підсумкового контролю доцільно перевіряти рівень знань, відповідаючи на питання наведені наприкінці теми.

Отже, опорний конспект лекцій дозволить, використовуючи активні методи навчання, оптимізувати зусилля студентів щодо засвоєння значного обсягу інформації з дисципліни «Основи спільного підприємництва».

# ТЕМА 1. МІЖНАРОДНА ПІДПРИЄМНИЦЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ

## План

- 1.1. Підприємництво як сучасна форма господарювання.
- 1.2. Характеристика міжнародного підприємництва.
- 1.3. Поняття, суб'єкти, типи і види міжнародного підприємництва.

Рекомендована література до вивчення теми: [18, с. 7-9], [20, с. 1-9, 193-195],

### 1.1. Підприємництво як сучасна форма господарювання

Прийняті Верховною Радою України закони значною мірою юридично оформили механізм ринкових відносин і створили умови для підприємництва – «бізнесу». Термін «бізнес» поширений в усьому світі, у певній мірі його можна ототожнювати з підприємництвом.

Традиційно виокремлюється *три фактори виробництва*: 1) земля; 2) праця; 3) капітал. Сучасний досвід господарювання свідчить про те, що процвітання країн з розвинутою ринковою економікою забезпечує вмiла реалізація їх підприємницького потенціалу як четвертого фактора виробництва.

*Підприємництво* – це самостійна, ініціативна господарсько-фінансова діяльність громадян, спрямована на отримання прибутку (доходу) і здійснюється від свого імені на власний ризик та під свою особисту майнову відповідальність або ж від імені і під майнову відповідальність юридичної особи – підприємства [організації]. Якщо діяльність фізичних або юридичних осіб не зв'язана з отриманням прибутку, то вона не може вважатися підприємницькою.

Підприємництво не можна відносити до звичайної трудової сфери діяльності: воно за своєю сутністю характеризує творчу і активну діяльність бізнесменів. Підприємцям притаманні особлива етика і навіть своєрідний світогляд, що дозволяє виокремлювати специфічну філософію підприємництва (бізнесу), яку кваліфікують як практично корисну філософію системи господарювання. В міру розвитку виробництва і суспільства, зміни умов його життєдіяльності й загальної культури філософія бізнесу не залишається незмінною; вона завжди адаптується до сучасних вимог господарювання.

Сучасна економічна наука визначає підприємництво як особливий вид діяльності, в основу якого покладені *такі ознаки*:

- свобода вибору напрямків і методів діяльності, самостійність у прийнятті рішень;
- постійна наявність фактора ризику;
- орієнтація на досягнення комерційного успіху (зиску);
- інноваційний характер діяльності.

*Підприємництво* – не лише особливий вид діяльності, а й певні стиль і тип господарської поведінки, яким притаманні:

- ініціативність і пошук нетрадиційних рішень у сфері бізнесу;

- готовність наражатися на власний ризик;
- гнучкість і постійне самооновлення;
- цілеспрямованість і наполегливість у бізнесовій діяльності.

Крім того, підприємництво – це комплекс особливих функцій, виконуваних в економіці (народному господарстві), спрямований на забезпечення розвитку і вдосконалення господарського механізму, постійне оновлення економіки господарюючих суб'єктів, створення інноваційного поля діяльності. Сучасна економічна література виокремлює три головні функції сфери підприємницької діяльності:

- ресурсну (формування і продуктивне використання капіталу, трудових, матеріальних та інформаційних ресурсів);
- організаційну (організація маркетингу, виробництва, збуту, реклами та інших господарських справ);
- творчу (новаторські ідеї, генерування й активне використання ініціативи, вміння ризикувати).

Таким чином, підприємництво має завжди супроводжуватись науково-технічною, організаційною і комерційно-економічною творчістю, новими підходами до вирішення господарських завдань; воно зумовлює особливий, антибюрократичний стиль господарської поведінки, підвалинами якого є, з одного боку, постійний пошук нових можливостей і ресурсів, а з іншого – персональна відповідальність за наслідки своєї діяльності.

Суб'єктами підприємницької діяльності можуть бути:

- громадяни України та інших держав;
- юридичні особи – підприємства (організації) усіх форм власності.

Законодавство України передбачає певні обмеження щодо здійснення підприємництва. Зокрема, не дозволяється займатися підприємницькою діяльністю таким категоріям громадян: військовослужбовцям, посадовим особам органів прокуратури, суду, державної безпеки, внутрішніх справ, державного арбітражу, державного нотаріату, а також органів державної влади й управління, які здійснюють контроль за діяльністю підприємств і організацій.

Об'єктами підприємницької діяльності можуть бути: товар; продукт; послуга.

Підприємницька діяльність здійснюється згідно з чинним законодавством:

- без використання найманої праці;
- з використанням найманої праці;
- без утворення юридичної особи;
- з утворенням юридичної особи.

## **1.2. Характеристика міжнародного підприємництва**

Важливою стратегічною тенденцією є інтернаціоналізація національних економік і різних суб'єктів господарювання. Проголошення незалежності України породило докорінні зміни у взаєминах між нею та іншими зарубіжними країнами. Почала формуватися нова концепція, прогресивніші форми зовнішньоекономічних відносин

Тепер виникли принципово інші можливості економічного розвитку і трансформації зв'язків між Україною та світовим і товариством. Однією з характерних особливостей світового суспільного розвитку на сучасному етапі є все більша взаємозалежність різних країн і господарських територіальних утворень. Без залучення будь-якої країни до тісних світогосподарських зв'язків неможливий її ефективний і соціально спрямований економічний розвиток.

Формування ринкової системи господарювання діалектично зв'язано зі світовою економікою, процесами інтернаціоналізації господарської діяльності, здійснюваної на рівні інституціональних органів управління та окремих фірм з різними формами власності. У першому випадку зовнішньоекономічна діяльність спрямована на встановлення міжнародного (міждержавного) співробітництва, створення належного правового поля з метою стимулювання розвитку і підвищення ефективності економічних зв'язків, а у другому – вона виявляється в укладенні та виконанні певних угод, договорів, контрактів. Усім підприємствам і організаціям надано право безпосередньо здійснювати зовнішньоекономічну діяльність на основі самофінансування і валютної самоокупності.

Забезпечення гармонійного входження первинних комерційно – господарських ланок (фірм) у систему міждержавного поділу праці, кооперована взаємодія на зовнішньому ринку, перетворення зовнішньоекономічних відносин на органічний елемент відтворювальних процесів мають сприяти не лише зростанню ефективності міжнародних економічних відносин, а й інтенсифікації ринкової системи господарювання всередині країни.

Усе це вимагає більш гнучких і ефективних підприємницьких зв'язків між внутрішньою виробничо-економічною системою та її зовнішніми партнерами, що виступають на міжнародному ринку як суб'єкти економічних взаємовідносин, рівновага котрих зумовлюється попитом на товари (послуги) та їх пропонуванням. Види зовнішньоекономічних зв'язків ґрунтуються на оплатній та безоплатній основі. Зараз зовнішньоекономічні зв'язки здійснюються переважно на оплатній основі. До безоплатних видів діяльності належать комплекси робіт стосовно міжнародної охорони навколишнього середовища, освоєння багатств Світового океану, міжнародної уніфікації стандартів тощо.

### **1.3. Поняття, суб'єкти, типи і види міжнародного підприємництва**

На сучасному етапі розвитку світової економіки все більших масштабів набуває міжнародна підприємницька діяльність, тобто сфера практичної реалізації форм міжнародних економічних відносин.

Міжнародну підприємницьку діяльність можна трактувати як діяльність, що передбачає науково-технічну, виробничу, торговельну, сервісну та іншу співпрацю господарських суб'єктів двох або більше країн. Сучасний

міжнародний бізнес фактично охоплює всі сфери діяльності людей, що зв'язані з переміщенням і взаємопроникненням головних чинників виробництва (трудових ресурсів, засобів та предметів праці), товарів і послуг через національні кордони.

Загальними мотивами, що спонукають окремі суб'єкти господарювання брати участь у міжнародному бізнесі, є можливість розширення продажу товарів, придбання (використання) нових джерел ресурсів, диверсифікація виробництва. Постійна присутність на міжнародному ринку дає змогу підприємствам значно збільшувати свій зиск, отримувати великі прибутки. Розвиток міжнародної підприємницької діяльності може бути зорієнтований і на реалізацію довгострокових власних інтересів, коли цілі забезпечення і збереження певної прибутковості не є пріоритетними.

Виробничі можливості того чи іншого підприємства можуть бути обмежені зменшенням обсягу внутрішнього (національного) ринку через недостатню кількість споживачів або їхню низьку купівельну спроможність. За сприятливої кон'юнктури на світовому ринку національна фірма має можливість нарощувати обсяги продукування і продажу товарів через вихід на міжнародний (світовий) ринок.

Як свідчить досвід господарювання, великі корпорації у наш час понад 40% обсягу продажу власних товарів здійснюють поза межами національних ринків.

Збільшити ринки збуту (і відповідно свої прибутки) та або інші фірма може за рахунок купівлі за кордоном (у зарубіжних корпораціях) певних видів первинної сировини, напівфабрикатів тощо. У деякій випадках вирішальне значення мають унікальні властивості закордонних товарів або послуг, використовуваних вітчизняними підприємствами.

Різким коливанням у виробничій і комерційно-торговельній діяльності можна зарадити диверсифікацією підприємства, за якої підтримуються оптимальні обсяги продажу продукції (на випадок економічного спаду у своїй країні або фірмі) за рахунок виходу на ринки інших країн, економіка котрих перебуває на стадії пожвавлення і піднесення. Крім того, підприємство стає менш залежним від кон'юнктури внутрішнього ринку, якщо певну частину ресурсних компонентів і напівфабрикатів воно одержує по імпорту з-за кордону.

*Суб'єктами міжнародного бізнесу є його учасники, які спроможні активно і незалежно працювати з метою реалізації своїх економічних інтересів. До основних суб'єктів такої господарської діяльності належать фізичні й юридичні особи, інституціональні і добровільні об'єднання останніх, держави та міжнародні організації. Відповідно до закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність» суб'єктами такого роду діяльності можуть бути:*

– *фізичні особи* – громадяни України, іноземні громадяни та особи без



громадянства, що мають громадянську дієздатність і правоздатність;

– *юридичні особи*, що зареєстровані в Україні та мають на її території постійне місцезнаходження;

– *об'єднання фізичних, юридичних, фізичних і юридичних осіб*, що не є юридичними особами згідно із законами України, але мають постійне місцезнаходження на території України;

– *структурні одиниці суб'єктів господарської діяльності іноземних держав* (дочірні фірми, філії, відділення, представництва);

– *спільні підприємства*, що мають постійне місцезнаходження в Україні.

До цього варто додати, що суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності України при господарюванні мають дотримуватись таких принципів:

– суверенітету народу України у здійсненні зовнішньоекономічної діяльності;

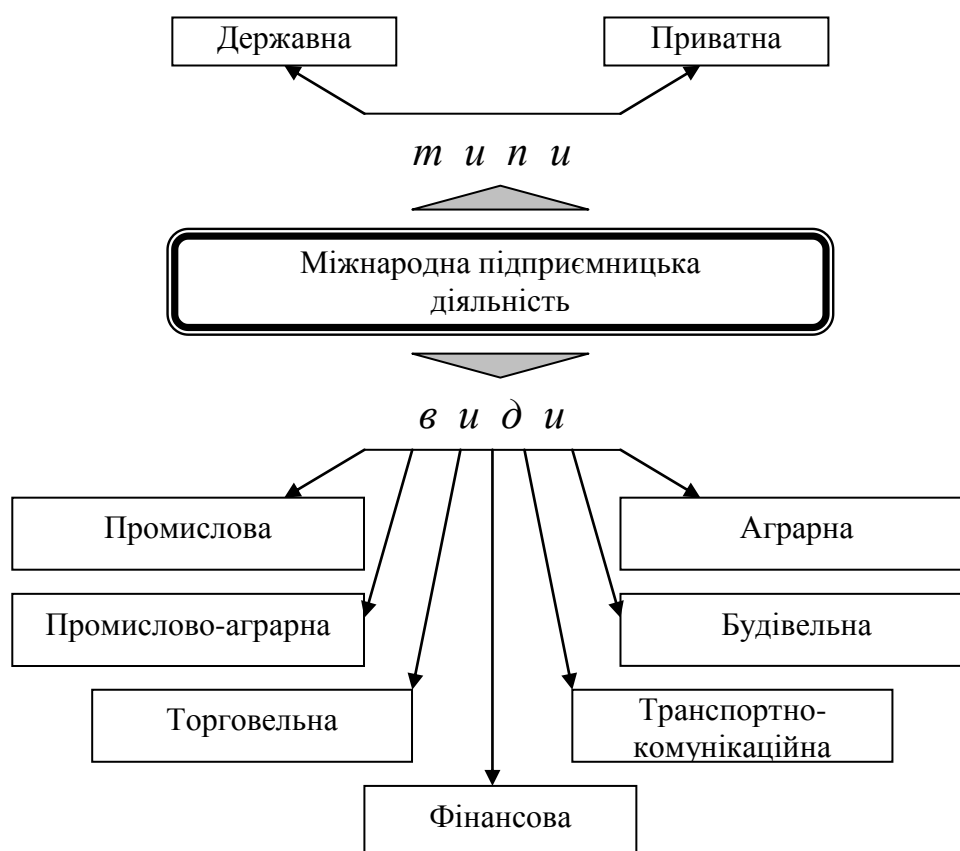
– свободи зовнішньоекономічного підприємництва;

– юридичної рівноправності та недопущення дискримінації;

– верховенства закону;

– захисту інтересів суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності;

– еквівалентності обміну, недопустимості демпінгу в процесі її везу і вивозу товару.



**Рис. 1.1. Основні типи і види міжнародної підприємницької діяльності**

Виходячи з механізму мотивації та особливостей здійснення міжнародної підприємницької діяльності (бізнесу), виокремлюють певні її (його) типи і види (рис. 1.1).

Насамперед, можна назвати два основні *типи бізнесу* — приватний і державний міжнародний бізнес. Таке виокремлення типів міжнародного бізнесу здійснюється розмежуванням суб'єктів господарювання за ознакою форм власності. Зараз у країнах з перехідною економікою домінує тенденція до поступового збільшення частки приватного міжнародного бізнесу.

За галузево-технологічною і функціональною ознаками розрізняють певні *види* міжнародного бізнесу: промисловий, аграрний, промислово-аграрний, будівельний, торговельний, транспортно-комунікаційний, фінансовий. Найбільш швидкими темпами розвивається промисловий, торговельний і фінансовий міжнародний бізнес.

### **Питання для самоконтролю**

1. Дайте визначення підприємництва різними авторами.
2. Проведіть аналіз основних ознак підприємництва.
3. Назвіть види зовнішньоекономічних зв'язків?
4. Охарактеризуйте сутність міжнародної підприємницької діяльності?
5. Дайте характеристику суб'єктам міжнародного бізнесу.
6. Які види здійснення міжнародної підприємницької діяльності Вам відомі?

## **ТЕМА 2. СПІЛЬНЕ МІЖНАРОДНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО**

### **План**

- 2.1. Рівні міжнародної підприємницької діяльності.
- 2.2. Партнерські зв'язки: сутність та організаційно-правова форма.
- 2.3. Форми співробітництва у сфері виробництва.
- 2.4. Форми співробітництва у сфері товарообміну та торгівлі.
- 2.5. Форми співпраці у сфері фінансових відносин.

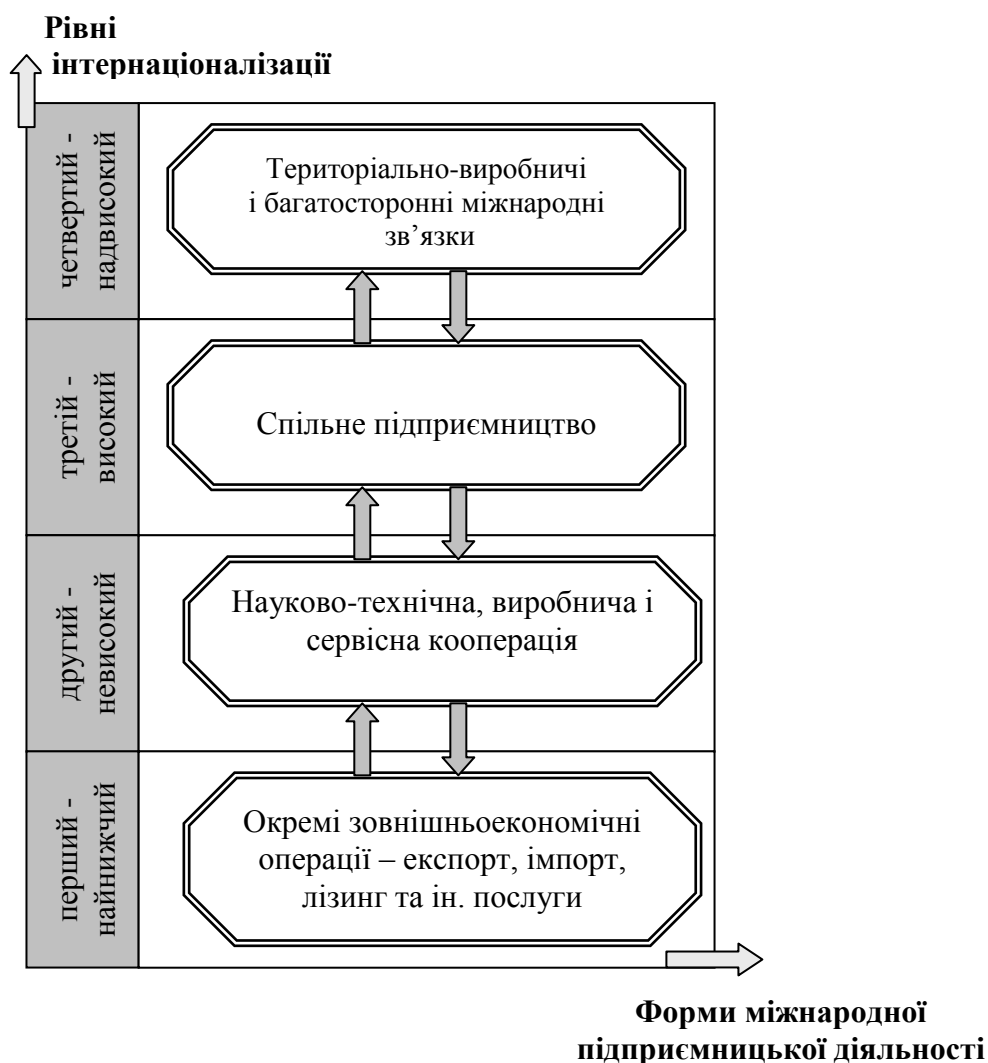
*Рекомендована література до вивчення теми:* [1, с. 15-24], [3, с. 8-12], [4, с. 24-54]

### **2.1. Рівні міжнародної підприємницької діяльності**

У теорії та практиці міжнародної підприємницької діяльності розрізняють певні форми та рівні інтернаціоналізації різних суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності (рис. 2.1).

Першою і найнижчою за рівнем інтернаціоналізації формою підприємницької діяльності є виконання окремих зовнішньоекономічних операцій – експортно-імпортних, лізингу, різних посередницьких, консультаційних і маркетингових послуг.

Другу форму підприємницької діяльності представляє різноманітна промислова кооперація – науково-технічна (в галузі науково-дослідних і дослідно-конструкторських, випробувальних робіт), виробнича, збутова, сервісна (післяпродажного технічного обслуговування і ремонту). Вона відбиває теж порівняно невисокий рівень інтернаціоналізації підприємств і організацій.



**Рис. 2.1. Форми міжнародної підприємницької діяльності та рівні інтернаціоналізації**

Широкомасштабною формою міжнародного бізнесу з відносно високим рівнем інтернаціоналізації є спільне підприємництво, яке звичайно охоплює створення і функціонування спільних підприємств, ліцензування, управління за контрактом.

Четвертою формою підприємницької діяльності з найвищим рівнем інтернаціоналізації суб'єктів господарювання є комплекс територіально-виробничих і багатосторонніх зв'язків. Серед таких господарських зв'язків можна назвати прикордонну і прибережну торгівлю, формування консорціумів, реалізацію концесійних договорів тощо.

Економічні зв'язки з зарубіжними фірмами у більшості випадків ралізуються через здійснення комерційних операцій, тобто певних технічних і організаційних прийомів (процедур) для підготовки і проведення міжнародного співробітництва. Традиційною і найбільш поширеною формою зовнішньоекономічної діяльності є зовнішньоторговельні операції: імпорт (імпортні операції) та експорт (експортні операції).

Якщо імпорт – це придбання товарів у іноземних продавців із завезенням у країну покупців, то експорт – продаж товарів іноземному покупцеві з вивозом з країни продавців. При цьому потрібно розрізняти нерегулярний експорт, коли фірма екпортує надлишки своїх товарів чи окремі товари, виготовлені на замовлення, та активний експорт, за якого продуцент розширює постійні експортні операції на конкретних міжнародних ринках. Крім того, будь-який суб'єкт Зовнішньоекономічної діяльності може екпортувати свої товари самостійно (прямий експорт) або через міжнародних посередників (побічний експорт).

Обмеженість конвертації національних валют у валюти інших країн, прагнення скоротити валютні ресурси на імпорт зарубіжних товарів спричиняють відносно широкий розвиток так званої зустрічної торгівлі. Основні операції зустрічної торгівлі:

- бартер – одноразовий або послідовний обмін товарів у натуральній формі без грошей. За такої торговельної операції гроші виступають лише як розрахункова категорія;

- зустрічна закупівля (паралельний бартер) – торгівля за одним або кількома контрактами, кожний з яких має бути оплачений покупцем негайно, але із зобов'язанням продавця закупити, в свою чергу, певний товар на відповідну суму в покупця. У даному випадку операції оплати і закупівлі розмежовані у часі;

- кліринг (міжнародний) – безперервна зустрічна торгівля в обумовлених договорами (угодами) обсягах з використанням системи безготівкових розрахунків, тобто заліку взаємних вимог і зобов'язань;

- компенсаційна операція – операція, подібна до бартерної, проте можливе часткове погашення заборгованості грошима;

- офсет – такі виробничі взаємовідносини, коли продавець зобов'язується або виготовляти товар, або складувати готовий виріб на місці збуту (в іноземній державі), або купувати певні компоненти (комплектуючі деталі та вузли) для даного товару в конкретних виробників цих компонентів.

Найбільш важливою формою міжнародного бізнесу визнано спільне підприємництво – діяльність, що ґрунтується на співпраці вітчизняних та

іноземних партнерів, спільному розподілі прибутків і солідарному ризику від її здійснення.

Необхідні передумови такого підприємництва створюються у процесі інтернаціоналізації суб'єктів господарювання, розвитку експортно-імпорتنих операцій. До основних видів спільного підприємництва належать ліцензування, управління за контрактом та спільне підприємництво

Надвисокий рівень інтернаціоналізації, що є важливим чинником зростання ефективності зовнішньоекономічної діяльності будь-якого суб'єкта господарювання, досягається лише в межах останньої (четвертої) форми міжнародного бізнесу. Це пояснюється тим, що саме на цій стадії інтернаціоналізації фактично інтегруються всі інші форми міжнародної підприємницької діяльності; тут можуть не лише виконуватись окремі зовнішньоекономічні операції, мати місце всі види промислової кооперації, а й активно розвиватись спільне підприємництво, доповнюючись специфічними для даного рівня інтернаціоналізації елементами міжнародного співробітництва – створенням і ефективним існуванням вільних економічних зон, міжнародних консорціумів, концесій тощо.

Треба усвідомлювати, що практично реалізувати окремі форми міжнародної підприємницької діяльності можна і доцільно двома шляхами:

– перший – без створення нового підприємства (юридичної особи) в межах міжнародної торгівлі та кооперації (експорт-імпорт товарів чи послуг, ліцензування, управління за контрактом, різні види промислової кооперації). У цьому випадку міжнародні відносини між партнерами регулюються відповідними економічними угодами або контрактами;

– другий – зі створенням нового спільного підприємства або зарубіжної філії (представництва), тобто нового суб'єкта господарювання і міжнародного бізнесу.

Вибір конкретного шляху поступового входження певної фірми чи країни в міжнародний бізнес має базуватись на факторному обґрунтуванні відповідних форм (альтернатив).

## **2.2. Партнерські зв'язки: сутність та організаційно-правова форма**

Підприємцю (особливо початківцю) при реалізації конкретного проекту бізнесового спрямування необхідно чітко уявляти (добре знати) всю цілісну систему (схему) узгоджених дій щодо реального його втілення в життя, у практику господарювання.

*Схема (система) підприємницьких дій* щодо реалізації проекту відображає деталізований і конкретизований у часі план заходів і певних відносин зі своїм трудовим колективом, усіма партнерами (постачальниками, споживачами, посередниками), які мають бути спрямовані на досягнення очікуваного успіху. Наведемо приклад можливої економічної ситуації. Йдеться про підприємницький проект виробництва офісних меблів. Розробляючи свій бізнес-план, підприємець складає (накреслює) схему власних дій (рис. 2.2).

Розробка такої схеми дає можливість підприємцю визначити порядок практичних дій, скоротити час підготовчого періоду, не залишити поза увагою будь-яких заходів, що без них реалізація проекту ускладнюватиметься. Цю схему можна також використати як основу для встановлення необхідних партнерських зв'язків.

*Партнерські зв'язки* – це такі договірні відносини, які встановлюються між підприємцями і дозволяють кожному з них досягти очікуваного результату (успіху) за рахунок обміну наслідками своєї діяльності.

Проте кожний підприємець заінтересований не просто у встановленні будь-яких партнерських зв'язків, а в налагодженні найбільш ефективних форм таких взаємин. Визначити найефективнішу форму взаємовідносин з партнером можна порівняльним аналізом усіх можливих форм партнерських зв'язків



**Рис. 2.2. Схематичний план підприємницьких дій щодо реалізації проекту**

Схема підприємницьких дій дає можливість добре все зважити і вибрати найефективнішу форму взаємовідносин з кожним окремим партнером. Це зумовлюється тим, що у самій схемі закладено і реалізовано ідею виокремлення з цілісного проекту відповідної кількості складових, кожна з яких потім стає об'єктом уваги підприємця.

### **Партнерські зв'язки та угоди (операції)**

Підприємець, котрий має максимально можливий рівень економічної свободи, у процесі розробки підприємницької схеми визначає економіко-правову форму досягнення поставленої мети. Під цим звичайно розуміють конкретний вид угоди, яка може бути прийнята партнером і сприяти досягненню підприємницької мети.

Угода – комерційний (тобто з метою отримання зиску) обмін результатами праці між партнерами або об'єднання зусиль партнерів з

ініціативи конкретного підприємця для такої самої мети. У ній втілено дію, спрямовану на встановлення, зміну або припинення правовідносин юридичних чи фізичних осіб у сфері підприємницької діяльності.

У практиці господарювання користуються двома видами угод: *односторонніми* угодами (наприклад, заповіт, даріння, довіреність тощо) і *взаємними* (дво- і багатосторонніми) угодами, що передбачають участь у них двох чи кількох юридичних або фізичних осіб. Найбільш поширеними у різних сферах діяльності людей є двосторонні угоди.

Угоду треба відрізнити від простої безоплатної передачі продукції, майна тощо. Якщо існує домовленість з партнером про те, що ви будете виробляти напівфабрикати, а він з них – готову для споживання продукцію, то це треба оцінювати як економічну угоду. Якщо ж комусь ви передаєте певну кількість продукції або майна безкоштовно (тобто взамін нічого не отримуєте), то таку операцію треба кваліфікувати як просту передачу.

Угоди можуть бути вигідні, частково вигідні і не вигідні. Від чого залежить комерційний результат виконання угоди? Ясна річ, від того, які конкретні умови передбачені в такій угоді, якої економіко-правової форми набирає сама підприємницька мета і засоби її досягнення. У зв'язку з цим треба відрізнити *форми партнерських зв'язків від форм угод* як засобу зовнішнього оформлення таких зв'язків. Форму партнерських зв'язків завжди пропонує один з партнерів (ініціаторів) іншому, тобто кожний підприємець у своїй діяльності має запропонувати певну форму співробітництва або дати відповідь партнеру на його пропозицію. Проте для того, щоб запропонувати конкретну форму співробітництва або відповісти на пропозицію партнера щодо цього, необхідно достатньо повно уявляти собі всю можливу різноманітність партнерських зв'язків, яка реально існує у сфері бізнесу.

### **Основні напрямки співпраці партнерів**

Усю різноманітність партнерських зв'язків у підприємстві можна згрупувати за чотирма основними напрямками (сферами) підприємницького співробітництва. В межах саме цих напрямків і має здійснюватись підприємницьке партнерство.

Насамперед, підприємці можуть співробітничати у *сфері виробництва*. Другим напрямком співробітництва можна вважати *сферу товарообміну*. *Торгівля* – це третій напрямок у розвитку співробітництва партнерів. До четвертого напрямку належить *співробітництво у сфері фінансів*.

Співробітництво на основі укладеної угоди реально здійснюється, коли на кожну зі сторін покладені певні (визначені угодою) права і обов'язки. Правові наслідки укладеної угоди (права і обов'язки сторін) починають виявлятися одразу після підписання договору про укладення угоди. Саме через це кожна зі сторін добровільно бере на себе цілком певні зобов'язання (просунути на ринок товар, заплатити за поставку інших товарів), невиконання яких або неналежне виконання зумовлює необхідність застосування до винуватця штрафних санкцій на користь іншої сторони.

Зміст і форма угоди (договору) залежать від конкретного напрямку співробітництва підприємців. Наприклад, договір про обмін товарів відрізнятиметься від договору про співпрацю у виробничій сфері тощо. В цілому щодо цього діє така логіка: спочатку підприємець-ініціатор визначає сферу (напрямок) співробітництва, потім обґрунтовує його конкретну форму, а після цього пропонує укласти угоду у формі договору.

### Форми співробітництва у різних сферах

Підприємницька діяльність може ефективно здійснюватись у різноманітних напрямках, кожний з яких охоплює певні конкретні форми співробітництва. В узагальненому вигляді найбільш важливі форми співробітництва за окремими напрямками зображені на рис. 2.3.



**Рис. 2.3. Найважливіші форми співробітництва партнерів за окремими напрямками підприємницької діяльності**

### 2.3. Форми співробітництва у сфері виробництва

Сутність усіх форм, що відображають цей напрямок у співробітництві, може бути зведена до бажання інтегрувати і координувати свої економічні інтереси, практична реалізація яких за кооперування забезпечує комерційну вигоду. Такі відносини можуть будуватись лише на довготривалій основі.



У цьому напрямку співробітництва виокремлюють кілька конкретних його форм. Основними з них є такі форми виробничої співпраці:

**Спільне підприємство** – підприємство, статутний фонд якого створюється за рахунок пайових внесків двома або більшою кількістю засновників, котрі представляють різні форми власності або один з них є іноземною фізичною чи юридичною особою.

**Виробнича кооперація** – форма співробітництва, коли організується закінчений виробничий цикл усіма співпрацюючими партнерами, а кожний з них виконує свою частку робіт у рамках єдиного виробничого процесу. Отримуваний після повного завершення циклу дохід (прибуток) розподіляється між партнерами відповідно до внеску кожного з них у загальний обсяг робіт.

**Лізинг** – особливий вид оренди, об'єктом якої у більшості випадків виступає устаткування, транспортні засоби тощо.

**Проектне фінансування** – форма партнерських зв'язків, за якої: а) одна зі сторін бере на себе зобов'язання фінансувати реалізацію проекту іншого партнера або б) одна сторона, що має власний розроблений проект, пропонує іншій стороні здійснювати його практичну реалізацію і зобов'язується фінансувати усі роботи. Проте в обох випадках інша сторона має повернути кредит, як правило, у товарній формі (тобто за рахунок частини вироблених товарів після реалізації відповідного проекту).

**Ліцензування** – форма співробітництва, за якої суб'єктами відносин виступає *ліцензіар* (власник певних прав) та *ліцензіат* (той, кому такі права передаються на постійній чи тимчасовій основі). Ліцензіар укладає угоду з ліцензіатом, відповідно до якої останньому передаються права на використання патенту, товарного знака, іншої значущої новачії за певну плату. Передача таких прав полегшує ліцензіару вихід на новий ринок, а ліцензіату використання купленої ліцензії в інтересах власного бізнесу.

**Управління за контрактом** – форма відносин, сутність якої зводиться до такого: один з підприємців передає іншому «ноу-хау» в галузі управління, а другий забезпечує інвестування; за своєю суттю вона є експортом управлінських послуг, а не капіталу.

**Підрядне виробництво** – це взаємини між підприємцями, коли один із них здійснює цільове виробництво товару за прямою вказівкою замовника.

## 2.4. Форми співробітництва у сфері товарообміну та торгівлі

Товарообмінними вважаються такі операції, за яких основу взаємовідносин партнерів становить рух (просування) товарів, але при цьому повністю виключається грошова форма розрахунків, тобто здійснюється прямий обмін одного товару на інший з дотриманням цінового паритету.

Товарообмінні операції іноді ототожнюють з зустрічною торгівлею. Зустрічна торгівля – це певна сукупність угод, спрямованих на досягнення відповідного балансу у взаємних поставках товарів. Різновидами зустрічної торгівлі вважають такі угоди економічного спрямування.

**Бартер, бартерні операції.** Під бартером розуміють конкретну угоду, яку сторони здійснюють, попередньо узгодивши номенклатуру обмінюваних товарів; пропорції обміну певного товару на інший; строки взаємних поставок продукції. Виходячи з цього бартерна угода – це комерційна операція з обміну певної кількості одного товару на еквівалентну за вартістю кількість іншого. Особливість бартерної угоди полягає у підписанні партнерами (сторонами) одного договору, зміст котрого відображає повну домовленість з усіх аспектів (складових частин) товарообміну.

**Зустрічна поставка як різновид бартеру.** Бартерні операції можуть здійснюватись дещо на інших умовах (домовленостях), а саме: сторони визначають, який товар має бути поставлений однією стороною іншій, а що конкретно має бути поставлено іншою стороною – вирішується пізніше й окремо; воно оформляється у вигляді додатку до договору. Такі угоди отримали назву зустрічних поставок. Їх різновидом є так звані зустрічні закупівлі.

**Комерційна тріангуляція («трикутник»).** Сутність її полягає у тому, що у здійсненні бартерних операцій можуть брати участь не дві, а три сторони чи більше, якщо цього вимагає пошук необхідного товару.

**Форми угод у сфері торгівлі. До них належать:**

- угода звичайна (угода про купівлю-продаж); за цієї угоди взаємовідносини оформляються у вигляді договору поставки того або іншого товару;
- угода форвардна (угода, термінова щодо практичної реалізації);
- комерційна операція щодо купівлі-продажу на визначений термін здійснення та поставки товару в обумовлений договором час;
- угода про передачу інформації у вигляді «ноу-хау» за винагороду, умови і розміри якої передбачені контрактом;
- угода про встановлення прямих зв'язків – економічні взаємини фірм (підприємств, організацій), що базуються на безпосередньому співробітництві у конкретній сфері діяльності;
- угода СПОТ – вид операції щодо купівлі-продажу наявного товару з надтерміновою оплатою і доставкою споживачеві;
- угода про експорт товару – договір про поставку товару партнеру іншої країни;
- угода про реекспорт – відносини, за яких один з партнерів купує товар за кордоном з метою його поставки партнеру з третьої країни;
- угода про імпорт товару – операція, в основі якої лежать відносини між партнерами щодо ввезення товару з іншої країни.

## **2.5. Форми співпраці у сфері фінансових відносин**

Партнерські зв'язки у сфері фінансових відносин охоплюють факторинг і комерційний трансферт.

**Факторинг** – система взаємовідносин, котра встановлюється між підприємцем і фактор-фірмою, яка бере на себе дебіторську заборгованість

підприємця або купує у підприємця його вимогу до того чи іншого партнера щодо оплати боргу.

У ролі фактор-фірми найчастіше виступають банки.

Нині чимало банків об'єднуються у групи і здійснюють комплексне фінансове обслуговування клієнтів, засновуючи у своїй структурі факторингові, лізингові, інжинірингові і консалтингові контори.

Факторинг – це, по суті, різновид торговельно-комісійних операцій, котрі супроводжуються кредитуванням оборотного капіталу клієнта купівлею фактор-фірмою (компанією) рахунків фактур клієнтури.

**Комерційний трансферт** використовується в міждержавних відносинах і означає взаємне придбання партнерами капіталу в національній валюті у визначених розмірах за договірною ціною. Однак при цьому не відбувається фізичного переміщення капіталу через національні кордони, а куплена валюта зараховується на рахунок покупця у національному банку країни-продавця. Ця форма партнерських взаємовідносин застосовується в системі міжбанківських зв'язків (заснуванні так званих кореспондентських рахунків) і міждержавних відносин.

### **Питання для самоконтролю**

1. Проведіть аналіз та дайте характеристику рівнів міжнародної підприємницької діяльності.
2. Надайте характеристику зовнішньоекономічних операцій.
3. Побудуйте схему послідовності підприємницьких дій.
4. Охарактеризуйте види міжнародних підприємницьких угод.

## **ТЕМА 3. ФОРМИ СПІЛЬНОГО МІЖНАРОДНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА**

### **План**

- 3.1. Форми спільного підприємництва.
- 3.2. Вільні економічні зони.
- 3.3. Сутність та умови реєстрації офшорних компаній.

*Рекомендована література до вивчення теми:* [11, с. 26-34], [13, с. 41-49], [14, с. 12-19]

### **3.1. Форми спільного підприємництва**

Спільне підприємництво здійснюється в наступних формах:

- консорціум;
- акціонерне товариство;
- міжнародні економічні організації;

- вільні економічні зони;
- офшорні компанії;
- фінансово-промислові групи.

**Консорціум** (від лат. Consortium – Співучасть, товариство) – тимчасове добровільне об'єднання для вирішення конкретних завдань (наприклад, реалізація великих цільових програм і проектів). Виконавши поставлене завдання, консорціум припиняє свою діяльність або перетворюється в інший вид договірної об'єднання.

Учасники консорціуму зберігають свою господарську самостійність і можуть брати участь у діяльності інших консорціумів, асоціацій, спільних підприємств. Консорціум користується і розпоряджається майном, яким його наділяють засновники, коштами, виділеними на здійснення відповідної цільової програми або надходять з інших джерел.

Консорціум, як правило, здійснює свою діяльність на неприбутковій основі. Консорціум не є юридичною особою.

Організація консорціуму оформляється угодою. Дії всіх учасників консорціуму координує лідер консорціумів, який отримав за це відрахування від інших учасників. Лідер представляє інтереси консорціуму, але діє в межах повноважень, отриманих від інших членів. Кожен учасник консорціуму готує пропозиції на свою частку постачань, з яких потім комплектується загальна пропозиція.

Консорціум несе солідарну відповідальність перед замовником.

**Акціонерне товариство** – комерційна організація, статутний капітал якої розділений на визначене число акцій, що засвідчують права та обов'язки учасників товариства (акціонерів). Акціонерні товариства створюються в формі публічних або приватних товариств.

За українським законодавством, акціонерне товариство це господарське товариство, статутний капітал якого не може бути меншим ніж 1250 мінімальних заробітних плат і який поділено на визначену кількість часток однакової номінальної вартості, корпоративні права за якими посвідчуються акціями. Основним актом законодавства, який регулює діяльність акціонерних товариств, є Закон «Про акціонерні товариства». Кількісний склад акціонерів приватного акціонерного товариства не може перевищувати 100 акціонерів

Типи акціонерних товариств:

- публічне акціонерне товариство може здійснювати публічне та приватне розміщення акцій.

- приватне акціонерне товариство може здійснювати тільки приватне розміщення акцій.

**Міжнародні економічні організації** – це міжурядові та міждержавні економічні організації, міжнародні господарські організації та об'єднання. Вони створюються на основі договорів та угод між їх засновниками.

Основною функцією міждержавної економічної організації є координація дій країн-партнерів по співпраці у виробничій, науковій та інших сферах діяльності.

### 3.2. Вільні економічні зони

**Вільна економічна зона (ВЕЗ)** – частина території країни, виділена із загального митного кордону держави, яка має повну свободу в режимі господарських питань, з особливим режимом управління і пільговими умовами діяльності, податковими пільгами для місцевих підприємців та іноземних фірм.

Цілі створення вільних економічних зон полягають в необхідності вирішення нагальних проблем країни:

- залучення іноземних і вітчизняних інвестицій;
- стимулювання виробництва;
- досягнення збалансованості економічного розвитку відповідних регіонів країни;
- ефективного розміщення та використання їх матеріальних, трудових та інших ресурсів.

#### **Види ВЕЗ:**

Згідно із Законом України «Про загальні засади створення і функціонування спеціальних (вільних) економічних зон» в Україні залежно від господарської спрямованості та економіко-правових умов діяльності можуть створюватися такі СЕЗ: вільні митні зони і порти, експортні, транзитні зони, митні склади, технологічні парки, технополіси, комплексні виробничі зони, туристсько-рекреаційні, страхові, банківські тощо. Окремі зони можуть поєднувати в собі функції, властиві різним типам спеціальних (вільних) економічних зон.

Господарський кодекс України визначає поняття та основні типи спеціальних економічних зон:

*технологічні парки* – комплексна організація наукоємного виробництва шляхом максимального сприяння створенню та запровадженню нових технологій та стимулювання розвитку творчого потенціалу фахівців. Концентруючи наукові, виробничі та фінансові ресурси технопарки забезпечують відтворення повного життєвого циклу інновацій: дослідження – розробка – упровадження – масовий промисловий випуск наукоємної високотехнологічної конкурентоспроможної на світових ринках продукції.

Технопарки є зонами економічної активності, які поєднують потенціал університетів, науково-дослідних структур, промислових підприємств та суб'єктів інноваційної інфраструктури регіонального загальнодержавного та міжнародного рівнів.

*технополіси* – найвища форма інтеграції продуктивних сил (зокрема, людини, науки, техніки, інформації), венчурного капіталу, фінансово-кредитних інститутів і держави в процесі виробництва з метою прискореного,

розвитку відсталих регіонів, поглиблення НТР і створення досконалішого суспільства.

Основними структурними елементами технополісів є науково-дослідні інститути, крупні компанії, інвестиційні банки, венчурні підприємства, консультаційні фірми з проблем управління, обчислювальні центри, державні органи.

*зовнішньоторговельні зони* – частина території держави, де товари іноземного походження можуть зберігатися, купуватися та продаватися без сплати мита і митних зборів або з їх відстроченням. Формами організації таких зон можуть бути вільні порти (порто-франко), вільні митні зони (зони франко) та митні склади;

*комплексні виробничі зони* – частина території держави, на якій запроваджується спеціальний (пільговий податковий, валютно-фінансовий, митний тощо) режим економічної діяльності з метою стимулювання підприємства, залучення інвестицій у пріоритетні галузі господарства, розширення зовнішньоекономічних зв'язків, запозичення нових технологій, забезпечення зайнятості населення. Вони можуть мати форму експортних виробничих зон, де розвивається насамперед експортне виробництво, орієнтоване на переробку власної сировини та переважно складальницькі операції, та імпортоорієнтованих зон, головна функція яких – розвиток імпортозамінних виробництв;

*науково-технічні зони* – це СЕЗ, спеціальний правовий режим яких орієнтований на розвиток наукового і виробничого потенціалу. Вони можуть існувати у формі регіональних інноваційних центрів – технополісів, районів інтенсивного наукового розвитку, високотехнологічних промислових комплексів, науково-виробничих парків (технологічних, дослідних, промислових, агропарків), а також локальних інноваційних центрів та опорних інноваційних пунктів;

*туристично-рекреаційні зони* – це СЕЗ, які створюються в регіонах, що мають багатий природний, рекреаційний та історико-культурний потенціал, з метою ефективного його використання і збереження, а також активізації підприємницької діяльності (в тому числі із залученням іноземних інвесторів) у сфері рекреаційно-туристичного бізнесу;

*банківсько-страхові (офшорні) зони* – це зони, в яких запроваджується особливо сприятливий режим здійснення банківських та страхових операцій в іноземній валюті для обслуговування нерезидентів. Офшорний статус надається банківським та страховим установам, які були створені за участю лише нерезидентів і обслуговують лише ту їхню підприємницьку діяльність, що здійснюється за межами України;

*зони прикордонної торгівлі* – частина території держави на кордонах із сусідніми країнами, де діє спрощений порядок перетину кордону і торгівлі.

**Фінансово-промислові групи** – об'єднання, до якого можуть входити промислові й сільськогосподарські підприємства, банки, наукові й проектні

установи, інші установи та організації всіх форм власності, що мають на меті отримання прибутку, і яке створюється за рішенням Уряду України на певний термін з метою реалізації державних програм розвитку пріоритетних галузей виробництва і структурної перебудови економіки України, зокрема програми згідно з міждержавними договорами, а також виробництва кінцевої продукції.

Сучасні ФПП – універсальні за характером діяльності та транснаціональні за їх масштабами об'єднання. Створені на основі акціонування, поєднання фінансових і ділових зв'язків, вони об'єднали промислові фірми, банки та інші фінансові інститути, торговельні і будівельні компанії, а також компанії інших галузей господарства.

### **3.3. Сутність та умови реєстрації офшорних компаній**

Важливою формою спільного підприємництва є офшорні компанії.

*Сутність та умови реєстрації офшорних компаній*

Офшорний бізнес (англ. off-shore – за берегом) – бізнес компаній в центрах спільного підприємництва за межами країни, в якій він зареєстрований, але не підпадає під дію національного законодавства, отримує пільговий режим для фінансово-кредитних операцій з іноземними резидентами в іноземній валюті.

Офшорний бізнес отримав поширення в середині 70-х років. Капітал, який функціонує в цій сфері бізнесу, становить до 500 млрд дол. Основними причинами його виникнення й інтенсивного поширення є:

- значна ліберальність податкового законодавства офшорних регіонах;
- можливість реєстрації нерезидентських компаній;
- високий ступінь розвитку міжнародних телекомунікацій, транспортної мережі, банківських послуг;
- мінімальні обмеження на певні види ділової активності;
- економічна (стабільність курсу національної валюти, лібералізація зовнішньоекономічної діяльності та ін. ) та політична стабільність.

Для заснування офшорної компанії необхідно мати:

- документ про статут підприємства (так званий «Меморандум про асоціацію», в якому відображають мету створення, сферу діяльності, розмір статутного капіталу, дані про засновників та ін.);
- засновницький договір (або «Стаття асоціації»), в якому визначають взаємовідносини між її засновниками, управлінським персоналом і засновниками.

Широко практикується заснування офшорних банків, особливо філіалів транснаціональних банків. Це дає змогу здійснювати депозитні операції в країнах, де вони не оподатковуються, надавати банківські кредити за умов

звільнення від сплати податків на відсотки, одержувані за їх надання, та ін. Значні пільги в офшорних регіонах отримують страхові, трастові компанії.

Найбільш довершених форм відносини власності набувають у спільних підприємствах.

*Перелік основних офшорних зон:*

Гонконг, Сінгапу, Вануату, Острови Кука, Науру, Нідерландські Антільські острови (острови Кюрасао, Бонер, Мартен), Андорра, Дамаск, Гібралтар, Острови Мен, Гернсі та Джерсі, Республіка Чорногорія, Міста Крапіна, Рієка, Шибеник, Бакар, Осієк, Загреб, Республіка Хорватія, Багамські острови, Бермудські острови, Беліз, Британські Віргінські острови, Кіпр, Ірландія, Лабуан, Ліберія, Маврикій, Невіс, Панама, Острови Теркс і Кайкос.

### **Питання для самоконтролю**

1. Надайте характеристику умов створення ФПГ.
2. Проведіть аналіз основних переваг та недоліків функціонування ФПГ?
3. Обґрунтуйте необхідність створення вільних економічних зон.
4. Зробіть аналіз переваг та недоліків функціонування технополісів?
5. Проаналізуйте причини виникнення офшорного бізнесу.

## **ТЕМА 4. СПІЛЬНІ ПІДПРИЄМСТВА У МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ**

### **План**

- 4.1. Спільні підприємства та їх структура.
- 4.2. Мотивація, процедура і етапи створення.
- 4.3. Систематизація і механізм функціонування.

*Рекомендована література до вивчення теми:* [8, с. 17-24], [9, с. 31-36], [12, с. 29-33], [16, с. 36-45]

Різноманітність типів, видів і форм міжнародної підприємницької діяльності зумовлена об'єктивними процесами інтернаціоналізації окремих суб'єктів господарювання та національної економіки в цілому. За масштабами й ефективністю впливу на міжнародний бізнес передовсім варто виокремити спільне підприємництво, а в ньому міжнародні спільні підприємства.

Міжнародне спільне підприємство (МСП) є формою співробітництва з поєднанням зусиль різнонаціональних партнерів стосовно інвестування, управління, виробництва продукції (надання послуг, торгівлі тощо), розподілу підприємницьких доходів і ризиків. При цьому важливо усвідомити, що МСП одночасно виступає: 1) як форма міжнародного бізнесу і специфічний його суб'єкт; 2) спосіб виходу на зарубіжний ринок; 3) різновид прямого іноземного



інвестування; 4) одна з нових форм господарювання для країн з економікою, що активно трансформується на ринкових засадах.

#### 4.1. Спільні підприємства та їх структура

*Спільне підприємство (СП)* – підприємство, засноване на спільному капіталі вітчизняного підприємства з фірмами інших країн, а також на спільному управлінні виробництвом і власністю, в тому числі розподілі прибутків.

Такі підприємства створюють з метою привласнення більших прибутків на основі кооперації їх виробничої, збутової, наукової діяльності при виготовленні товарів і послуг.

Додатковими мотивами їх створення є:

- розширення діючих виробничих потужностей і зниження на цій основі витрат виробництва, а отже посилення конкурентоспроможності продукції;
- досягнення тієї самої мети на основі поглиблення спеціалізації та кооперації виробництва, прискореного оновлення асортименту товарів і послуг;
- економія капіталовкладень усього комплексу ресурсів (природних, матеріальних, трудових, інформаційних) при створенні нових потужностей.
- покращення організаційно-економічних відносин за рахунок обміну управлінським досвідом і удосконалення маркетингових досліджень;
- послаблення ризиків (виробничих, збутових, інвестиційних тощо) в період погіршення економічної кон'юнктури;
- проникнення на нові ринки збуту, доступ до нових джерел сировини, енергії та ін.

Організаційно-правовою формою СП є акціонерні товариства, товариства з обмеженою відповідальністю та інші господарські товариства, а також підприємства, засновані на власності фізичних осіб двох або декількох країн. Водночас підприємства-партнери зберігають свою юридичну самостійність. На початку 2000 р. податкові пільги для СП в Україні були відмінені.

У світі щорічно реєструються понад 5000 СП. У країнах Східної Європи створення їх розпочалося наприкінці 60-х років, в Україні – у 80-х роках. Проте в нашій країні цей процес спочатку відбувався повільно, що було зумовлено існуванням адміністративно-командної системи. У перші роки існування незалежної України ситуація змінилася на краще. Так, лише за 1992 р. чисельність діючих СП зросла більш ніж на 550 одиниць. Проте більшість їх у цей період займалась експортом продукції.

У 1993 р. в Україні діяло понад 2500 СП, у 1998 р. – до 4700, більшість із них займалась посередницькою діяльністю.

Зареєстровані спільні підприємства до 1 січня 1995 р. не оподатковувалися протягом 5 років з часу внесення кваліфікаційної інвестиції. Аналогічну пільгу встановлено для СП з обсягом іноземних інвестицій не менш 100 тис. дол. на основі договорів про виробничу кооперацію, укладених, до

1995 р., та інших видів спільного виробництва із залученням іноземних інвестицій.

Створені СП у промисловості та сільському господарстві оподатковувались до 2000 р. за ставкою 22%; якщо частка іноземного капіталу в статутному фонді перевищувала 30%, то ставка оподаткування становила 18%. Якщо СП займалися посередницькою діяльністю, то ставка оподаткування прибутків – 70%. Залежно від інвестицій збільшувався період звільнення від податку на прибуток: для інвестицій до 500 тис. дол. – на рік; понад 500 тис., – 5 млн дол. включно – на два роки; понад, 5 млн – 50 млн дол. включно – на три роки; 50 млн дол. – на п'ять років. До СП застосовують також норми прискореної амортизації машин та устаткування, що означає отримання додаткових пільг в оподаткуванні прибутків.

З 1992 по 1999 рр. в Україну було залучено майже 3,1 млрд іноземних інвестицій, що становило приблизно 50 дол. на душу населення. Для порівняння зазначмо, що в Польщі цей показник ще в 1998 р. становив 830 дол., в Естонії – 320, в Чехії – 400, в Угорщині – понад 1000 дол. Інвестиції України в економіку інших країн в 1998 р. дорівнювали приблизно 98 млн дол.

У 1998 р. з майже 4700 СП інвестиції у виробництво здійснили приблизно 1260 (понад 60% у формі рухомого і нерухомого майна). Серед галузей народного господарства найбільше інвестицій вкладено у харчову промисловість (до 13%), машинобудування і металообробку (12%), транспорт і зв'язок (4%), будівництво і промисловість будівельних матеріалів (4%), хімічну і нафтохімічну промисловість (3%). З вкладених інвестицій на фірми США у 1997 р. припадало 19%, Німеччини – 16, Росії – 8, Великобританії – 7, Нідерландів і Кіпру – по 6% від загального обсягу. Обсяг інвестицій з України приблизно в 300 разів менший від обсягу інвестицій в економіку нашої держави. Найбільшими інвесторами економіки України є США (у 1998 р. вони інвестували 510 млн дол.), Нідерланди (264 млн дол.), Німеччина (214 млн дол.), Великобританія (210 млн дол.).

Загалом діяльність СП відчутно не вплинула на насичення внутрішнього ринку, оскільки майже половина з них зайнята у сфері торгівлі. Багато з СП залишають свою валютну виручку за кордоном, ухиляючись від сплати податків, не займаються вдосконаленням техніки і технології тощо.

Для поліпшення роботи СП необхідно проводити раціональну економічну політику, прийняти ефективні і стабільні закони, істотно підвищити рентабельність виробництва і капіталовкладень, активізувати внутрішні інвестиції та ін.

#### **4.2. Мотивація, процедура і етапи створення**

Мотиваційний механізм створення МСП формується на макрорівні (через відповідну стратегічну орієнтацію країн базування та країн, що приймають) і мікрорівні (мотивація безпосередніх партнерів).

Для країн базування, що ними традиційно є промислово розвинуті країни, вирішальним макроекономічним чинником експортної орієнтації підприємницького капіталу є передовсім баланс імпорту й експорту інвестиційних ресурсів.

Його формування і фактичний стан визначаються певними політико-, ресурсо- та загальноекономічними чинниками, до яких можна віднести: стабільність політичної системи, ступінь втручання уряду в економіку, наявність природних ресурсів і географічне положення, рівень інфляції та конвертованість валюти, стан платіжного балансу, розвиненість фондового ринку (ринку капіталів), система оподаткування тощо.

Для країни, що приймає, привабливість МСП зумовлена тим, що вони:

- збільшують матеріальні та фінансові ресурси, виробничі потужності;
- сприяють розвитку національної науково-дослідної бази, поширенню передової технології й управлінського досвіду, підвищенню кваліфікації керівних кадрів і спеціалістів-менеджерів;
- стимулюють конкуренцію і зв'язані з нею позитивні явища (підрип позицій місцевих монополій, підвищення якості імпортозамінної продукції та зниження цін на неї);
- нарощують експортні надходження у вигляді податків на прибутки спільних підприємств.

Основними мотивами формування й функціонування спільних підприємств як стратегії виходу на зарубіжний ринок можуть бути визнані такі:

- зниження питомих інвестиційних ресурсів і підприємницького ризику при створенні і використанні нових потужностей;
- розширення діючих виробничих потужностей;
- реалізація переваг меншої вартості факторів виробництва і насамперед збереження ресурсів;
- можливість уникнення сезонної нестабільності виробництва і пристосування до процесу скорочення життєвого циклу продукції;
- підвищення ефективності маркетингу і започаткування нових каналів торгівлі;
- проникнення на конкретний територіальний ринок і набуття управлінського досвіду на нових ринках.

Мотивація безпосередніх партнерів формується внаслідок узгодження їхніх інтересів – виробничо-економічних, маркетингових, екологічних, престижних та особистих. Очевидною передовсім є виробничо-економічна і маркетингова мотивації партнерів. Варто враховувати також інші (мало декларовані та рідко досліджувані) мотиви: екологічні, коли розв'язуються нагальні завдання виведення з експлуатації екологічно брудних (небезпечних

для здоров'я людей і довкілля) виробництв; пропагандистські престижні, що притаманні діяльності великих корпорацій (компаній, фірм) за кордоном і міжнародному бізнесу в окремих невиробничих сферах (туризм, сервіс); особисті (персональні), коли спільні підприємства засновуються партнерами однієї національності або на родинних засадах.

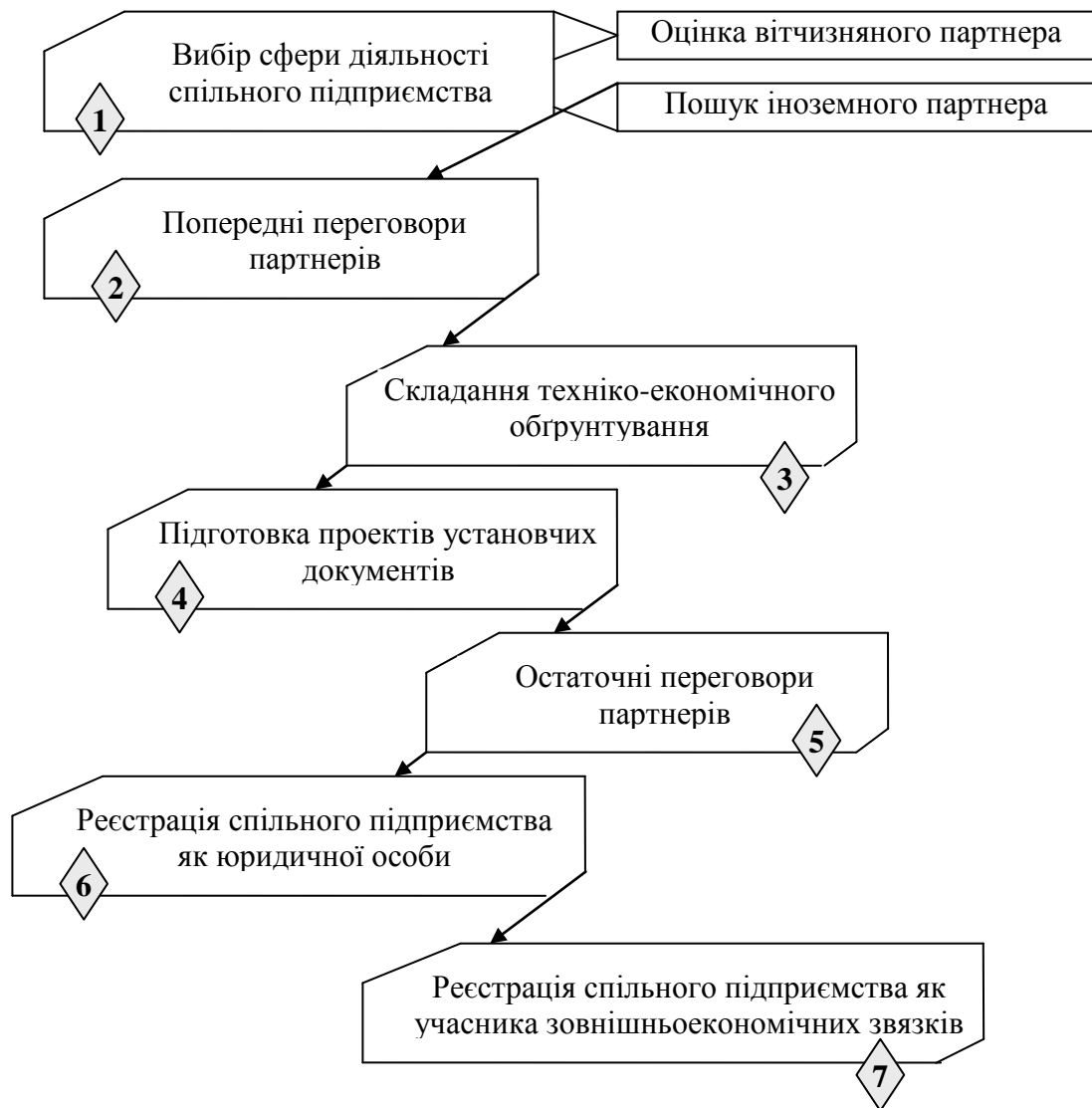
Процес створення спільних підприємств базується на чинному законодавстві України, відображає логіку і порядок аналітико-організаційних робіт (процедур), охоплює узгоджені у часі етапи (рис. 4.1).

Після прийняття ухвали про заснування міжнародного спільного підприємства звичайно насамперед уточнюють (вибирають) сферу його діяльності. При цьому треба орієнтуватись на потенційну можливість спільного підприємства задовольнити потреби ринку в певній продукції належної якості. Оцінка вітчизняного (українського) партнера здійснюється за сукупністю показників, що характеризують: 1) рівень якості продукції та його порівнянність зі світовими аналогами; 2) технічний стан устаткування, наявність окремих (будівель і споруд, вільних виробничих площ, що можуть бути зараховані до статутного фонду за його формування; 3) професійну підготовку і спеціалізацію персоналу, необхідного для забезпечення функціонування створюваного підприємства; 4) місце розміщення підприємства стосовно постачальників сировини, напівфабрикатів, комплектуючих, забезпечення транспортними комунікаціями.

Пошук зарубіжного партнера має враховувати вихідні умови вітчизняного партнера, який може мати досвід роботи із зарубіжним, коли створюване спільне підприємство стає подальшим етапом розвитку експортно-імпоротної діяльності, поглиблення науково-технічної чи виробничої кооперації з іншими зарубіжними фірмами, або не мати такого досвіду. Проте в будь-якому випадку варто проаналізувати діяльність можливого партнера за певною системою показників. Для цього можна використати як прямі показники (величина активів і їхня динаміка, частка власних чи позичкових коштів, отримуваний прибуток, чисельність працюючих, кількість підприємств (філій, представництв) фірми, обсяг зарубіжного продажу), так і опосередковані (прибуток щодо поточних витрат виробництва, продуктивність праці, приріст продукції в розрахунку на одиницю інвестицій тощо).

За результатами такого своєрідного аналізу встановлюються (безпосередні контакти з зарубіжним партнером і здійснюються *попередні переговори*. Процес завершується підписанням партнерами *протоколу про наміри*, в якому мають бути визначені і зафіксовані:

– загальний обсяг виробництва, обсяги поставок на внутрішній і зовнішній ринки;



**Рис. 4.1. Етапи створення спільного підприємства**

- розмір статутного фонду і часток учасників у ньому; співвідношення між власними і позичковими коштами; можливий банкрудитор;
- наявність місцевої кваліфікованої робочої сили та потреба у залученні іноземного персоналу;
- організація продажу виробів та післяпродажного технічного обслуговування, його тривалість;
- забезпечення трансферту прибутку іноземного партнера;
- джерела надходження і напрямки використання іноземної, у тому числі вільно конвертованої валюти.

Деталізація домовленостей партнерів щодо створення міжнародного спільного підприємства має здійснюватись у процесі підготовки відповідного техніко-економічного обґрунтування, зміст і схему подано в табл. 4.1.

**Приблизна схема (форма) техніко-економічного обґрунтування створення МСП**

	<b>Основні розділи</b>	<b>Зміст обґрунтування</b>
1	2	3
1	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Назва</li> <li>▪ МСП</li> <li>▪ Назва фірми-партнера</li> </ul>	Коротка характеристика: передбачуваного іноземного партнера; досвіду співробітництва з ним; основних фірм-конкурентів
2	Номенклатура продукції <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Кількість</li> <li>▪ Вартість</li> </ul>	Кількісна і якісна характеристика продукції кон'юнктура на ринку (вітчизняному та світовому); очікувані ціни та прогноз обсягу продаж
3	Технологія <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Тип</li> <li>▪ Сутність</li> </ul>	Оцінка існуючих у світі технологій виготовлення аналогічних товарів, їх основних параметрів, прийнятої технології для продукції МСП
4	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Устаткування</li> <li>▪ Форма і метод організації виробництва</li> </ul>	Вибір і розрахунки необхідного устаткування, форми і методу організації виробництва
5	Матеріально-технічне забезпечення	Обґрунтування вибору: форми матеріально-технічного забезпечення; постачальниці ресурсів; транспортних засобів
6	Персонал <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ чисельність по категоріях</li> <li>▪ оплата праці</li> </ul>	Необхідна (передбачувана) чисельність місцевих та іноземних працівників; вибрані форми оплати праці та розмір, преміювання соціальні виплати
7	Фінансування і статутний фонд <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ загальна величина</li> <li>▪ частка партнерів</li> </ul>	Частка учасників у статутному фонді за чинним законодавством; загальна величині статутного фонду; частка власних і позичкових коштів
8	Реклама продукції <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ види</li> <li>▪ витрати</li> <li>▪ канали розповсюдження</li> </ul>	Аналоги реклами на дану продукцію, можливості конкурентів на світовому ринку, вибрані види реклами та фінансові можливості її здійснення
9	Система збуту продукції <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ вид та способи доставки</li> <li>▪ обсяг збуту всередині країни і за кордон</li> </ul>	Наявність досвіду організації збуту в партнерів; практика збуту аналогічної продукції іншими фірмами
10	<ul style="list-style-type: none"> <li>очікувані виторг та прибуток</li> <li>▪ запланований виторг</li> <li>▪ очікуваний прибуток</li> </ul>	Динаміка рівня цін за стадіями життєвого циклу продукту; очікувані виторг і прибуток; розподіл прибутку між партнерами і порядок його використання
11	Формування фондів МСП <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ фонд технічного розвитку</li> <li>▪ фонд соціального розвитку</li> <li>▪ резервний фонд</li> </ul>	Існуючий досвід формування фондів всередині країни і за рубежем; вибір створюваних фондів і їх розрахунки
12	Економічна ефективність створення й Функціонування	Розрахунки й оцінка показників економічної ефективності створення і функціонування МСП за існуючою або власною методикою

У процесі підготовки установчих документів (проектів) треба усвідомити важливість ретельної розробки статуту спільного підприємства, що має

визначити: предмет і цілі діяльності СП, його місцезнаходження, склад учасників; розмір статутного фонду і часток партнерів у ньому, порядок його формування; склад і компетенцію органів управління, порядок прийняття рішень та коло завдань, розв'язування котрих вимагає одноставної думки; порядок припинення діяльності (ліквідації) СП.

Вищим органом СП є рада, що формується з осіб, призначених його учасниками, тобто з громадян країн-учасниць. Керівництво поточною діяльністю СП здійснює генеральний директор (дирекція), який призначається радою.

Після завершення всіх переговорів і підписання установчих документів проводиться *реєстрація* СП у валютно-економічному управлінні Міністерства фінансів України. Для реєстрації СП необхідні такі документи: 1) письмова заява одного з учасників, в якій зазначаються (крім прохання про реєстрацію) всі учасники СП, їхні юридичні адреси, керівні органи, особа, котрій доручено отримати реєстраційне свідоцтво; 2) згода обласної (міської) держадміністрації і керівного органу вітчизняного учасника на створення СП; 3) нотаріально засвідчені копії установчих документів; 4) техніко-економічне обґрунтування створення СП, що засвідчує його ефективність і валютну окупність; 5) документи, що підтверджують реєстрацію іноземного партнера як юридичної особи та його платоспроможність. Реєстрація проводиться за умови позитивного рішення Державної зовнішньоекономічної комісії Кабінету Міністрів України. Після розгляду і схвалення поданих документів приймається відповідне рішення, видається свідоцтво про реєстрацію, а спільне підприємство вноситься до спеціального реєстру.

### **4.3. Систематизація і механізм функціонування**

Всебічний аналіз розвитку міжнародних спільних підприємств потребує їхньої систематизації з погляду способів і форм організації; структури безпосередніх учасників; джерел, способів і структури вкладення коштів у статутний фонд; видів діяльності.

Систематизація МСП за сукупністю таких ознак, з одного біту, відбиває макро- та мікротивації їх створення, а з іншого – дозволяє поглиблено аналізувати розвиток таких підприємств, методи і специфіку регулювання їхньої діяльності. Названі ознаки мають також важливе значення для проведення комплексного аналізу. Наприклад систематизація МСП за способом організації важлива тому, що законодавчо встановлені організаційно-правові форми підприємств можуть значно різнитись у різних країнах, що приймають.

Стосовно встановлення мотивації безпосередніх партнерів та ступеня їхнього можливого впливу на подальшу розробку стратегії є принципово важливим встановити, на яких засадах партнери візьму участь у формуванні статутного фонду МСП.

Участь на паритетних засадах треба розглядати як доказ рівноправного співробітництва та взаємного визнання партнерів. Вона практично є майже ідеальним способом організації підприємства з іноземним інвестуванням.

Більша частка іноземного капіталу має місце, якщо іноземний партнер бажає забезпечити максимальний контроль за господарською діяльністю спільного підприємства. Вона необхідна також у випадку, коли вітчизняний партнер тимчасово не має фінансових коштів для того, щоб збільшити свою частку у статутному фонді МСП.

Менша частка іноземного партнера у статутному фонді МСП звичайно є малоприйнятною для зарубіжних фірм. Закордонні інвестори погоджуються з меншою часткою своєї участі в інтегрованому капіталі МСП, як правило, тоді, коли є можливість користуватися суттєвими пільгами для іноземного інвестування.

Класифікація МСП може здійснюватися і за іншими ознаками. Заслуговують на увагу такі, як сфера діяльності та розмір. Від той якій сфері діє спільне підприємство (промисловість, сільське господарство, виробнича і соціальна інфраструктура, науково-технічне проектування, фінансові послуги тощо), залежать пільги або обмеження, норми регулювання діяльності. Розмір МСП (малі, середні, великі) може визначатися за різними параметрами: величина статутного фонду, чисельність персоналу, вартість активів, обсяг продукції. При цьому у період створення таких МСП важливим показником стає розмір декларованих або реально внесених іноземних інвестицій.

На етапі створення МСП у його установчих документах і техніко-економічному обґрунтуванні вирішуються принципові питання управління й кадрового забезпечення, формується організаційно-економічний механізм функціонування.

Зрозуміло, що, функціонуючи у реальному середовищі на території України, різні спільні підприємства мають і певні особливості господарської діяльності, зв'язані з дією низки зовнішніх чинників і внутрішньою специфікою. Проте існує загально визнаний організаційно-економічний механізм функціонування МСП. Першочерговою і найважливішою функцією директорату має бути *управління персоналом*. Чисельність персоналу МСП не регламентується, а погоджується партнерами. Самостійно вирішуються питання наймання і звільнення працівників, форми і розміри оплати праці, матеріального заохочення. При цьому умови оплати праці вітчизняних працівників, режим їхньої роботи та відпочинку, соціального забезпечення і страхування регулюються чинним в Україні законодавством. На іноземних працівників МСП поширюється встановлений для них режим роботи та чинне вітчизняне законодавство щодо деяких умов праці. Умови оплати праці і пенсійного забезпечення визначаються, як правило, трудовим договором з кожним іноземним працівником МСП. Платежі для майбутнього пенсійного забезпечення цих працівників перераховуються у відповідні фонди країн їхнього постійного проживання у відповідній валюті. Передбачається



можливість переказу невикористаної частини заробітної плати іноземців за кордон в іноземній валюті.

*Матеріально-технічне забезпечення* МСП здійснюється з використанням внутрішнього й зовнішнього ринків. *Транспортне* – обслуговування регулюється нормами і правилами внутрішніх та міжнародних перевезень вантажів.

Успішна міжнародна підприємницька діяльність можлива лише за умови активних *маркетингових досліджень*. Останні звичайно охоплюють здійснювані у певній послідовності такі основні організаційно-економічні заходи: визначення структури власної служби маркетингу; вивчення середовища міжнародного маркетингу; пошук прийнятних ринкових ніш і розробка стратегії виходу на міжнародний ринок; здійснення наступальної реклами, вибір найефективніших її видів і форм оповіщення клієнтів про переваги пропонованих товарів.

МСП самостійно здійснюють *стратегічне і поточне* планування виробництва, а також визначають порядок реалізації продукції та послуг. Планування виробництва базується на результатах маркетингових досліджень і портфеля замовлень, сформованого укладенням вітчизняних і міжнародних угод (договорів, контрактів). Звичайно МСП реалізують власну продукцію, використовуючи вітчизняні системи збуту, оптову і роздрібну торгівлю, зовнішньоторговельні організації.

Спільні підприємства особливо ретельно мають підходити до проблеми *розподілу і використання* прибутку. Балансовий (валовий) прибуток визначають відрахуванням із загальної виручки від реалізації витрат на виробництво, суми виплати відсотків за кредит, а також величини штрафів, пені, неустойки. З балансового прибутку створюють фонди відтворення і резервний, здійснюють страхові платежі. Залишається прибуток, що підлягає оподаткуванню. Цей прибуток є джерелом відповідних платежів у бюджет та створення фонду коштів, спрямованих на матеріальне заохочення працівників і соціальний розвиток підприємства.

Після таких операцій формується остаточний (чистий) прибуток, котрий має бути розподілений між партнерами пропорційно внеску до статутного фонду МСП. При цьому можуть передбачатись різні варіанти використання прибутку зарубіжного учасника; трансферт (репатріація) всього або частини прибутку, купівля товарів для власних потреб; по імпортозамінюючій продукції – трансферт прибутку через закупівлю товарів або згідно з конкретними домовленостями.

*Склад конкретних фондів, спрямовуваних на відтворення матеріально-технічної бази та соціальний розвиток підприємства*, порядок їх утворення і використання фіксуються в установчих документах. До цього варто додати обов'язковість формування резервного фонду в розмірі не менше 25% статутного фонду, який використовується для забезпечення сталості функціонування МСП та можливості здійснення господарського маневру за нагальної потреби. За умови досягнення зазначеного нормативного рівня

відрахування прибутку в резервний фонд припиняються. Зі зміною величини статутного фонду коригується й резервний фонд.

У цілому *система оподаткування МСП* в Україні відповідає чинному законодавству. Основна ставка податку на прибуток встановлена на рівні 30%, а податок на трансферт розподіленої частини прибутку за кордон – 15%. Існують також податок на додану вартість, акцизний збір, місцеві податки і збори. Раніше зареєстровані МСП не платили податок на прибуток протягом перших п'яти років. Тепер для заново зареєстрованих спільних підприємств таку пільгу скасовано.

*Розрахунково-кредитні операції (відносини)* регулюються відповідними нормативними актами, діючими у процесі формування банківської системи ринкового типу. Грошові кошти МСП зараховуються на його поточний або валютний рахунок відповідно у Національному банку України і банку для зовнішньоекономічної діяльності. Спільному підприємству нараховуються певні проценти на кошти депозитних рахунків. За потреби йому можуть надаватись кредити на комерційних умовах вітчизняними або зарубіжними банками.

Фінансові результати діяльності МСП залежать від прийнятої ним системи обліку та якості звітності. МСП несуть відповідальність за дотримання встановленого порядку ведення та правильність обліку і звітності. Документи, що регулюють окремі аспекти обліково-аналітичної діяльності спільних підприємств, враховують їхні певні особливості, зокрема щодо складу витрат, які формують собівартість продукції (послуг). Виокремлюються і деталізуються витрати на рекламу й участь у виставках та ярмарках; витрати, пов'язані з експортом продукції, зарубіжними відрядженнями, представницькими функціями, аудиторськими послугами, інноваційною та маркетинговою діяльністю, валютними операціями тощо.

Для функціонування МСП важливе значення має *страхування підприємницького ризику*. Обов'язкове страхування його здійснюється державними і приватними компаніями. Чинним законодавством передбачене страхування: основних засобів (активів); частими оборотних коштів (виробничих запасів на складах МСП, напівфабрикатів власного виробництва); збитків від стихійного лиха; вантажів у процесі транспортування; майна від крадіжки зі зломом. Спільні Підприємства зобов'язані оперативним чином інформувати страхову компанію про істотні зміни щодо об'єктів страхування, розмірів страхових сум та ступеня ризику.

### **Питання для самоконтролю**

1. Сутність та визначення спільного підприємства.
2. Мотиви створення спільного підприємства.
3. Організаційно-правові форми функціонування спільних підприємств.
4. Механізм створення спільного підприємства.
5. Основні етапи створення спільних підприємств.

## **ТЕМА 5. РЕГУЛЮВАННЯ МІЖНАРОДНОЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

### **План**

5.1. Сутність значення і цілі регулювання міжнародної підприємницької діяльності.

5.2. Державні і міжнародні організації регулювання міжнародної підприємницької діяльності.

5.3. Методи, форми та рівні регулювання міжнародної підприємницької діяльності.

*Рекомендована література до вивчення теми:* [9, с. 45-49], [15, с. 37-52], [17, с. 24-37], [18, с. 47-58]

### **5.1. Сутність значення і цілі регулювання міжнародної підприємницької діяльності**

Інтернаціоналізація комерційно-господарської діяльності зумовлює необхідність існування чіткого механізму регулювання міжнародного спільного підприємництва, здійснюваного відповідними державними структурами і міжнародними організаціями.

Передовсім детального розгляду потребує державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні, яке відіграватиме винятково важливу роль у реформуванні економіки і підвищенні ефективності використання сучасної системи господарювання. Ця роль значно зростає нині, коли після ліквідації монополії держави на зовнішньоекономічну діяльність підприємства й організації отримали можливість самостійно і безпосередньо налагоджувати зв'язки з іноземними партнерами.

Можна виокремити такі цілі регулювання зовнішньоекономічної діяльності суб'єктів господарювання:

- забезпечення збалансованості різних сфер економіки й рівноваги внутрішнього ринку України;
- стимулювання прогресивних структурних змін в економіці, зовнішньоекономічних зв'язків суб'єктів підприємницької діяльності;
- створення особливо пільгових умов для інтеграції економіки України в систему світового поділу праці та її максимально можливе наближення до ринкових структур розвинутих країн;
- здійснення захисту економічних інтересів України в цілому й окремих суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності зокрема;
- надання рівних можливостей суб'єктам зовнішньоекономічної діяльності, розвиток усіх видів підприємництва незалежно від форми власності;
- заохочення конкуренції і подолання монополізму у сфері зовнішньоекономічної діяльності.

## 5.2. Державні і міжнародні організації регулювання регулювання міжнародної підприємницької діяльності

### *Державні і міжнародні органи*

Регулювання підприємницької діяльності практично здійснюють державні органи законодавчої та виконавчої влади – Верховна Рада України, Кабінет Міністрів, Національний банк, Міністерство зовнішньоекономічних зв'язків і торгівлі, Державне управління митного контролю.

*До компетенції Верховної Ради України належить таке:*

- прийняття, зміна і скасування законів стосовно зовнішньоекономічної діяльності;
- затвердження основних напрямків зовнішньоекономічної політики України;
- розгляд, затвердження і зміна структури органів державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності;
- ратифікація міжнародних договорів України;
- затвердження нормативів обов'язкового розподілу валютною виторгу між державою та місцевими органами влади, ставок і умов оподаткування, митних тарифів, зборів і процедур щодо здійснення зовнішньоекономічної діяльності;
- встановлення спеціальних режимів зовнішньоекономічної діяльності на території України;
- затвердження списків товарів, експорт та імпорт яких підлягає ліцензуванню і квотуванню або забороняється.

*Кабінет Міністрів України має такі повноваження:*

- здійснює конкретні заходи в галузі зовнішньоекономічної політики України відповідно до чинного законодавства;
- координує діяльність міністерств, державних комітетів і відомств щодо регулювання і здійснення зовнішньоекономічної діяльності; узгоджує роботу торговельних представництв України за кордоном;
- приймає нормативні акти з питань зовнішньоекономічної діяльності у випадках, передбачених чинним законодавством України;
- проводить переговори та підписує міжурядові договори (угоди) з питань зовнішньоекономічної та спільної підприємницької діяльності, забезпечує їх виконання всіма органами, підпорядкованими Кабінету Міністрів України;
- забезпечує складання платіжного балансу, валютного плану, а також реєстрацію міжнародних спільних підприємств;
- здійснює заходи, спрямовані на раціональне використання Державного валютного фонду України.

*Національний банк України:*

- забезпечує збереження і належне використання золото-валютного резерву України та інших державних цінностей, що використовуються у міжнародній підприємницькій діяльності;

- представляє інтереси України у відносинах з центральними банками інших держав, між банками та іншими фінансово-кредитними установами, а також укладає відповідні міжбанківські угоди;
- регулює курс національної валюти України стосовно грошових одиниць інших країн;
- здійснює облік і розрахунки по виданих та отриманих кредитах, операції з централізованими валютними ресурсами, що надаються йому Державним валютним фондом України.

*Міністерство зовнішньоекономічних зв'язків і торгівлі України:*

- забезпечує проведення єдиної зовнішньоекономічної політики у процесі виходу суб'єктів господарювання на зовнішній ринок, координацію їхньої діяльності у сфері міжнародного бізнесу;
- контролює виконання всіма суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності законів та міжнародних договорів України;
- здійснює заходи нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності суб'єктів спільного підприємництва.

Процеси інтернаціоналізації підприємств і країн відбуваються за регулюючої участі певних міжнародних союзів, співтовариств, а також конкретних міжнародних організацій. Основні міжнародні організації фінансово-економічного спрямування, що здійснюють певну сукупність функцій щодо регулювання і розвитку спільної підприємницької діяльності, представлені у табл. 5.1. У сукупності вони здатні допомагати сфері міжнародного бізнесу вирішувати його актуальні, насамперед фінансові та інші економічні проблеми.

Таблиця 5.1

### Основні міжнародні фінансово-економічні організації, причетні до розвитку і регулювання спільної підприємницької діяльності

Назва (повна і скорочена)	Рік заснування	Місцезнаходження штаб-квартири	Організаційно-правова форма і основний напрямок діяльності
1	2	3	4
Банк міжнародних розрахунків – БМР	1930	Базель, Швейцарія	Міжнародна валютно-кредитна організація, що виконує дві основні функції: сприяння співпраці центральних банків інших країн і здійснення міжнародних фінансових операцій
Міжнародний банк реконструкції та розвитку – МБРР	1945	Вашингтон, США	Спеціалізована установа ООН. Основна мета діяльності – сприяння країнам-учасникам наданням позик і кредитів, гарантуванням приватних інвестицій
Міжнародний валютний фонд – МВФ	1947	Вашингтон, США (відділення – Париж, Женева)	Міжнародна валютно-кредитна організація, що має статус установи ООН. Мета – сприяння розвитку міжнародної торгівлі і валютних операцій, надання коштів в іноземній валюті

1	2	3	4
Міжнародна організація праці – МОП	1919	Женева, Швейцарія	Спеціалізована установа ООН для розробки конвенцій і рекомендацій з питань трудового законодавства і
Міжнародна фінансова корпорація – МФК	1956	Вашингтон, США	Спеціалізована установа ООН – філія Міжнародного банку реконструкції і розвитку для інвестування приватного сектора економіки
Рада ООН з промислового розвитку – ЮНІДО	1966	Відень, Австрія	Один з головних органів Генеральної Асамблеї ООН, що має сприяти всебічному розвитку виробничої сфери країн – членів ООН
Європейський банк реконструкції і розвитку – ЄБРР	1991	Лондон, Великобританія	Міжнародна організація – філія Міжнародного банку реконструкції та розвитку, що виконує функції останнього стосовно країн Європи

### 5.3. Методи, форми та рівні регулювання міжнародної підприємницької діяльності

Регулювання міжнародної підприємницької діяльності має здійснюватись за допомогою певної сукупності методів, форм і конкретних інструментів на різних рівнях просторового поля (рис. 5.1).

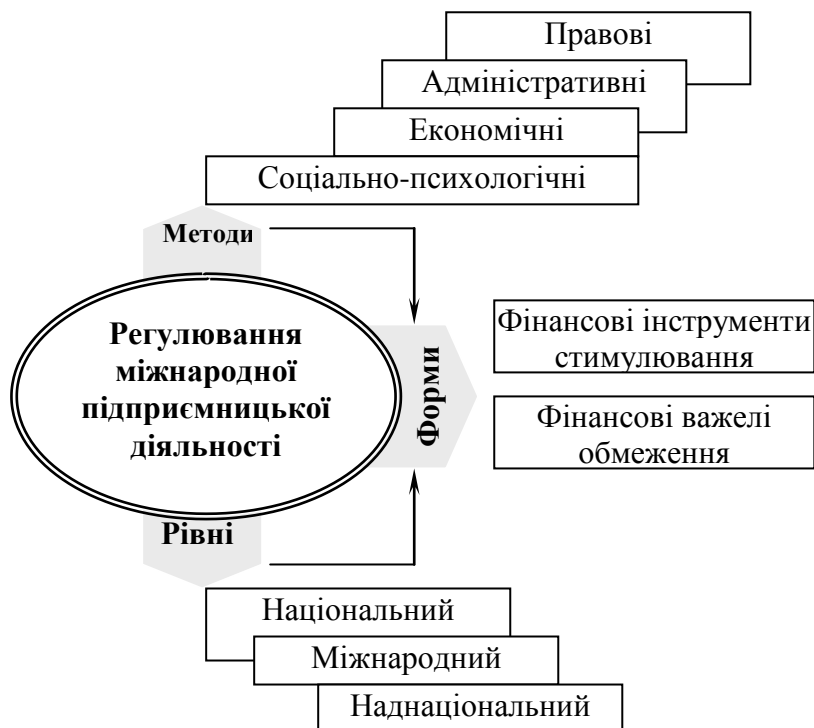


Рис. 5.1. Методи, форми і рівні регулювання міжнародної підприємницької діяльності

Правові методи мають відповідне інституціональне забезпечення і охоплюють цивільне та процесуальне право, державний арбітраж тощо. Розширенням і продовженням правових треба вважати *адміністративні методи*, котрі юридично визначають господарську суб'єктність МСП, регламентують форму власності майна та результатів діяльності, а також процедурний механізм розв'язування конфліктних соціально-економічних ситуацій в судовому порядку. *Економічні* методи реалізуються у системі підприємницької діяльності наданням кредитів і дотацій, здійсненням податкової політики та інших фінансово-економічних операцій регулюючого спрямування. *Соціально-психологічні* методи мають бути орієнтовані на формування певної ідеології, типу менталітету громадян України і суспільства в цілому за допомогою існуючих державних інституцій.

При цьому варто зазначити, що методи регулювання міжнародної спільної підприємницької діяльності надають очевидний пріоритет правовим методам як основі формування і функціонування інших механізмів управління такою системою господарювання.

*На національному рівні* система регулювання міжнародної спільної підприємницької діяльності має включати такі елементи: 1) форми іноземних інвестицій; 2) вимоги до результатів діяльності іноземного партнера; 3) трансферт (репатріація) прибутку іноземного інвестора; 4) інвестиційні пільги та обмеження; 5) гарантії дотримання прав іноземного партнера.

*Іноземними інвестиціями* називаються конкретні цінності, що вкладаються безпосередньо іноземними партнерами в об'єкти підприємницької діяльності з метою отримання прибутку (доходу) або досягнення інших цілей, тобто довгострокові вкладення капіталу в різні галузі економіки і сфери діяльності. Проте існують певні варіації стосовно окремих їхніх видів: різноманітні майнові та інтелектуальні цінності, цінні папери, торгові марки тощо.

*Вимоги до результатів діяльності* іноземного партнера зумовлюються передовсім цілями країни, що приймає, і визначаються диференційовано за певними показниками. До останніх можна віднести: частку вітчизняного партнера, спрямованість ринку, масштаби діяльності, рівень імпортової технології, необхідність підготовки кадрів відповідного фаху і професійної спрямованості.

*Трансферт (репатріація)* прибутку іноземного інвестора, як правило, має включати такі регулюючі заходи: обов'язкове створення резервного фонду зі зберіганням його у банку країни, що приймає; фіксація розміру трансфертного капіталу і прибутку відповідно до правил валютного регулювання та угод про валютне співробітництво. Допускається також режим вільного переміщення капіталу.

*Практика інвестиційних пільг та обмежень може передбачати:*

– факторні пільги (субсидії підприємствам, гарантовані та пільгові позики, звільнення від податків та їх часткове повернення, застосування прискореної амортизації);

– спеціальні заходи щодо обмеження діяльності іноземних партнерів і контролю за нею.

*Система гарантій* дотримання прав іноземних партнерів звичайно охоплює такі гарантійні заходи: залучення у вітчизняне правове поле; дотримання існуючих пільг протягом (як мінімум) інвестиційного циклу; відмова держави від важелів конфіскаційного характеру.

*На міжнародному рівні звичайно регулюються:* 1) ідентифікація інвестицій та інвесторів; 2) умови імпорту і заохочення іноземного капіталу; 3) вимоги до здійснення спільної підприємницької діяльності; 4) переведення платежів (коштів); 5) розв'язання суперечок господарського характеру; 6) норми поведінки іноземних партнерів.

*При ідентифікації інвестицій та інвесторів важливо визначити* не лише усталені форми інвестицій, а й ті, що можуть з'явитись після укладення угоди або підписання договору (контракту). Необхідно також зафіксувати ті юридичні особи, котрі вважаються національними об'єктами кожної країни – учасниці відповідної угоди.

*Умови імпорту іноземного капіталу* мають визначати порядок регулювання розміщення інвестицій (загальними нормами права чи спеціальними режимними документами). Однією з таких важливих умов може бути політика «відкритих дверей» держав-партнерів у спільній підприємницькій діяльності. Що ж до заохочення інвестицій, то більшість міждержавних дво- та багатосторонніх угод передбачає відповідні зобов'язання насамперед країни, що приймає, стосовно стимулювання іноземних інвестицій. В окремих міждержавних угодах країна базування може взяти на себе зобов'язання проводити політику заохочення експорту підприємницького капіталу.

*Вимоги до здійснення спільної підприємницької діяльності* можуть стосуватись найму на роботу місцевого персоналу, використання певних джерел кредитування та надання необхідної інформації. Вони звичайно регулюються чинним законодавством країни, що приймає.

Процедурний механізм переведення платежів (коштів) є важливим елементом угоди, що укладається між іноземними і вітчизняними партнерами. У такій угоді країна базування прагне зафіксувати Конкретні та достатні гарантії щодо безперешкодного переведення коштів, а також використання відповідної валюти і термінів переведення.

*Розв'язання суперечок господарського і фінансового характеру* звичайно здійснюється компетентним судовим чи адміністративним органом країни, що приймає. Якщо суперечка є достатньо складною, то зарадити справі може Міжнародний центр урегулювання інвестиційних суперечок. Варто додати, що Міжнародний центр видає збірник «Інвестиційне законодавство країн світу».

Норми поведінки іноземних партнерів передбачають формування загальних понять, принципів і норм, яких мають дотримуватись іноземні



підприємці та які сприяють створенню позитивного іміджу зарубіжної фірми у країні, що приймає.

Головною метою регулювання спільної підприємницької діяльності на міждержавному рівні, що здійснюється здебільшого через укладені дво- та багатосторонні угоди, є, з одного боку, забезпечений країною базування правового захисту своїх інвестицій від можливих некомерційних ризиків, а з іншого – підтримка стабільності і надійності економічних взаємин між країнами-партнерами.

*На наднаціональному рівні в рамках інтеграційних угруповань регулювання спільної підприємницької діяльності здійснюється складнішими угодами, які фіксують взаємовідносини між багатьма країнами. Таке регулювання підприємництва відбувається у випадках, коли забезпечується вільний рух капіталів, гармонізується економічна політика країн-учасниць, ефективно працюють відповідні наднаціональні інституції. До таких належить, наприклад, Європейський інвестиційний банк, що функціонує в межах Європейської Ради і за п'ять років свого існування здійснив фінансування кількох десятків тисяч промислових об'єктів у сфері розвитку інфраструктури та підтримки малого бізнесу.*

### **Питання для самоконтролю**

1. Сутність значення та цілі регулювання міжнародної підприємницької діяльності.
2. Державне регулювання міжнародної підприємницької діяльності.
3. Міжнародні фінансово-економічні організації регулювання міжнародної підприємницької діяльності.
4. Методи, форми та рівні регулювання міжнародної підприємницької діяльності.

## **ТЕМА 6. ЦІНОУТВОРЕННЯ У ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ**

### **План**

- 6.1. Ціни і ринкова політика підприємства на світовому ринку. Поняття світової ціни
- 6.2. Особливості ціноутворення під час укладання зовнішніх контрактів
- 6.3. Цінові та валютні умови контракту
- 6.4. Ціноутворення в електронній торгівлі

*Рекомендована література до вивчення теми: [8, с. 71-75], [10, с. 33-37], [12, с. 58-66], [13, с. 45-49], [17, с. 64-75]*

## 6.1. Ціни і ринкова політика підприємства на світовому ринку. Поняття світової ціни

Ціни, що функціонують на світовому ринку, потрібно розглядати як цілісну систему, яка покликана обслуговувати всі аспекти товарно-грошових відносин. Ціна є вирішальним фактором у зовнішньоекономічній діяльності підприємства, оскільки вона визначає її економічну доцільність, що можливо лише при правильному виборі цінової політики та стратегії ціноутворення.

*Ціни і цінова політика* – найважливіші елементи зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Саме від рівня цін на товари залежать комерційні результати діяльності підприємства, а обрана ним цінова політика справляє вплив на ефективність роботи суб'єктів ЗЕД на світовому ринку.

*Цінова політика* – це визначення рівня цін і можливих варіантів їх зміни залежно від цілей та завдань, що стоять перед підприємством у короткотерміновому та в довгостроковому періодах.

*Основна мета цінової політики підприємства* полягає у тому, щоб установити на свій товар таку ціну і змінювати її залежно від ситуації на ринку так, щоб опанувати певним його сегментом, досягти бажаного обсягу прибутку, тобто вирішити завдання, пов'язане з реалізацією товару в певній фазі його життєвого циклу, відреагувати на діяльність конкурентів тощо.

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

*Ціни, що публікуються* – це ціни, що повідомляються в спеціальних джерелах, які віддзеркалюють рівень світових цін, тобто експортні ціни основних постачальників товару та імпорتنі ціни найважливіших імпортерів даного товару.

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

*Світові ціни можна класифікувати* за багатьма критеріями: за станом ринку (продавця, покупця);

- за напрямом товарного потоку (експортні, імпорتنі);
- за умовами розрахунків (комерційних, бартерних);
- за повнотою врахування витрат (нетто, валові, кінцевого споживання);
- за характером реалізації (оптові, роздрібні);
- за ступенем фіксації (тверді, рухомі, змінні, з наступною фіксацією);
- за рівнем інформаційної відкритості (відкриті, розрахункові).

Рівень ціни на аналогічні товари розрізняється також залежно від каналу, по якому здійснюється зовнішня торгівля. Необхідно розрізняти:

- ціни вільної торгівлі, які складаються на основі контрактів, що укладають між собою незалежні підприємства;
- ціни, які формуються при торгівлі між підприємствами, що входять до складу однієї транснаціональної корпорації (трансфертні).
- ціни, що складаються при закупівлі товарів у межах кредитних ліній.
- розрахункові ціни, які застосовуються в контрактах на нестандартне обладнання, що виробляється, як правило, за індивідуальними замовленнями.

## 6.2. Особливості ціноутворення під час укладання зовнішніх контрактів

Процес ціноутворення при укладанні зовнішньоторговельних контрактів обумовлюється перш за все тим, що, ціни, які обслуговують зовнішньоторговельний оборот, поділяються на експортні та імпорتنі.

*Експортними* називаються *ціни*, за якими виробники або зовнішньоторговельні організації продають національні товари на світовому ринку. Основою визначення експортних цін насамперед є власні витрати плюс нормативний прибуток виробника. До них додаються витрати, що пов'язані з доставкою товару до пункту, обумовленого контрактом, а також збори за митне оформлення товару. При цьому відповідно до чинного законодавства України вітчизняні експортери звільняються від сплати непрямих податків.

*Експортне (вивізне) мито* застосовують лише окремі країни переважно до товарів традиційного експорту. Наприклад, в Україні експортне мито встановлюється тільки на живу худобу і на деякі види олійних культур.

В окремих випадках при визначенні експортних цін суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності України мають спиратися на індикативні ціни.

*Індикативні ціни* розробляє Міністерство економіки України на підставі інформації, одержаної від митних, фінансових, статистичних державних органів, банківських та інших установ і організацій. При цьому враховуються визнані у світовій практиці стандарти якості, умови поставки і розрахунків, стан кон'юнктури зовнішніх та внутрішніх ринків, прогнози можливих цінових коливань та інша інформація кон'юнктурно-цінового характеру.

*Імпорتنі ціни* – це ціни, за якими вітчизняні підприємці купують товари за кордоном. Основою встановлення ціни на продукцію, що імпортується до України, є митна (закупівельна) вартість товару з урахуванням фактично сплачених сум мита і митних зборів. Митна вартість та митні платежі визначаються відповідно до Закону України «Про єдиний митний тариф».

Ціна придбання товару Ц, що ввозиться до країни, складається з таких елементів, визначених у грошових одиницях виміру:

$$Ц_{п} = МВ + М + А + ПДВ + МЗ,$$

де МВ – митна вартість; М – сума мита; А – акциз; ПДВ – податок на додану вартість; МЗ – митні збори.

## 6.3. Цінові та валютні умови контракту

Найбільша кількість угод оформляється контрактами купівлі-продажу як на внутрішньому ринку, так і на міжнародних ринках збуту.

*Одиниця виміру ціни.* Порядок визначення одиниці виміру ціни залежить

від характеру товару і від практики, що склалася в торгівлі цим товаром на світовому ринку. Ціна в контракті може бути встановлена таким чином:

– за певну кількісну одиницю (або за конкретне число одиниць) товару, зазначену в звичайно вживаних у торгівлі одиницях виміру (маси, довжини, площі, обсягу, штук, комплектів тощо), або в числових одиницях (сотня, дюжина);

– за одиницю маси виходячи з базисного вмісту основної речовини в товарі (для руди, концентратів тощо);

– за одиницю маси залежно від коливань натуральної маси, вмісту побічних домішок і вологи.

При поставці товарів різної якості й асортименту ціна встановлюється за одиницю товару кожного виду, сорту, марки окремо. Якщо за одним контрактом постачається велика кількість різних за якісними характеристиками товарів, ціни на них звичайно вказуються в специфікаціях, що є невід'ємною частиною контракту.

*Базис ціни* встановлює, чи входять транспортні, страхові, складські й інші витрати на доставку товару до ціни товару. Базис ціни зазвичай визначається використанням відповідного терміна (франко-підприємство, франко-перевізник тощо) із зазначенням назви пункту здавання товару. Наприклад, у контракті записується: «Ціна становить 100 дол. США франко-вагон межа прикордонна станція м. Чоп країни продавця».

**Інкотермс** (англ. *Incoterms, International commerce terms*) – міжнародні комерційні умови, комплект міжнародних правил з тлумачення найбільш широко використовуваних торгівельних термінів (умов) в галузі міжнародної торгівлі.

*Спосіб фіксації ціни.* Ціна може бути зафіксована в контракті в момент його укладення або визначатися протягом строку його дії або до моменту виконання контракту. Залежно від способу фіксації ціни розрізняють такі *види цін*:

- тверда;
- рухома;
- з наступною фіксацією;
- ковзаюча (змінна).

*Тверда ціна* узгоджується і встановлюється в момент підписання контракту і не підлягає зміні протягом строку його дії.

*Рухома ціна* – це зафіксована при укладенні контракту ціна, що може бути переглянута у подальшому, якщо ринкова ціна такого товару до моменту його поставки зміниться.

*Ціна з наступною фіксацією* встановлюється у визначені контрактом терміни на підставі узгоджених джерел (у тому числі й у процесі виконання контракту).

*Ковзаюча (змінна) ціна* застосовується в контрактах із тривалими термінами поставок, протягом яких економічні умови виробництва товарів можуть суттєво змінитися. Найчастіше такі ціни встановлюються на машини й

устаткування з термінами поставок, що перевищують один рік

На рівень цін, фіксованих у контракті, можуть суттєво впливати різні *види знижок*, що застосовуються в міжнародній торговельній практиці. Загалом їх понад 20 видів, але найпоширенішими є такі:

– *загальна (проста), або одноразова, знижка* – надається до преїскурантної або довідкової ціни товару, становить 20–30% при угодах на стандартні види машин і устаткування та 2–5% – при поставках промислової сировини;

– *при купівлі товару за готівку* знижка надається в розмірі 2–3%;

– *складна* знижка – це сума простих знижок;

– *прогресивна* знижка найчастіше залежить від кількості купованого товару;

– *знижка за оборот (бонусна)* установлюється за певною шкалою залежно від досягнутого обороту протягом узгодженого сторонами терміну (звичайно одного року);

– *знижка за кількість чи серійність* за умови купівлі заздалегідь визначеної зростаючої кількості товару, величина знижки залежить від характеру втруговування;

– *дилерська знижка* – надається виробниками своїм постійним агентам та іншим посередникам зі збуту і може становити в середньому 15–20% від роздрібної ціни;

– *спеціальна* знижка – надається на пробні партії товару і замовлення;

– *сезонна* знижка – надається за купівлю товару поза сезоном;

– *знижка при продажі устаткування, яке було у вжитку*, – до 50% від початкової ціни;

– *експортна* знижка – надається продавцями при продажі товарів іноземним покупцям понад ті знижки, які діють для покупців внутрішнього ринку;

– *знижка за повернення раніше купленого товару* – визначається у розмірі 20–30% преїскурантної ціни і застосовується при поверненні покупцем товару застарілої моделі, придбаного в цій фірмі; широко практикується при продажі автомобілів, побутової електроніки, електрообладнання.

Відповідно до українського законодавства ціна вважається суттєвою складовою договору купівлі-продажу. Водночас за законодавством ряду країн визнаються чинними договори, у яких ціна не вказується.

*Валюта ціни.* Ціна в контракті може бути виражена у валюті країни-експортера, імпортера або у валюті «третьої країни». З огляду на це експортер, як правило, прагне зафіксувати ціну у відносно стійкій валюті, а імпортер, навпаки, зацікавлений у тому, щоб установити ціну у валюті, яка знецінюється.

*Валюта платежу* – це валюта, в якій здійснюється платіж. Валюта ціни не обов'язково повинна збігатись з валютою платежу. В останньому випадку в контракті обумовлюється курс переведення однієї валюти в іншу.

Встановлення валютних курсів називається котируванням валюти.

Котирування буває двох видів:

– пряме – визначає кількість національної валюти за одиницю іноземної;

– непряме (зворотне) – визначає кількість іноземної валюти, що виражається в одиницях національної валюти.

Співвідношення між двома валютами, яке впливає з курсів цих валют до третьої валюти, називається *крес-курс*.

*Валютні поправки.* Застосовуються для зменшення валютних ризиків. Можуть бути дво- і односторонніми. В першому випадку здійснюється перерахунок сум платежу у разі зміни курсу валюти платежу (застосовується, зокрема, в торгівлі з країнами, що розвиваються). Односторонні поправки застосовуються в торгівлі з розвиненими країнами і на їх основі також перераховується сума платежу.

#### **6.4. Ціноутворення в електронній торгівлі**

*Електронна комерція* – це бізнес-процеси та ділові операції, які здійснюються між суб'єктами за допомогою інформаційних та телекомунікаційних технологій і забезпечують досягнення економічних та фінансових цілей суб'єктів, а також сприяють зниженню затрат. Середовищем для електронної комерції може бути не тільки мережа Інтернет, а й люба комп'ютерна мережа. Суб'єктами електронної комерції виступають фізичні та юридичні особи, а також урядові організації.

Електронна торгівля *завдячує* своєму виникненню за рахунок прагнення підприємств та організацій до підвищення ефективності своїх бізнес-процесів, шляхом зниження транзакційних витрат та розходів, пов'язаних з пошуком товарів та послуг. Підвищення рівня ефективності організації бізнес-процесів на підприємстві може бути досягнуте за рахунок багатьох факторів, в тому числі зниженням цін на асортимент товарів та послуг, що пропонуються підприємством.

*Електронна торгівля в Україні* має цілий ряд чинників, що роблять її привабливою для вітчизняних споживачів, а саме: мінімізація часу на відвідування магазину; спрощена процедура пошуку товару; цілодобова доступність електронних магазинів для покупців; індивідуальність обслуговування покупців; підвищений рівень післяпродажного обслуговування та ін. У свою чергу, для операторів електронної торгівля даний вид бізнесу є привабливим за рахунок таких факторів:

- низька вартість організації бізнесу;
- скорочення витрат, пов'язаних з організацією та проведенням бізнес-процесів;
- забезпечення рівних умов доступу до електронного ринку всіх комерційних структур незалежно від їх розмірів;
- широке поле діяльності для проведення маркетингових досліджень всіх сегментів ринку та персоналізація взаємовідносин з покупцем;
- доступ до нових ринків збуту та до експортного ринку;

- доступ до фінансових та інвестиційних ринків зарубіжних країн;
- скорочення каналів для розповсюдження товарів та послуг.

Система ціноутворення, яка використовується в електронній торгівлі, має певні особливості. Перш за все розглянемо принципи ціноутворення в сфері електронної комерції, основні з яких такі:

1. Принцип цільової направленості пронесу ціноутворення. Означає чітке визначення проблеми, в вирішенні якої, повинні враховуватись ціни.
2. Принцип оперативності. Необхідність швидкого внесення змін в цінову політику.
3. Принцип послідовності етапів ціноутворення.
4. Принцип адаптивності. Можливість зміни цін в залежності від ринкових умов.

Основною відмінністю ціноутворення в мережі інтернет від ціноутворення на традиційних ринках є можливість: зі сторони продавця адресувати пропозиції конкретним покупцям за спеціальними цінами та встановлювати аукціонні ціни чи динамічно міняти їх в залежності від попиту: зі сторони покупця швидко порівнювати ціни великої кількості продавців, а також називати свою ціну та швидко отримувати відповідь.

Деніел Еймор пропонує наступні принципи ціноутворення в інтернет:

1. Ціна на товар нижче собівартості.
2. Ціна міняється залежно від попиту.
3. Ціна на транзакцію.

*Перший принцип* ґрунтується на тому, що підприємство одержує прибуток з додаткових послуг і тому має можливість продавати товари по ціні, яка може бути нижчою або дорівнювати собівартості. Наприклад, за рахунок реклами існує багато друкованих видань, які продаються за цінами, нижчими ніж їх собівартість. Таким чином, інтернет-магазини ставлять на товари низькі ціни за рахунок прибутків з банерної реклами чи інших додаткових послуг.

*Другий принцип* ціноутворення базується на тому, що ціну встановлюють в залежності від попиту, але не нижче ніж її собівартість. Наприклад, авіакомпанії при Існуванні великого попиту на квитки певного авіарейсу підвищують ціни, та навпаки, для повного розпродажу на найближчий рейс знижують ціни.

*Третій принцип* ціноутворення ґрунтується на вартості транзакції. Деякі товари чи послуги досить дорогі і необхідність в їх використанні виникає не так часто, щоб споживачу було вигідно купити даний товар. В такому випадку є сенс встановити ціну за користування даним товаром. В основному, це стосується програмного забезпечення. Використовуючи даний підхід, компанія має змогу отримувати стабільний прибуток.

Вибір того чи іншого методу ціноутворення обумовлюється різними причинами і залежить від дії певних факторів. Основні фактори, що визначають рівень ціни на товари в мережі Інтернет та послуги такі:

1. Цінність товару чи послуги для споживача.
2. Оцінка якості та особливості товару.

3. Верхній та нижній рівень ціни на аналогічні товари та товари замітники.
4. Конкурентний стан ринку.
5. Цілі та методи ціноутворення.
6. Канали просування.
7. Життєвий цикл товару.

### **Питання для самоконтролю**

1. Визначте принципи, на основі яких формується світова ціна та поясніть їх.
2. Як визначаються експортні та імпортні ціни?
3. У яких випадках застосовуються розрахункові ціни?
4. Чи впливають і як цілі та завдання підприємства на його цінову політику?
5. Які основні відмінності ціноутворення в мережі Інтернет від ціноутворення на традиційних ринках?



## Методичне забезпечення та рекомендована література

### Базова

1. Про зовнішньоекономічну діяльність : Закони України : [чинне законодавство зі змінами та допов. станом на 10 серпня 2014 р.] : (ОФЦ. ТЕКСТ). – К. : Паливода А.В., 2014. – 36 с. – (Закони України).
2. Яцун Л. М. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності : навч. пос. / Л. М. Яцун, О. В. Ольшанський, В. М. Селютін. – Умань : Видавець «Сочинський», 2012. – 343 с.
3. Вітлінський В. В. Ризикологія в зовнішньоекономічній діяльності : навч. пос. / В. В. Вітлінський, Л. Л. Маханець. – К. : КНЕУ, 2008. – 432 с.
4. Вічевич А. М. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності : навч. пос. / А. М. Вічевич, О. В. Максимець. – К. : Професіонал, 2009. – 216 с.
5. Торгова Л. В. Основи зовнішньоекономічної діяльності : навч. пос. / Л. В. Торгова, О. В. Хитра. – Л. : Новий світ-2000, 2006. – 512 с.

### Допоміжна

6. Багрова І. В. Міжнародна економічна діяльність : навч. пос. / І. В. Багрова. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 384 с.
7. Багрова І. В. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств : підручник / І. В. Багрова. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 580 с.
8. Гребельник О. П. Основи зовнішньоекономічної діяльності : навч. посіб. / О. П. Гребельник, О. О. Романовський. – К. : Деміур, 2003. – 296 с.
9. Дроздова Г. М. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності підприємства : навч. пос. / Г. М. Дроздова. – К. : ЦУЛ, 2002. – 172 с.
10. Дідківський М. І. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства : навч. пос. / М. І. Дідківський. – К. : Знання, 2006. – 464 с.
11. Кадуріна Л. О. Облік і аналіз зовнішньоекономічної діяльності : навч. пос. / Л. О. Кадуріна. – К. : АртЕК, 2002. – 436 с.
12. Кириченко О. А. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності : підручник / О. А. Кириченко. – К. : Знання, 2005. – 493 с.
13. Козак Ю. Г. Міжнародна економіка : навч. пос. / Ю. Г. Козак, Д. Г. Лук'яненко, Ю. В. Макогон. – К. : Слово, 2004. – 288 с.
14. Козак Ю. Г. Основи міжнародної торгівлі [Текст] : навч. пос. / Ю. Г. Козак, Н. С. Логвінова, К. І. Ржепішевський. – К. : Центр навчальної літератури, 2005. – 656 с.
15. Козик В. В. Зовнішньоекономічні комерційні операції і контракти : навч. пос. / В. В. Козик, Л. А. Панкова, Я. С. Карпак. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 608 с.
16. Луцький М. Г. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності : навч. пос. / М. Г. Луцький, В. М. Марченко, В. В. Давиденко. – К. : Сузір'я, 2007. – 484 с.

17. Менеджмент для магистров : учеб. пос. / Под ред. С. Н. Козьменко. – Сумы : Университетская книга, 2003. – 762 с.
18. Міжнародна інвестиційна діяльність : навч. пос. / За ред. Д. Г. Лук'яненка. – К. : КНЕУ, 2003. – 387 с.
19. Новицький В. С. Міжнародна економічна діяльність : підручник / В. С. Новицький. – К. : КНЕУ, 2003. – 948 с.
20. Пічугіна Т. С. Стратегічний менеджмент : навч. пос. / Т. С. Пічугіна, С. С. Ткачова, О. П. Ткаченко. – Х. : ХДУХТ, 2008. – 215 с.
21. П'ятницька Г. Т. Управління підприємством в епоху глобалізму : монографія / Г. Т. П'ятницька. – К. : Логос, 2006. – 568 с.
22. Румянцев А. П. Зовнішньоекономічна діяльність : навч. пос. / А. П. Румянцев, Н. С. Румянцева. – К. : Центр навчальної літератури, 2005. – 656 с.
23. Ткаченко О. П. Основи підприємництва : навч. пос. / О. П. Ткаченко, О. В. Ольшанський. – Х. : ХДУХТ, 2011. – 230 с.
24. Управління зовнішньоекономічною діяльністю : навч. пос. / За ред. А. І. Кредісова. – К. : Віра-Р, 1998. – 448 с.
25. Ушакова Н. Г. Міжнародне ціноутворення : навч. пос. / Н. Г. Ушакова, Н. Л. Савицька. – К. : Професіонал, 2004. – 218 с.
26. Федонін О. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка : навч. пос. / О. С. Федонін, І. М. Репіна, О. І. Олексюк. – К. : КНЕУ, 2003. – 316 с.

### **Інформаційні ресурси**

27. Офіційний сайт Верховної Ради України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <[www.rada.gov.ua](http://www.rada.gov.ua)>
28. Офіційний сайт Кабінету Міністрів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <[www.kmu.gov.ua](http://www.kmu.gov.ua)>
29. Офіційний сайт Міністерства економіки України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <[www.me.gov.ua](http://www.me.gov.ua)>
30. Офіційний сайт Міністерства праці та соціальної політики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <[www.mlsp.gov.ua](http://www.mlsp.gov.ua)>
31. Офіційний сайт державного комітету статистики [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <[www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua)>
32. Нормативні акти України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <[www.nau.kiev.ua](http://www.nau.kiev.ua)>
33. Право. Україна [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <[www.legal.com.ua/cqi-bin/matrix,cqi/pravo.html](http://www.legal.com.ua/cqi-bin/matrix,cqi/pravo.html)>
34. Українське право [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <[www.ukrpravo.cjm](http://www.ukrpravo.cjm)>

Навчальне електронне видання  
комбінованого використання  
Можна використовувати в локальному та мережному режимах

## **ОСНОВИ СПІЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА**

опорний конспект лекцій  
для спеціальності 073 «Менеджмент» (ступінь вищої освіти бакалавр)  
денної та заочної форми навчання,  
спеціалізації «Менеджмент організацій і адміністрування»,  
«Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності»

Укладач  
ЗАБРОДСЬКА Ганна Іванівна

Відповідальний за випуск зав. кафедри менеджменту  
зовнішньоекономічної діяльності та туризму  
канд. екон. наук, проф. Л.М. Яцун

Техн. редактор О.М. Жданович

План 2017 р., поз. 177 /

---

Підп. до друку 30.05.2017 р. Один електронний оптичний диск (CD-ROM);  
супровідна документація. Об'єм даних 852 КБ. Тираж 100 прим.

---

Видавець і виготівник  
Харківський державний університет харчування та торгівлі  
вул. Клочківська, 333, м. Харків, 61051.  
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 4417 від 10.10.2012 р.