

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Національний університет «Запорізька політехніка»

ОПОРНИЙ КОНСПЕКТ ЛЕКЦІЙ

з дисципліни «Основи зовнішньоекономічної діяльності»

для студентів спеціальності 242 «Туризм»
денної та заочної форм навчання

Запоріжжя
2021

Опорний конспект лекцій з дисципліни «Основи зовнішньоекономічної діяльності» для студентів спеціальності 242 «Туризм» денної та заочної форм навчання / Укл.: Д.Ю. Мамотенко. – Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2021. – 66 с.

Укладачі: Д.Ю. Мамотенко, к.е.н. доцент

Рецензент: В.М. Зайцева, к.п.н., професор

Відповідальний за випуск: Д.Ю. Мамотенко.

Затверджено
на засіданні кафедри
«Туристичного, ресторанного
та готельного бізнесу»

ЗМІСТ

ВСТУП	4
ОСНОВНИЙ ЗМІСТ ЛЕКЦІЙ ЗА ТЕМАМИ.....	6
Тема 1. Зовнішньоекономічна діяльність та її роль у розвитку національної економіки	6
Тема 2. Основні напрями і показники розвитку ЗЕД.	10
Тема 3. Система регулювання ЗЕД в Україні.....	16
Тема 4. Митне регулювання.....	19
Тема 5. Валютне регулювання.....	31
Тема 6. Форми виходу підприємств на зовнішній ринок	33
Тема 7. Зовнішньоторговельні операції та порядок їх укладання.....	39
Тема 8. Структура та зміст міжнародних контрактів купівлі-продажу	42
Тема 9. Міжнародні розрахунки і банківське обслуговування зовнішньоекономічної діяльності	50
Тема 10. Організація та функціонування підприємств з іноземним капіталом	57
Тема 11. Економічна ефективність ЗЕД підприємства.....	59
РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА	64

ВСТУП

Мета: засвоєння теоретичних основ зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД), набуття системних знань і навичок щодо забезпечення економічної ефективності ЗЕД у туристичній галузі.

Завдання:

Методичні – викласти теоретичні основи та методологічні особливості застосування механізму функціонування зовнішньоекономічної діяльності в Україні на сучасному етапі.

Пізнавальні – сформувати базові знання нормативної бази щодо регулювання зовнішньоекономічної діяльності туристичних підприємств. Викласти методи оцінки тенденцій, суперечностей та доцільності діяльності у визначенні головних напрямків зовнішньоекономічної діяльності для підприємств різних форм власності туристичної галузі. Вивчити специфіку запровадження різних форм виходу на зовнішні ринки. Відокремити основні процедури щодо укладання зовнішньоекономічних контрактів.

Практичні – сформувати практичні навички роботи студентів із спеціальною літературою, орієнтувати їх на інтенсивну роботу, критичне осмислення здобутих знань, ознайомити з основними методами і способами визначення ефективності укладених угод і зовнішньоекономічної діяльності туристичних підприємств.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен отримати

загальні компетентності: Здатність розуміти економічну сутність та основні теорії розвитку зовнішньоекономічної діяльності; розуміти особливості оцінки та прогнозування розвитку міжнародних економічних відносин; методологічні засади управління політикою підтримки конкурентоспроможності національної економіки; положення щодо тенденцій розвитку світової виробничої кооперації; тенденції, сучасний стан та порядок здійснення міжнародної торгівлі послугами, валютно-фінансовими ресурсами; особливості та тенденції міжнародної економічної інтеграції; сучасний стан вирішення глобальних світових проблем.

фахові компетентності: Здатність збирати, аналізувати і використовувати необхідну інформацію для оцінки тенденцій розвитку світової економічної системи та прийняття на цій основі правильних, обґрунтованих, виважених управлінських рішень;

оцінювати вплив на розвиток світового підприємницького середовища різноманітних політичних, соціальних, економічних чинників; аналізувати роль та місце країни на світових товарних та фінансових ринках; аналізувати, діагностувати вплив регулюючих дій міждержавних, наднаціональних інституцій на розвиток національної економіки; розуміти та ефективно формувати конкурентні переваги товару, підприємства, галузі, їх місце у підтримці конкурентоспроможності національної економіки; користуватися інструментарієм оцінки ефективності діяльності ТНК, міжнародних фінансовокредитних організацій на національному та світовому економічному просторі; аналізувати показники, які характеризують стан сучасних глобальних проблем.

Очікувані програмні результати навчання:

1. Знання специфіки механізму функціонування зовнішньоекономічної діяльності в Україні на сучасному етапі, нормативної бази щодо регулювання зовнішньоекономічної діяльності підприємств; основних процедур щодо укладання зовнішньоекономічних контрактів.

2. Уміння визначати методи оцінки тенденцій, суперечностей та доцільності діяльності у визначенні головних напрямків зовнішньоекономічної діяльності для підприємств різних форм власності, що є суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності. Уміння сформулювати методи і способи визначення ефективності укладених угод і зовнішньоекономічної діяльності підприємства в цілому.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ ЛЕКЦІЙ ЗА ТЕМАМИ

Тема 1. Зовнішньоекономічна діяльність та її роль у розвитку національної економіки

1. Загальні положення ЗЕД суб'єктів ринкових відносин в Україні
2. Сутність та принципи менеджменту ЗЕД
3. Основні види ЗЕД
4. Організаційні структури управління ЗЕД на підприємствах

1. Зовнішньоекономічна діяльність (ЗЕД) - це діяльність суб'єктів господарської діяльності України та іноземних суб'єктів господарської діяльності, яка заснована на вигідних взаємовідносинах і здійснюється на території України, або за її межами з метою ефективного використання переваг міжнародного поділу праці.

Зовнішньоекономічна діяльність в Україні здійснюється на підставі Закону “Про зовнішньоекономічну діяльність” (від 16. 04. 1991 р.), Закону “Про порядок здійснення розрахунків в іноземній валюті” (23. 09. 1994 р.), Закону “Про регулювання товарообмінних операцій в галузі Зовнішньоекономічної діяльності” (23. 12. 1998 р.).

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

Об'єктами здійснення ЗЕД є процеси обміну товарами, послугами, результатами творчої діяльності й інші види ЗЕД відповідно до чинного законодавства.

Зовнішньоекономічна діяльність вітчизняних підприємств ототожнюється передусім зі здійсненням експортно-імпортних операцій, які можуть мати різні прояви і тенденції. У цьому зв'язку слід чітко уяснити наступні положення:

- експорт товарів – це продаж товарів українськими суб'єктами ЗЕД іноземним суб'єктам господарської діяльності (у тому числі з оплатою не в грошовій формі) з вивезенням, або без вивезення цих товарів через митний кордон України;
- імпорт товарів – купівля (у тому числі з оплатою не в грошовій формі) українськими суб'єктами ЗЕД в іноземних суб'єктів господарської діяльності товарів із вивезенням, або без вивезення

цих товарів на територію України, включаючи купівлю товарів, призначених для власного споживання установами та організаціями України, розташованими за її межами;

- реекспорт – продаж іноземними суб'єктами ЗЕД і вивіз за межі України товарів, які були раніше імпортовані на територію України і не піддавалися переробці;
- реімпорт – увіз через границю раніше вивезеної за межі митної території продукції, яка не піддавалася там переробці;
- транзит – переміщення товарів, вироблених за межами України без будь-якого використання цих товарів на зазначеній території.

2. Сутність та принципи менеджменту ЗЕД

Процес входження України в систему світогосподарських зв'язків багато в чому залежить від якості прийняття управлінських рішень у сфері ЗЕД. Міжнародні ділові операції, як внутрішні, так і зовнішні, є результатом визначених управлінських дій: прогнозування і планування, організування, мотивування, контролювання і регулювання.

Сутність менеджменту ЗЕД полягає в комплексному дослідженні та моделюванні міжнародного середовища в поєднанні з налагодженою взаємодією всіх підрозділів і посадових осіб організації в інтересах продуктивного досягнення визначених зовнішньоекономічних стратегій.

Ключові моменти менеджменту ЗЕД:

□ по-перше – це процес, який включає вивчення і проектування елементів міжнародного середовища (закордонних партнерів, рівня цін, митних правил, міжнародних норм і звичаїв);

□ по-друге – необхідно домагатися ефективної взаємодії не тільки між працівниками зовнішньоекономічних підрозділів, але і між усіма службами підприємства, що і визначає успіх на міжнародних ринках;

□ по-третє, необхідно усвідомити, що критерієм якості менеджменту ЗЕД є не тільки успіх сам по собі (досягнення цілей), але і ціна цього успіху (витрати ресурсів, продуктивність).

Управлінська діяльність завжди базується на основних правилах, яких дотримуються керівники і спеціалісти апарату управління в процесі прийняття рішень. Виділяють три рівні принципів ЗЕД: загальні, специфічні і національні.

Загальні принципи - це невелика кількість загальновизнаних у всьому світі правил, що стали загальновідомими істинами, яких дотримуються усі учасники операцій, а саме

- науковість ЗЕД – означає те, що розвиток цієї діяльності відповідає дії об’єктивних законів (теорії міжнародної торгівлі, закони попиту і пропозиції, теорії прогнозування);
- системність ЗЕД – між складовими цієї системи існують тісні зв’язки;
- взаємовигідності ЗЕД – кожний партнер, що бере участь у міжнародних операціях, одержує свій прибуток.

Специфічні принципи – ті, які закріплені у міжнародних правових актах і є обов’язковими для виконання всіма державами, що підписали той або інший акт, їх перелік можна почерпнути з “Хартії економічних прав і обов’язків держав ” (1974 р.);

- суверенітет;
- територіальна цілісність і політична незалежність держави;
- ненапад і невтручання у внутрішні справи;
- мирне співіснування;
- повага до прав людини і основних свобод;
- вільний доступ до морів для країн, що їх не мають.

Національні принципи ЗЕД закріплюються в законодавчих актах відповідних країн. Принципи для українських підприємств закріплені в ст. 2 Закону України “Про зовнішньоекономічну діяльність” Система цих принципів включає:

- суверенітет;
- свободу;
- юридичну рівність і недискримінацію;
- верховенство закону;
- захист інтересів суб’єктів підприємницької діяльності;
- еквівалентність обміну.

3. Основні види ЗЕД

Виходячи на міжнародні ринки, кожній організації необхідно насамперед вибрати найбільш придатний вид ЗЕД. В число основних видів ЗЕД можна віднести:

- міжнародну торгівлю;
- міжнародний лізинг;

- використання активів з-за кордону;
- контрактні форми ЗЕД;
- міжнародні інвестиції.

Залежно від предмета і характеру здійснення зовнішньоекономічних операцій міжнародна торгівля – включає:

- 1) торгівлю готовою продукцією;
- 2) торгівлю продукцією в розібраному виді;
- 3) зустрічні поставки - при яких експортери зобов'язуються придбати в імпортерів товари на частину, або на повну вартість експортованої продукції. Їх найважливіші різновиди: бартерні операції, викуп застарілої продукції, операції з давальницькою сировиною;

- 4) постачання комплектного устаткування;

- 5) торгівля ліцензіями;

- 6) продаж, туризм і транспорт.

Міжнародний лізинг – надання в довгострокову оренду виробничого устаткування, транспортних засобів, комп'ютерної техніки, складських приміщень. Тим самим орендар, що не володіє валютними коштами для придбання відповідного об'єкта в повну власність, одержує можливість його експлуатації.

Використання активів з-за кордону передбачає виплату роялті (royalties) за використання активів, що знаходяться за кордоном, наприклад фірмових знаків, патентів авторських прав, відповідно до підписаних контрактів, так званих ліцензійних угод. За допомогою роялті оплачується також франчайзинг (franchising) - такий спосіб ведення бізнесу, при якому одна сторона – франшизер, продає іншій стороні – франшизі право на користування своїм фірменним знаком, що є істотним активом для франшизи.

Контрактні форми ЗЕД – ця форма означає здійснення діяльності за кордоном. Комісійні (fees) є оплатою за здійснення певної діяльності за кордоном, зокрема: проведення банківських операцій, страхування, оренди або прокату, проектно-конструкторських робіт і управлінських послуг.

Міжнародні інвестиції – трансферт капіталу однієї країни в іншу у грошовій формі. Відомо два види міжнародних інвестицій:

- 1) прями інвестиції – супроводжуються контролем за діяльністю компаній навіть у випадку придбання невеликої частки її

акцій (навіть на рівні 10%);

2) портфельні інвестиції – боргові зобов'язання та акції фірми. Відрізняють від прямих інвестицій за таким показником – відсутність контролю за діяльністю фірми, яка приймає інвестиції.

4. Організаційні структури управління ЗЕД на підприємствах

На підприємствах, які займаються зовнішньоекономічною діяльністю, всі операції, котрі пов'язані з її веденням здійснюються у двох формах:

по-перше, зовнішньоекономічним відділом, який є складовим елементом організаційної структури управління підприємством;

по-друге, зовнішньоторговельною фірмою, яка є самостійною одиницею.

Функції зовнішньоекономічного відділу: маркетингова діяльність, вивчення ринків збуту, прогнозування ринкової кон'юнктури, експорт та імпорт товарів, укладання контрактів, фінансове забезпечення ЗЕД реклама і просування товарів.

Функції зовнішньоекономічної фірми (посередницька організація) – надання спектру послуг з експорту та імпорту товарів, пошук зарубіжних покупців, логістичні послуги, надання гарантій оплати покупцеві, митне оформлення.

Тема 2. Основні напрями і показники розвитку ЗЕД.

1. Зовнішньоекономічна політика України.
2. Характеристика основних показників розвитку зовнішньоекономічного сектора країни.
3. Показники структури розвитку ЗЕД.
4. Показники інтенсивності та ефективності розвитку ЗЕД.

1. Зовнішня політика України - це сукупність стосунків держави Україна з іншими державами світу та міжнародними організаціями.

Для України сьогодні актуальні такі цілі зовнішньоекономічної політики.

1. Інтеграція України в світове господарство та динамізація її зовнішньоекономічних зв'язків.

2. Органічне поєднання заходів щодо послідовної лібералізації сфери зовнішньоекономічних зв'язків з регулюючою роллю держави в

цій сфері.

3. Орієнтація на цілеспрямоване формування та ефективну реалізацію експортного потенціалу країни.

4. Багатовекторність зовнішніх економічних зв'язків України.

У зовнішній політиці Україна керується рядом таких ключових пріоритетів.

Європейська інтеграція - ключовий пріоритет, який акумулює в собі цілий комплекс внутрішньо - та зовнішньополітичних зусиль України з метою наближення до Європейського Союзу та створення необхідних передумов для вступу до ЄС у майбутньому. Органічною частиною євроінтеграційного курсу України було завершення процесу приєднання України до СОТ, яке відбулося 16 травня 2008 року. У 2006 р. Україна перейшла по першій стадії інтеграції з ЄС - створення зони вільної торгівлі після вступу до СОТ.

Наступний пріоритет ЗЕП України - це відносини Україна - **НАТО** - захист безпеки інтересів України, участь у створенні євроатлантичного простору стабільності та безпеки, поступова інтеграція до НАТО. Реалізація цієї мети має бути досягнуто через використання механізмів співробітництва з НАТО, зокрема Плану дій та щорічних Цільових планів (з 2005 р. - в рамках інтенсифікованого діалогу), а також приєднання до Плану дій щодо набуття членства.

Стратегічно важливим та економічно вигідним є південно-східний напрямок зовнішньої політики України, а саме Чорноморський та Близько-Східний регіони, Центральна Азія, Індія, країни АТР. Завдяки цим країнам Україна може забезпечити себе альтернативними джерелами постачання енергоносіїв та ринками збуту своїх товарів. Оскільки населення країн Близького Сходу зростає величезними темпами, перед ними постає проблема харчового забезпечення. Завдяки виваженій політиці щодо країн Сходу Україна може наповнювати їх ринки продовольчими товарами в обмін на енергоносії, вирішуючи певною мірою харчову проблему, зменшуючи свою енергетичну залежність від Росії, розвиваючи власне сільське господарство та переробну промисловість і знижуючи масштаби міграції.

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

- *абсолютні* (обсяг та динаміка зовнішнього товарообігу;

торговельне сальдо, генеральна торгівля, спеціальна торгівля);

- *відносні* (індекси динаміки експорту та імпорту; коефіцієнт покриття імпорту експортом; індекс концентрації експорту; індекс "умов торгівлі"; індекс імпоротної залежності країни; індекс чистої торгівлі);

- *показники структури* (товарна, географічна та інституціональна структури; індекс диверсифікації експорту/імпорту; частка продукції обробної промисловості в загальному обсязі експорту продукції; індекс географічної концентрації експорту/імпорту);

- *показники інтенсивності та ефективності* зовнішньоекономічних зв'язків країни (платіжний баланс країни; експорт на душу населення; імпорт на душу населення; зовнішньоторговельний оборот на душу населення).

До показників, що характеризують обсяг зовнішнього товарообігу можна віднести (абсолютні)

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

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

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

- **генеральна торгівля** - вартість зовнішньоторговельного обороту та вартість транзитних товарів;

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

- **реекспорт** - вивезення раніше завезеного товарів, який не підлягали переробці;

- **реімпорт** - ввезення раніше вивезених товарів, які не підлягали переробці.

Динаміка експорту та імпорту визначається через показники, які доцільно розділити на дві підгрупи: *темпи росту та темпи приросту (відносні показники)*.

До темпів росту зовнішньоекономічних зв'язків відносяться -

темпи росту експорту, темпи росту імпорту, темпи росту зовнішньоторговельного обороту.

До *темнів приросту* зовнішнього товарообігу можна віднести - темпи приросту експорту, темпи приросту імпорту, темпи приросту зовнішньоторговельного обороту.

3. Показники структури розвитку ЗЕД

Розглянемо характеристику третьої групи показників, що характеризують ступінь розвитку зовнішньоекономічного сектора країни (показники структури).

Товарна структура - це показники розподілу експорту й імпорту за основними товарними позиціями. Даний показник дозволяє виявити ступінь розвитку економіки країни. Так, якщо в товарному експорті країни домінують готові вироби - функціонування економічної системи вважається ефективним, або країна на інтенсивному шляху розвитку. Якщо ж переважає сировина чи напівфабрикати - країна йде екстенсивним шляхом розвитку, тобто живе за рахунок майбутніх поколінь, використовуючи природні надра.

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

4. Показники інтенсивності та ефективності розвитку ЗЕД

Виконаємо характеристику показників, що входять до четвертої групи (показники інтенсивності та ефективності зовнішньоекономічної зв'язків країни)

Платіжний баланс (balance of payments) - це балансовий рахунок міжнародних операцій, вартісне вираження всього комплексу світогосподарських зв'язків країни у формі співвідношення надходжень та платежів, це агреговане віддзеркалення економічних відносин країни з рештою світу протягом певного періоду часу (рік, квартал, місяць)..

Згідно визначення МВФ платіжний баланс - це статистичний звіт, де у систематичному вигляді наводяться сумарні дані про зовнішньоекономічні операції цієї країни з іншими країнами світу за певний проміжок часу.

Платіжний баланс відображає стан зовнішньоекономічних зв'язків країни.

За характером операцій платіжний баланс поділяється на баланс поточних операцій та баланс руху капіталів.

Платіжний баланс поточних операцій складається з:

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

У *торговому балансі* відображається співвідношення між експортом та імпортом товарів. Стан торгового балансу віддзеркалює економічне становище країни, ступінь залежності її від зовнішніх ринків. Сальдо торговельного балансу - це різниця між вартісним обсягом експорту й імпорту товарів окремої країни. Якщо експорт товарів перевищує імпорт товарів, то сальдо позитивне "+", якщо імпорт перевищує експорт - сальдо негативне "-".

Баланс послуг - це платежі та надходження по фрахту, поштових, телефонних та телеграфних послугах, страхуванню та банківських послугах, передачі "ноу-хау", орендній платі, різноманітних комісійних та ін.

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

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

Країни, що довгий час мають активний баланс поточних операцій, можуть використовувати ці кошти (величина позитивного сальдо) для закордонних інвестицій, наприклад, у формі інвестування капіталу у нерухомість (будівництво та придбання земельних ділянок за кордоном), для придбання акцій та облігацій підприємств інших країн та облігацій іноземних урядів, для розміщення капіталів в іноземних банківських установах. І навпаки, країни, що мають

пасивне сальдо балансу змушені створювати відповідний інвестиційний клімат для ввезення (імпорту) іноземних капіталів.

Баланс руху капіталів складається з:

- балансу короткострокових капіталів;
- балансу довгострокових капіталів

Баланс руху капіталів відображає платежі та надходження по експорту-імпорту державного та приватного **короткострокового** (кредити у товарній та грошовій формах терміном до одного року, ввіз та вивіз національної та іноземної валют) та **довгострокового** (купівля - продаж цінних паперів, надання або отримання довгострокових кредитів) капіталів.

У платіжному балансі зі знаком "**плюс**" відображається експорт товарів та послуг, одержані доходи та трансферти, зменшення фінансових активів, збільшення зобов'язань; із знаком "**мінус**" - імпорт товарів і послуг, сплачені доходи та трансферти, збільшення фінансових активів, зменшення зобов'язань.

Країні, яка має *негативне сальдо* по основних статтях платіжного балансу, необхідно:

- стимулювати експорт національних виробників і одночасного стримування імпорту іноземних товарів і послуг;
- залучати довгострокові іноземні капітали та обмежувати вивіз національних капіталів.

Якщо цих заходів недостатньо для зменшення обсягу дефіциту по основних статтях балансу - необхідно використовувати методи балансування платіжного балансу.

За методикою МВФ методи балансування сальдо платіжного балансу можуть бути тимчасові та остаточні.

До тимчасових методів балансування належать:

- одержання іноземних позик та ввезення підприємницького капіталу;
- використання короткострокових кредитів за взаємними угодами між центральними банками країн за системою "своп";
- використання нафтодоларів шляхом перерозподілу валютної виручки нафтодобувних країн від експорту нафти;
- надання МВФ країнам-членам резервних кредитів (резервна позиція в МВФ);
- мобілізація коштів на світовому фінансовому ринку (кредити банківських консорціумів, облігаційні позики);

- пільгові кредити по лінії програм іноземної "допомоги".
Остаточними методами балансування вважаються:

- вивіз золота;
- купівля іноземної валюти в обмін на золото або отримання кредиту в іноземній валюті під заставу золота з подальшим використанням валюти для розрахунків;
- використання для остаточних розрахунків коштів з внутрішніх валютних резервів країни;
- обмін СДР (спеціальні права запозичення) на певну кількість необхідної іноземної валюти; отримання іноземної "допомоги" у вигляді субсидій та дарувань.

До показників, які характеризують ефективність функціонування економіки країни, відносять також державний борг.

При наявності дефіциту бюджету країна позичає грошові ресурси, що, у свою чергу, призводить до виникнення та зростання державного боргу.

Світовий банк вважає критичним рівнем державного зовнішнього боргу стосовно ВВП - 50%.

Крім платіжного балансу до показників, що характеризують інтенсивність та ефективність зовнішньоекономічної зв'язків країни, відносять ще і такі:

- *Експорт на душу населення;*
- *Імпорт на душу населення;*
- *Зовнішньоторговельний оборот на душу населення.*

Тема 3. Система регулювання ЗЕД в Україні

1. Органи державного управління і регулювання ЗЕД.
2. Засади регулювання ЗЕД в системі управлінського ієрархічного простору.

1. Органи державного управління і регулювання ЗЕД.

На території України згідно з чинним законодавством запроваджуються такі правові режими для іноземних суб'єктів ЗЕД:

- національний режим, який означає, що іноземні суб'єкти господарської діяльності мають обсяг прав та обов'язків, не менший, ніж суб'єкти господарської діяльності України;

– режим найбільшого сприяння, який означає, що іноземні суб'єкти господарської діяльності мають обсяг прав щодо мит, податків та зборів, якими користуються суб'єкти будь-якої держави;

– спеціальний режим, який застосовується до території спеціальних економічних зон, а також до територій митних союзів, до яких входить Україна.

Україна самостійно формує систему та структуру державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності на її території.

Органи державного управління і регулювання ЗЕД в Україні забезпечують виконання своїх функцій на трьох рівнях.

I. На загальнодержавному рівні:

- Верховна Рада України - є найвищим органом, що здійснює державне регулювання ЗЕД;
- Кабінет Міністрів України.

II. На функціональному рівні:

- Державна митна служба України;
- Національний банк України;
- Міністерство економіки України.
- Міністерство фінансів України;
- Міністерство закордонних справ;
- Антимонопольний комітет.

III. На територіальному рівні:

- місцеві Ради народних депутатів України та їх виконавчі і розпорядчі органи;
- територіальні підрозділи органів державного регулювання ЗЕД України.

Функції регулювання і контролю за ЗЕД крім державних органів виконують також і недержавні органи. З недержавних організацій найбільший вплив на розвиток і здійснення ЗЕД роблять Торгово-промислові палати (ТПП), що створюються на основі добровільного об'єднання засновників (підприємств і підприємців) і є некомерційними громадськими організаціями. Створюються ТПП з метою сприяння розвитку економіки країни, її інтегруванню у світову господарську систему, формуванню сучасної промислової і торгової інфраструктури. Дуже важливу роль у зовнішній торгівлі грають фінансово-кредитні і валютні установи, за допомогою яких здійснюються розрахунки між контрагентами, Патентна служба, що

здійснює контроль експорту-імпорту товарів у відношенні їхньої “патентної чистоти”, Державний комітет зі стандартизації і система сертифікації товарів УкрСЕПРО.

2. Засади регулювання ЗЕД в системі управлінського ієрархічного простору

До державного регулювання ЗЕД відносять:

- митне регулювання (ст. 13 “Закону про ЗЕД”, Митний кодекс України, Закон “Про єдиний митний тариф”);
- валютне регулювання (Дekret Кабінету Міністрів України “Про систему валютного регулювання і валютного контролю”, Закон України “Про порядок здійснення розрахунків в іноземній валюті”);
- ліцензування та квотування зовнішньоекономічних операцій (ст. 16 “Закону про ЗЕД”);
- введення спеціальних економічних зон (ст. 24 “Закону про ЗЕД”);
- застосування спеціальних санкцій за порушення ЗЕД

Методи регулювання ЗЕД класифікують за наступними напрямками:

- ***протекціоністські*** (спрямовані на захист вітчизняного виробника);
- ***лібералізаційні заходи*** (спрямовані на усунення обмежень у зовнішній торгівлі);

Методи управління ЗЕД класифікують за наступними напрямками:

- ***організаційно - правові***,
- ***адміністративні*** (заходи прямого обмеження експорту, або імпорту: впровадження квот, ліцензій, ембарго);
- ***економічні заходи*** (політика встановлення мит, акцизів, система оподаткування, політика встановлення банківської облікової ставки, курсу валют).

Зміст методів та функцій управління визначаються також під впливом **світових організацій**, а саме:

Організація об'єднаних націй (ООН) - включає такі головні органи управління: Генеральну Асамблею, Раду безпеки, Економічну і Соціальну раду, Міжнародний суд і секретаріат;

Світовий банк включає два юридично самостійних суб'єкти – Міжнародний банк реконструкції і розвитку та Міжнародну асоціацію

розвитку. Вони виконують такі функції як надання позик, консультування х економіки, надання допомоги в залученні інвестицій;

Міжнародний валютний фонд має статус спеціалізованої установи ООН. Мета цієї установи полягає у сприянні розвитку світової торгівлі і валютного співробітництва шляхом визначення норм регулювання валютних курсів і контролю за їх дотриманням, створення багатосторонньої системи платежів, усунення валютних обмежень;

Генеральна Асамблея з тарифів та торгівлі (ГАТТ/СОТ) – це угода, підписана 161 країнами, що охоплюють 92% світової торгівлі. За минулі роки ми називаємо цю організацію вже **СОТ** Мета цієї організації – вихід світової торгівлі на вільний ринок та забезпечення узгоджених правових гарантій, що сприятиме економічному зростанню кожної з країн - членів **СОТ**. При входженні до цієї організації необхідною передумовою є заборона використання експортних субсидій для експорту сільськогосподарської продукції, стимулюється міжнародна стандартизація, сертифікація та методика тестування продукції.

Тема 4. Митне регулювання

1. Митно-тарифне регулювання ЗЕД
2. Митні режими
3. Визначення митної вартості
4. Методи визначення митної вартості
5. Схема проходження вантажу через митний кордон України (митне оформлення) та митний контроль

1. Митно-тарифне регулювання ЗЕД

Заходи, які застосовують до державного регулювання ЗЕД більш детально характеризує їх поділ на митно-тарифні заходи та нетарифні (адміністративні).

Мито виконує функцію податку, стягнутого при перетинанні товаром митного кордону, що підвищує ціну експортованого (імпортованого) товару і здійснює тим самим вплив на обсяг і структуру зовнішньоторговельного обороту. Найбільш розповсюдженим видом обмеження торгівлі є мито на імпорт –

державний грошовий збір із ввезених товарів, які перетинають кордон країни під контролем митного відомства. При введенні митного тарифу ціна товарів на вітчизняному ринку піднімається вище світової.

Розглянемо особливості застосування та нарахування різних видів мита, використовуючи положення розділу IX Митного Кодексу України.

Таблиця 4.1

Класифікація видів мит за ознаками

Вид мита	Характеристика
<i>За напрямом руху</i>	
Експортне (вивізне)	Вивізне мито нараховується на товари та інші предмети при їх вивезенні за межі митної території України
Імпортне (ввізне)	Нараховується на товари та інші предмети при їх ввезенні на митну територію країни
Транзитне	Встановлюється стосовно товарів, які переміщуються через територію країни до інших держав, використовується дуже рідко, як правило, як інструмент "торговельної війни"
<i>За способом нарахування</i>	
Адвалерне	Нараховується у відсотках до митної вартості товарів та інших предметів, які обкладаються митом
Специфічне	Нараховується у встановленому грошовому розмірі на одиницю товарів та інших предметів, які обкладаються митом
Комбіноване	Поєднує обидва (адвалерне та специфічне) види митного обкладення, нараховується за більшою ставкою
Змішане	Одночасне застосування як специфічної, так і адвалерної ставки
<i>За періодом застосування</i>	
Постійне	Мито, яке не змінюється залежно від часу застосування, є незмінним упродовж періоду дії встановленої ставки мита, більшість митних ставок є постійними.
Сезонне	На окремі товари та інші предмети може встановлюватися сезонне ввізне і вивізне мито на строк не більше чотирьох місяців з моменту їх встановлення
<i>За принципом обмеження</i>	
Спеціальне	Захисний захід, якщо товари ввозяться на митну територію України у таких кількостях або на таких умовах, які завдають чи загрожують завдати шкоди вітчизняним виробникам подібних або безпосередньо конкуруючих

	товарів.
Антидемпінгове	Застосовується у разі ввезення на митну територію України товарів, які є об'єктом демпінгу, які заподіють шкоду національному товаровиробнику
Компенсаційне	Застосовується у разі ввезення на митну територію України товарів, які є об'єктом субсидованого імпорту, яке заподіює шкоду національному товаровиробнику
<i>За метою та функціональністю</i>	
Фіскальне	Встановлюється для забезпечення надходжень коштів від зовнішньоекономічних операцій до бюджету країни
Протекціоністське	Спрямоване на захист національного виробника і є дискримінаційним стосовно товарів іноземного виробництва, тому застосовується здебільшого у формі імпортного мита
Преференційне	Передбачає особливі переваги щодо розміру ставок, які надаються іншим державам, головним чином з торговельно-політичними цілями
<i>За типами митних ставок</i>	
Стале	Митні ставки, які встановлюються державними органами і не можуть змінюватися залежно від обставин. Більшість країн світу мають митні тарифи з постійними ставками.
Змінне	Митні ставки, які можуть змінюватися за певних обставин (при зміні рівня світових та внутрішніх цін, рівня державних субсидій)
<i>За походженням</i>	
Автономне	Встановлюється державою самостійно, без будь-яких зобов'язань перед іншою країною та застосовується до предметів і товарів незалежно від їх походження
Конвенційне	Встановлюється на базі двосторонньої або багатосторонньої угоди з іншими державами, або угоди про створення Митного союзу, не може бути змінено державою в односторонньому порядку
<i>За впливом</i>	
Номінальне	Ставки, що вказуються в митному тарифі
Реальне	Реальний рівень мита на кінцеві товари, що розраховуються з врахуванням усіх факторів, які впливають на процес формування митного тарифу

На окремі товари може встановлюватися сезонне мито на строк не менше 60 та не більше 120 послідовних календарних днів з дня

встановлення сезонного мита.

Види ставок мита:

- преференційні;
- пільгові;
- повні.

Допускається встановлення **преференцій** щодо ставок Єдиного митного тарифу України у вигляді звільнення від обкладення митом, зниження ставок мита або встановлення квот на преференційне ввезення щодо товарів та інших предметів, які: походять з держав, що утворюють разом з Україною митний союз або зону вільної торгівлі; обертаються в прикордонній торгівлі.

Допускається **безмитне** ввезення та вивезення або пільгове обкладення митом товарів, які:

- ввозяться у спеціальні митні зони на території України для кінцевого споживання в цих зонах;
- вивозяться із спеціальних митних зон для споживання за межами митної території України та походять з цих зон.

Розмір пільг і порядок їх надання встановлюються Верховною Радою України згідно з законами України про спеціальні митні зони шляхом прийняття окремого закону для кожної з таких зон.

Повні ставки - по всіх інших товарах.

Митно-тарифне регулювання – це найважливіший механізм державного регулювання ЗЕД, який є прикладом економічного регулювання і відповідає вимогам ринкової економіки.

Митно-тарифне регулювання – перелік тарифних засобів, який є основною функцією митних органів держави, спрямований на регулювання і контроль зовнішнього ринку, стимулювання вітчизняного експорту

Найбільш розповсюдженим класифікатором товарів, які обертаються в міжнародній торгівлі, є ***Гармонізована система опису і кодування товарів***. Основними елементами структури номенклатури Гармонізованої системи є: система класифікації та система кодування.

Відповідно до системи класифікації товари групуються по двох ознаках: за призначенням і за ступенем обробки.

За призначенням виділяють:

- продовольчі товари і напої;
- промислову сировину;

- паливо і мастильні матеріали;
- машини та устаткування, включаючи інструменти;
- транспортні засоби.
- За ступенем обробки сировини виділяють:
- сировинні товари і напівфабрикати;
- готові вироби.

2. Митні режими

У 1948 р. за ініціативою 13 Західноєвропейських держав було організовано Економічну і Митну комісії, основні функції яких полягали в запровадженні загальної товарної номенклатури та розробці принципів оцінки тарифів з митними цілями.

Митний режим – це сукупність положень, які визначають статус товарів і транспортних засобів, що переміщуються через митний кордон для митних цілей.

Митні режими виконують такі функції:

- встановлюють порядок переміщення товару через митний кордон залежно від призначення товару;
- визначають умови перебування товару на/поза митною територією;
- регламентують права та обов'язки особи, що переміщує товари;
- визначають вимоги до товару, що розміщується у даний конкретний режим.

Затоновані режими означають, що при їх використанні митне оформлення вантажів не використовується. Відомості про митний режим зазначаються декларантом у вантажній митній декларації.

Суб'єкт ЗЕД має право в будь-який час обрати будь-який вид митного режиму, або змінити його на інший. При виборі митного режиму декларант повинен враховувати, що розміщення товарів в окремі митні режими обмежується часом. Важливу роль відіграє також статус товару. Наприклад, у режим реекспорту можуть розміщуватись тільки іноземні товари, під режим реімпорту – тільки вітчизняні, вивезені з країни раніше.

Митний склад —це митний режим, відповідно до якого товари:

- завезені з-за меж митної території України, зберігаються під митним контролем без справляння податків і зборів і без застосування до них заходів нетарифного регулювання та інших обмежень у період зберігання;

- що вивозяться за межі митної території України, зберігаються під митним контролем після митного оформлення митними органами до фактичного їх вивезення за межі митної території України. Товари можуть знаходитися в режимі митного складу протягом трьох років.

Режим митного складу використовується з двох причин:

по-перше, дійсно для простого зберігання товарів під час їх митного оформлення;

по-друге, сплата мита, оформлення та інші подібні процедури вимагають чималих коштів, режим митного складу дозволяє провадити їх не одноразово, а розтягти у часі в міру надходження коштів або продажу товарів, тобто по суті цей режим є своєрідною формою податкового кредиту.

Випуск товарів у вільний обіг — митний режим, за якого товари, ввезені на митну територію, залишаються постійно на цій території без зобов'язання про їх вивіз з цієї території. Даний режим передбачає сплату мит, податків і зборів і вжиття заходів економічної політики. Товари, випущені у вільний обіг на території країни, відповідно до митного законодавства набувають статусу вітчизняних товарів.

Магазин безмитної торгівлі — митний режим, за якого товари перебувають і реалізуються в роздріб під митним контролем на митній території країни без стягнення мит, податків і без вжиття щодо товарів заходів економічної політики. Магазины безмитної торгівлі можуть засновуватися в портах, аеропортах, відкритих для міжнародного пасажирського сполучення, у пунктах пропуску через кордон, призначених для перетину кордону фізичними особами.

Тимчасове ввезення (вивезення) — митний режим, відповідно до якого товари можуть ввозитися на митну територію України чи вивозитися за межі митної території України з обов'язковим наступним поверненням цих товарів без будь-яких змін, крім природного зношення чи втрат за нормальних умов транспортування. Загальний строк тимчасового ввезення (вивезення) товарів становить один рік з дня ввезення на митну територію України (вивезення з митної території України).

Дозвіл на тимчасове ввезення на митну територію України (тимчасове вивезення за межі митної території України) під зобов'язання про зворотнє вивезення (увезення) може бути наданий щодо:

- товарів, призначених для демонстрації або використання на виставках, ярмарках, конференціях чи інших подібних заходах;
- професійного обладнання, необхідного особам, що прибувають в Україну (виїжджають з України), для підготовки репортажів, здійснення записів або передач для засобів масової інформації чи зйомки фільмів;
- контейнерів, піддонів, упаковки, а також будь-яких інших товарів, що ввозяться (вивозяться) у зв'язку з якою-небудь комерційною операцією, але ввезення яких саме по собі не є комерційною операцією;
- особистих речей пасажирів, а також товарів, що ввозяться для спортивних цілей;
- матеріалів для реклами й туризму;
- транспортних засобів, що використовуються виключно для перевезення пасажирів і товарів через митний кордон України.
- морських і річкових суден, інших плавучих засобів та повітряних суден, які ввозяться з метою ремонту, устаткування та матеріалів, призначених для будівництва та ремонту морських і річкових суден, інших плавучих засобів та повітряних суден.

Вільна митна територія. Вільний склад — митні режими, при яких іноземні товари розміщуються і використовуються у відповідних територіальних межах або приміщеннях без стягнення мита, податків, а також без застосування заходів економічної політики, а вітчизняні товари розміщуються та використовуються а умов, що застосовуються відповідно до митного режиму експорту.

Знищення — митний режим, при якому іноземні товари знищуються під митним контролем без стягнення мита та податків, а також без застосування до товарів заходів економічної політики (квотування, ліцензування тощо).

Переробка поза митною територією — митний режим, при якому іноземні товари використовуються в установленому порядку на митній території держави без стягнення мита та податків, а також заходів економічної політики, для переробки під митним контролем з подальшим випуском для вільного обігу чи переміщення продуктів переробки під інший митний режим.

3. Визначення митної вартості

Митна вартість – це та вартість товару, яка використовується як вихідна розрахункова база для обчислення митних платежів.

Функції митної вартості:

- 1) *фіскальна* – митна вартість є основою для нарахування митних платежів;
- 2) *правоохоронна* – митна вартість є основою для застосування санкцій за порушення митних правил;
- 3) *статистична* – для забезпечення достовірного обліку даних про експорт та імпорт держави, аналізу структури й динаміки зовнішньоторговельного обороту;
- 4) *перевірка обґрунтованості ціни при бартерних угодах* – контроль за еквівалентністю зустрічних товарних відправлень, контроль за дотриманням встановлених вартісних квот.

Схема процедури декларування митної вартості зображено на рис. 4.2.

4. Методи визначення митної вартості

Більшість країн, що беруть участь у зовнішній торгівлі, застосовують одну з двох міжнародних систем визначення митної вартості: Брюссельську та ГАТТівську.

У 1950 році в Брюсселі було розроблено *Конвенцію про утворення уніфікованої методології визначення митної вартості товарів*. Цей документ визначив Брюссельську митну вартість, як нормальну вартість товару, за якою цей товар може бути проданий у країні його призначення на момент подання вантажної декларації. Конвенція визначає митну вартість як ціну СІФ у тому місці, де товар перетинав митний кордон країни призначення.

Більшість країн на сьогодні керуються *Кодексом про митну вартість ГАТТ*. Одне з його положень зобов'язує всі країни – учасниці ГАТТ/СОТ привести національну законодавчу базу з питань визначення митної вартості у відповідність до всіх положень Кодексу. *Згідно з Кодексом митна вартість товару* – ціна, що реально сплачена, або підлягає сплаті за товар у разі його продажу до країни імпортера за виконання таких умов:

- 1) необмежений перехід права власності на товар до імпортера, за винятком обмежень щодо конкретного товару з боку країни-імпортера або обмежень регіону, куди може бути перепродано товар;

2) ціна угоди залежить тільки від якісних та кількісних характеристик товару;

3) частина прибутку у будь-якому вигляді не повертається імпортером експортерів.

Всі методи оцінки митної вартості імпортованого товару базуються на ціні угоди, яка реально сплачується за товар, і враховує додаткові витрати покупця, комісійні та брокерські витрати, витрати на пакування, перевезення, страхування. Кодекс забороняє використання ціни внутрішнього національного ринку як базової розрахункової ціни.

Метод 1. Визначення митної вартості товару за ціною угоди з ввезеними товарами

Оснoву даного методу становить «ціна угоди». Під ціною угоди розуміється ціна, фактично сплачена, або така, що підлягає сплаті при продажу товарів на експорт у країну імпорту, скоригована з урахуванням встановлених додаткових нарахувань до ціни.

Митна вартість (МВ) розраховується за формулою:

$$MB = FB + VD + VP + LPP + CP,$$

де ФВ – фактурна вартість;

ВД – витрати на навантаження, розвантаження, перевантаження і страхування до пункту перетину митного кордону України;

ВП – витрати, додатково понесені покупцем;

ЛПП – ліцензійні та інші платежі за користування об'єктами інтелектуальної власності, які покупець повинен здійснити як умову експорту товару, що оцінюється;

ЧП – частина прибутку від будь-якого подальшого перепродажу чи використання товару на території України, які прямо чи непрямо накопичуються у продавця.

Метод 2. Визначення митної вартості за ціною угоди з ідентичними та подібними товарами

Існують ситуації, коли неможливо застосувати **Метод 1**, а саме визначити вартість угоди, тому що:

- a) ввезені товари не є предметом продажу;
- b) продаж товарів пов'язаний з обмеженням, що стосується користування товаром;
- c) відсутня інформація для розрахунку відповідних поправок до ціни.

Суть **Методу 2** полягає в тому, що митна вартість оцінюваних товарів визначається шляхом використання як вихідної бази для її розрахунку ціни угоди з ідентичними товарами, митна вартість яких була визначена за Методом 1 і прийнята митними органами.

Під ідентичними розуміють товари, однакові в усіх відношеннях з оцінюваними товарами, в тому числі за такими ознаками:

- ✓ фізичні характеристики;
- ✓ якість;
- ✓ репутація на ринку;
- ✓ країна походження;
- ✓ виробник.

Для того, щоб відповідати критерію ідентичності, порівнювані товари обов'язково повинні бути виготовлені в тій самій країні, що і товари, які підлягають оцінці.

Метод 3 Визначення митної вартості на основі віднімання вартості

Митна оцінка за **Методом 3** базується на ціні, за якою ввезені ідентичні, або подібні товари були продані найбільшою агрегованою партією на території України у незмінному стані, не пізніше 90 днів з дати ввезення оцінюваних товарів, а учасник угоди не є взаємозалежним з продавцем.

Митна вартість за цим методом визначається за формулою:

$$MB = CI - (BK + NP + VP + SMP + VD),$$

де, CI – ціна одиниці товару;

BK – витрати на комісійні винагороди;

NP – звичайні надбавки на прибуток;

VP - загальні витрати у зв'язку з продажем на митній території України товарів того ж класу;

SMP – сума митних платежів, що підлягає сплаті в Україні у зв'язку з ввезенням товару;

VD – витрати на навантаження, розвантаження, страхування і транспортування в Україні.

Метод 4. Визначення митної вартості на основі додавання вартості

Митна вартість визначається за формулою:

$$MB = BV + VD + NP + VP + LPP + CP,$$

де, BV – вартість матеріалів і витрат, понесених виробником у зв'язку з виробництвом оцінюваних товарів;

ВД – витрати на навантаження, розвантаження, транспортування і страхування, понесені в Україні;

НП – прибуток, що отримує експортер;

ВП – витрати, понесені покупцем;

ЛПП – ліцензійні та інші платежі за використання об'єктів інтелектуальної власності;

ЧП – відповідна частина прибутку від подальшого перепродажу товарів, що накопичується у продавця.

5. Схема проходження вантажу через митний кордон України (митне оформлення) та митний контроль

Митне оформлення – сукупність дій, пов'язаних з пропуском в Україну чи за її межі товарів, переміщуваних через митний кордон України. Митне оформлення проводиться шляхом здійснення відповідних митних процедур.

Митні процедури – здійснення контролю за дотриманням порядку переміщення товарів, їх огляд, оформлення документів, накладення митного забезпечення, перевірка правильності заповнення вантажної митної декларації, нарахування сум, що підлягають сплаті, підготовка статистичних даних та інші дії, що виконуються митними органами України.

Митне оформлення має проводитися митницею, в зоні діяльності якої розташовані власники товарів та інших предметів.

Порядок митного оформлення при імпорті товарів:

- I. Сплата митних платежів;
- II. Оформлення вантажу за дозволом на митниці у тимчасовій зоні митного контролю на території підприємства;
- III. Відбір зразків за необхідністю для проходження митної лабораторії;
- IV. Інші офіційні контролюючі установи (фітосанітарний контроль, ветеринарний контроль, екологічний контроль, сертифікація продукції);
- V. Випуск товарів у вільний обіг на території України

Основним документом, на підставі якого здійснюється митне оформлення експортно-імпортних операцій, є вантажна митна декларація (ВМД).

Вантажна митна декларація – заява, що містить відомості про товари і транспортні засоби, мету їх переміщення через митний кордон України або про зміну митного режиму щодо цих товарів, а

також інформацію, необхідну для здійснення митного контролю, митного оформлення, митної статистики, нарахування митних платежів.

Застосовувана в Україні вантажна митна декларація (ВМД) відповідає зразкам, які використовуються у міжнародній практиці. Вона складається з 5 аркушів та містить 54 граф, частина з яких заповнюється декларантом, а частина - митним органом. Декларація містить відомості про відправника та одержувача товару, країну контракту (країну, у якій зареєстрована фірма-партнер), країну походження товару (для імпортера) чи країну призначення (для експортера), про умови постачання, про валюту контракту, транспорт, на якому повинен бути доставлений товар, про митницю, на якій він має пройти оформлення, квоту, митну вартість товару та підстави стягнення мита та зборів.

Митний контроль – це сукупність заходів, здійснюваних митними органами України з метою забезпечення дотримання законодавства країни про митну справу і міжнародних договорів, укладених державою, контроль за виконанням яких покладено на митні органи.

Об'єктами митного контролю є:

- товари і транспортні засоби, що переміщуються через митний кордон, документи і відомості про товари і транспортні засоби;
- фізичні і юридичні особи, що мають відношення до цих товарів – власники товарів, особи, що діють за їх дорученням (митні брокери, декларанти), їх документи.

Митний контроль товарів і транспортних засобів організується і здійснюється на всій митній території, насамперед, у зонах митного контролю, а також у вільних зонах і на митних складах.

Митний огляд – це адміністративна дія, що полягає у фактичній перевірці товарів і транспортних засобів з метою встановлення законності їх переміщення через кордон, відповідності товарів даним, узагальненим у вантажній митній декларації, запобігання ввезення-вивезення заборонених товарів; виявлення прихованого вивозу товару; виявлення товарів, що переміщуються без документів.

Митному огляду не підлягають:

- ✓ особистий багаж Президента України;

✓ особистий багаж депутатів Верховної Ради і членів Уряду України;

✓ іноземні військові кораблі, військова техніка, що рухається своїм ходом.

Законодавство встановлює, що моментом перетину митного кордону є:

➔ *для авіап перевезень:* при експорті – завершення митного оформлення в аеропорту, де відбувається навантаження; при імпорту – початок або здійснення митного оформлення в першому аеропорту на території України, в якому відбувається розвантаження, чи перевантаження товарів;

⚓ *для морських і річкових перевезень:* при експорті – здійснення або завершення митного оформлення в порту навантаження на території України; при імпорту – початок або здійснення митного оформлення в першому аеропорту розвантаження чи перевантаження на території України;

✉ для *товару, що доставляється поштою:* здійснення митного оформлення в пункті міжнародного поштового обміну.

Обов'язковим платежем при переміщенні вантажів через митний кордон є митні збори. Вони нараховуються за вантажною митною декларацією та справляються при кожному здійсненні митного оформлення товарів та інших предметів. Це платежі за:

- митне оформлення товарів;
- митне оформлення тимчасово ввезеного (вивезеного) майна;
- митне оформлення у разі транзиту іноземних товарів;
- митне оформлення у разі ввезення на митний ліцензійний склад;
- митне оформлення товарів та інших предметів у зонах митного контролю на територіях і в приміщеннях підприємств;
- перебування товарів та інших предметів під митним контролем.

Платниками митних зборів є юридичні та фізичні особи, що здійснюють митне оформлення. Нараховуються митні збори за фіксованими ставками, що вказуються в доларах США.

Тема 5. Валютне регулювання

1. Валютні ринки, валютні курси, валютні операції в сучасній ЗЕД.

2. Особливості та інструменти регулювання валютних ринків.

1. Валютний ринок включає у себе розгалужену систему механізмів, функціонування яких покликане забезпечити купівлю і продаж національних грошових одиниць та іноземних валют для обслуговування міжнародних платежів. Найсуттєвішим атрибутом валютного ринку є присутність функціональних елементів його **регулювання**.

Технічне оснащення валютного ринку суттєво прискорює оборот валютних ресурсів і міжнародних платіжних документів. Центрами є валютні біржі в Нью-Йорку, Лондоні, Парижі, Цюриху, Франкфурті, Сан-Франциско, Торонто, Токіо та інших містах.

У діяльності валютного ринку використовуються дві групи валютних операцій:

– “спот” (spot) - поставка валюти здійснюється впродовж 48 годин, відповідно до чого і визначається валютний курс “спот” на момент укладання угоди;

– форвардні (forward) – термінові операції, рахунки за якими ведуться не більше як 48 годин після їх складання.

2. Рівні валютного регулювання:

міждержавний – покладено світовою співдружністю на Міжнародний валютний фонд (МВФ);

національний – здійснюється на основі принципів і методів, що визначаються МВФ, констатується діючим законодавством і правовими нормами окремих держав.

Головні об’єкти і правила валютного регулювання

1. *Валютний курс* – співвідношення обміну двох грошових одиниць, або ціна однієї валюти, виражена в іншій валюті.

2. При встановленні валютного курсу застосовується *пряме котирування*, проте іноді може використовуватися і *непряме котирування*.

3. З 1973 року високорозвинуті ринкові держави відмовилися від встановлення постійних співвідношень (фіксованих курсів) і перейшли до “плаваючих” курсів, які вільно складаються на основі попиту і пропозиції на валютних ринках.

Головні інструменти валютного регулювання

1). *Девальвація валюти* – цілеспрямовані дії відповідних

інституційних структур, які мають на меті знизити обмінні курси власної країни.

2). **Ревальвация валюти** – спрямована на підвищення курсу національної валюти з метою втримання споживчого попиту на внутрішньому ринку і стимулювати товарний попит і приплив інвестицій.

3). **Валютна інтервенція** – норма міждержавних валютних відносин, пов'язаних з операціями купівлі-продажу власної валюти, чи конкурентної валюти своєї країни.

4). **Корекція облікових ставок Національного Банку** - підвищення яких веде до зростання курсів валюти, а скорочення – до зниження цього курсу.

5). **Валютні обмеження** – метод прямого втручання у механізм формування обмінних курсів

Тема 6. Форми виходу підприємств на зовнішній ринок

1. Маркетингове середовище діяльності вітчизняних підприємств на зовнішньому ринку
2. Формування маркетингового механізму регулювання ЗЕД
3. Маркетингові дослідження для виходу на зовнішній ринок
4. Маркетингові форми інтенсифікації зовнішньоекономічної діяльності

1. Маркетингове середовище діяльності вітчизняних підприємств на зовнішньому ринку

Маркетингове середовище – сукупність об'єктів і сил, які діють за межами підприємства і впливають на розвиток і підтримку вигідних взаємовідносин з цільовими споживачами.

Фактори (елементи) зовнішнього маркетингового макросередовища:

1. Демографічні (чисельність та густота населення, рівень і темпи народжуваності і смертності, рівень міграції населення);
2. Природно-географічні та екологічні (кліматичні і ресурсні умови конкретного регіону);
3. Економічні (темпи економічного росту та обсяги виробництва і торгівлі зарубіжних країн і регіонів, рівень та розподіл поточних доходів, витрати та заощадження населення);

4. Науково-технічні (обсяги державних і приватних капіталовкладень у розвиток науки і техніки, кількість вчених, винахідників та обсяг запатентованих ними винаходів і вдосконалень);

5. Політичні (політична стабільність, зміст урядових програм, спрямованість державного регулювання економічного життя);

6. Правові норми (умови для економічних контрактів, захист національних інтересів, контроль за дотриманням стандартів якості та безпеки товарів);

7. Культурні (рівень освіти та професіоналізм), ступінь прихильності основним традиційним культурним цінностям, релігійні уявлення, стиль та спосіб життя);

8. Соціальні фактори (стан окремих соціальних прошарків зарубіжного суспільства, розподіл зарубіжного суспільства за приналежністю до різних класів та груп).

Фактори зовнішнього маркетингового мікросередовища:

1. Споживачі;
2. Конкуренти;
3. Посередники;
4. Контактні аудиторії.

Контактні аудиторії – це організації та установи, а також соціальні групи, які не є прямими партнерами по бізнесу, але представляють інтерес, оскільки можуть забезпечити підприємницький успіх самої фірми та здатні впливати на реалізацію поставлених нею цілей. *До них належать:* банківські та кредитні організації, фонди, страхові інвестиційні та брокерські компанії, засоби масової інформації, державні установи, політичні партії, місцеві органи влади.

2. Формування маркетингового механізму регулювання ЗЕД

Маркетинговий механізм регулювання ЗЕД – застосування керівного впливу держави, міських органів влади до товаровиробників експортоспроможної продукції з метою максимізації їх пропозиції на зовнішньому ринку.

Об'єкт регулювання – вітчизняні товаровиробники.

Мета регулювання – максимізація в країні сумарного експорту товарів як кінцевого матеріального результату діяльності підприємств.

Теоретично кожне підприємство має цілі і стратегію, яка регламентує його діяльність, але на практиці реальною метою є одержання прибутку. А головними цілями комплексу маркетингу, на

яких потрібно зосередити увагу підприємства є (**принцип чотирьох Р**):

Розробка товару, здатного задовольнити виявлені бажання і потреби.

Product (продукт)

Розміщення товару у тому місці, де його придбають.

Place (збут)

Встановлення конкурентоспроможної ціни.

Price (ціна)

Стимулювання збуту товару.

Promotion (просування)

У сучасних умовах господарювання привертає увагу те, що Україна залежить від зовнішніх ринків не тільки через недостатність окремих ресурсів (нафтопродуктів, газу, кольорових металів), новітніх технологій, але й через велику частку випуску неякісної продукції, що обумовлено недостатньою підготовкою організації виробництва, недотриманням технологічної дисципліни, поганим утриманням технологічного обладнання, недостатнім контролем за кінцевими операціями.

В умовах інтернаціоналізації господарського життя у світову торгівлю задіяні всі країни. Для фірм цих країн міжнародний маркетинг є умовою їх активної діяльності. Активно займаються міжнародним маркетингом транснаціональні корпорації. Серед них такі відомі американські компанії як «Ексон», «Тексако», концерни «Роял датч-Шелл», «Брітіш петролеум», «Філіпс», «Соні». Активні в розвитку вітчизняного сектору міжнародного маркетингу «Оболонь», «Торчин продукт» та інші.

Вирішуючи встановити ділові відносини з тією чи іншою країною, слід мати на увазі **політичний аспект** проблеми вивчення маркетингового середовища зарубіжного ринку. Головна мета аналізу політичного середовища така:

- вивчити політичну систему, визначити субординацію політичних сил в суспільстві;
- визначити рівень політичної стабільності;
- оцінити політичні ризики.

Правове середовище міжнародного маркетингу передбачає цивілізовані методи вирішення комерційних питань (організації бізнесу) повним, або частковим прийняттям суб'єктами господарської

діяльності норм права держави, з якою працює експортер.

У світі існує декілька принципово відмінних типів правових систем, що пропонують різні підходи до розуміння і трактування тих чи тих комерційних ситуацій міжнародного співробітництва.

Загальне право. Базується на традиціях, історичних прецедентах, звичаях та практиці суспільно-економічного життя. Вирішальну роль у реалізації загального права відіграють арбітражні суди, які приймають рішення відповідно до попереднього досвіду. Існує у Великій Британії, США.

Цивільне право базується на сукупності досить деталізованих законодавчих актів, об'єднаних у кодекси, які регламентують підприємницьку діяльність. Вирішальну роль у реалізації цивільного права відіграє ідентифікація певних ситуацій. Використовується більш, як у 70 країнах світу, зокрема в Україні, Японії, більшості країн Європи.

Теократичне право базується на релігійних нормах та вимогах, переважно на ісламських догмах, які досить жорстко регламентують усі аспекти соціально-економічного життя, зокрема підприємницької діяльності. Домінує в 19 з 30 мусульманських країн.

3. Маркетингові дослідження для виходу на зовнішній ринок

Головним завданням маркетингових досліджень є розробка основних напрямків і методології ринкових досліджень, визначення характеру та джерел необхідної інформації, здійснення контролю конкретних дослідницьких програм, узагальнення отриманих результатів і підготовка необхідних рекомендацій.

Виділяють основні напрямки маркетингових досліджень у ЗЕД:

1) Вивчення вимог світового ринку або зовнішнього ринку до товару – це вивчення вимог споживачів до товару та його конкурентоспроможності на світових ринках. *Складовими конкурентоспроможності є:*

якість товару - техніко-економічні показники, якість технології виготовленої продукції, експлуатаційні характеристики, екологічні, ергономічні, нормативні показники;

маркетингова складова - переваги або недоліки товару за характером та якістю досліджень на ринку, ступенем ефективності роботи з просування товару, стимулювання продажів, рекламною діяльністю, правильності вибору цінової стратегії;

комерційна складова – свідчить про якість комерційної роботи

порівняно із фірмами конкурентами та включає рівень компетентності у підготовці та проведенні переговорів, у виборі форм та методів поставки товару, в обговоренні умов контракту;

економічна складова – вигідність чи невикладність даного товару з точки зору витрат на його використання та утилізацію, витрати на ремонт і постачання запчастин, витрати на зарплату, навчання працівників;

імідж та престиж фірми, яка продукує даний товар, а також спеціалістів фірми, які працюють на представлення продажу товару споживачам;

авторитет країни, де продукується товар.

2) *Вивчення місткості та характеру зовнішнього ринку, еластичності попиту на ньому.*

Місткість ринку – це обсяг товарів, які на ньому споживаються протягом певного часу, це можливість ринку спожити, «поглинути» товар;

Попит – це бажання та можливість покупців купити товар, тобто можливість фірми-експортера продати на цьому ринку свій товар.

Обсяг попиту може перевищувати місткість ринку, оскільки не весь товар може бути спожитий на цьому ринку, а може бути вивезений в інші країни.

3) *Спостереження за рівнем світових цін та тенденціями їх зміни.*

Цінові стратегії впровадження товарів на зовнішні ринки:

зняття вершків – високий рівень цін при поставці на ринок нового, технологічно досконалого товару;

прориву на ринок – продаж товарів за низькими цінами, з подальшим підняттям цін;

цінового лідера – вітчизняна фірма копіює цінову поведінку великого постачальника на світовому ринку аналогічної продукції;

диференційованих цін – або завищених, або пільгових.

4) *Дослідження фірмової структури ринку та складу зарубіжних партнерів.*

Джерела інформації по фірмах:

особисті контакти та зустрічі;

досвід безпосередньої роботи з фірмами на ринку;

відомості та міркування інших українських підприємств, які вже

мали ділові контакти з фірмами;
довідники по фірмах.

5) *Маркетинговий аналіз ступеня та характеру ринкової конкуренції, методів маркетингової роботи з конкурентами.*

Види конкуренції:

предметна – конкурують аналогічні товари (легкові автомобілі нашої фірми та легкові автомобілі фірми-конкурента);

видова – конкурують товари одного виду (автобуси, тролейбуси, трамваї);

функціональна – конкурують товари, які покликані виконувати певну функцію (перевезення вантажів: літаки, пароплави, залізничний транспорт).

6) *Дослідження форм роботи, прийнятих у торговій практиці по даному товару на даному ринку та його сегментах.*

Визначаються типові види комерційних угод по даному виду товару на конкретному ринку, або його сегменті. *Кінцева мета таких досліджень* – удосконалення існуючого комплексу торгових операцій та їх форм і підвищення загальної рентабельності збутової діяльності.

7) *Визначення особливостей споживчих пріоритетів та психології поведінки покупців даного товару на зовнішньому ринку:*

вивчення мотивацій та купівельних пріоритетів споживачів на зовнішніх ринках;

дослідження соціально-психологічних особливостей закордонних покупців та споживачів.

Результати маркетингового дослідження дозволяють обґрунтовано здійснити пошук та вибір закордонного партнера, вибрати вид зовнішньоекономічних операцій та укласти контракт.

4. Маркетингові форми інтенсифікації зовнішньоекономічної діяльності

Важливе місце в організації діяльності міжнародних товарних ринків займають біржі, аукціони, торги, виставки, ярмарки.

Товарна біржа – постійно діючий оптовий ринок чистої конкуренції, на якому за певними правилами здійснюються угоди купівлі-продажу на якісно однорідні і взаємозамінні товари.

Міжнародні товарні біржі, які є визнаними центрами світової торгівлі, виконують такі функції:

- щоденне встановлення цін на різні види товарів;
- хеджування, як форма страхування ціни, за якою продається чи купується товар у майбутньому;
- гарантування виконання зобов'язань поставки товару за договором;
- здійснення спекулятивних операцій та додаткового інвестування в товари.

Фондова біржа – організаційний постійно діючий ринок, на якому здійснюються угоди купівлі-продажу цінних паперів.

Фондові біржі в міжнародній торгівлі виконують такі функції:

- встановлення ринкової вартості цінних паперів;
- перерозподіл капіталу між підприємствами, галузями, сферами діяльності;
- відтворення ділової активності як в окремих галузях, країнах так і в світовій економіці.

Аукціон – організований спеціально, періодично діючий ринок, на якому здійснюються угоди купівлі-продажу шляхом цінового змагання між покупцями.

Під час *підготовки* аукціону володар товару доставляє його на склад аукціону і активно готує до реалізації (друкує каталоги, проводить рекламні акції, групує лоти). Під часу *огляду* покупці мають всебічно ознайомитися з товаром, перевірити його якість. Головною стадією аукціону є *торг*, під час якого і здійснюється купівля - продаж товару.

У міжнародній практиці торги посідають особливе місце і носять змагальний характер продажу і купівлі товару, або одержання підрядів на виконання певних робіт.

Тема 7. Зовнішньоторговельні операції та порядок їх укладання

1. Поняття та види торговельних операцій в ЗЕД
2. Характеристика та порядок здійснення зовнішньоторгових операцій купівлі-продажу
3. Орендні операції

1. Поняття та види торговельних операцій в ЗЕД

У практиці ведення ЗЕД використовуються два методи здійснення торговельних операцій:

прямий – експорт та імпорт здійснюється безпосередньо іноземному споживачу, або відбувається закупівля у нього відповідних товарів; передбачає наявність безпосередніх контактів між виробником і кінцевим споживачем. *Використовується* при продажі та закупівлі промислової сировини за довготривалими контрактами; при експорті дорогого та габаритного обладнання; при закупівлі сільськогосподарських товарів у фермерів; при державному продажі та закупівлі;

непрямий метод – експорт та імпорт здійснюється через торговельних посередників. *Використовується* при збуті стандартного промислового обладнання; при збуті споживчих товарів; при реалізації другорядної продукції; на окремих маловідомих ринках; при просуванні нових товарів; при відсутності власної збутової мережі.

Розрізняють такі види зовнішньоторговельних операцій:

1. Торгівля готовою продукцією.
2. Торгівля комплектним устаткуванням.
3. Торгівля товарами у розібраному вигляді.
4. Торгівля машинами, що були у вжитку.
5. Торгівля сировинним товаром.
6. Прямий продаж.
7. Зустрічна торгівля.

2. Експортно-імпортні операції

У міжнародній комерційній практиці під експортом та імпортом розуміють тільки ті операції, котрі здійснюються на комерційних засадах, на підставі укладання та виконання міжнародних контрактів купівлі-продажу. *Поставки у вигляді допомоги, дарування тощо, які здійснюються на безвідплатних засадах, у вартість експорту та імпорту не включаються, а враховуються окремо.*

Експортно-імпортні операції вважаються здійсненими, якщо товар після виконання митних формальностей та процедур, про які подані відомості для статистичного обліку, пропустили через митний кордон країни-контрагента.

Реекспортні та реімпортні операції

Об'єктом реекспорту найчастіше є товари, що продаються на міжнародних аукціонах та товарних біржах. Здійснюють реекспортні

операції торгіві фірми для отримання прибутку завдяки різниці цін на той самий товар на різних ринках. Країна, фірма якої здійснює реекспорт, отримує торговий прибуток та вигоди від надання транспортних послуг, проведення страхових, кредитних та інших операцій товаропросування. Реекспортні операції передбачають укладання *двох зовнішньоторгових угод реекспортером* (за першим договором він купує товар, за другим – продає його). ***Перевезення товарів транзитом через країну як реекспорт не розглядається.***

До реімпортних операцій належить повернення забракованого покупцем товарів, повернення товарів, не реалізованих на аукціонах, та через консигнаційні склади. ***Основною ознакою реімпортних операцій є дворазовий перетин товарами кордонів своєї країни – при вивезенні та при ввезенні.*** Повернення вітчизняних товарів з виставок та ярмарок до реімпорту не належить.

3. Орендні операції

Оренда – це фінансово-комерційна операція з надання однією стороною – власником майна (орендодавцем) іншій стороні (орендарю) у тимчасове володіння та користування або у виключне користування на встановлений строк майна за певну винагороду (орендну плату) на основі орендної угоди.

Принципова відмінність орендної угоди від договору купівлі-продажу полягає у тому, що оренда зберігає за продавцем право власності на здане майно, орендар отримує лише право на тимчасове його володіння.

Лізинг, який, по суті, є чимось середнім між орендою та кредитом, - найбільш поширений у міжнародній комерційній практиці вид оренди. ***Лізинг – це специфічна форма фінансування капітальних вкладень, він є альтернативою традиційному банківському кредитуванню та використанню власних фінансових ресурсів, при якій лізингова компанія купує для свого клієнта право власності на майно і передає йому в оренду на тривалий термін.***

Економічні мотиви застосування лізингу порівняно із закупівлею у кредит:

лізингоотримувач швидко оновлює виробництво, використовуючи сучасне дороговартісне обладнання;

лізингодавець передає обладнання лізингоотримувачу у тимчасове використання, залишаючись його власником і у несприятливому випадку завжди може його продати;

лізингоотримувач не платить податок на майно, тому що обладнання не числиться на його балансі;

постачальник обладнання отримує додаткову можливість експорту своєї продукції та освоєння нового ринку.

Тема 8. Структура та зміст міжнародних контрактів купівлі-продажу

1. Особливості оформлення та умови укладання зовнішньоекономічних договорів (контрактів) в Україні.
2. Вибір контрагента.
3. Структура міжнародного контракту.

1. Особливості оформлення та умови укладання зовнішньоекономічних договорів (контрактів) в Україні

Поняття договору (contract) визначають через поняття “угода”, бо він є різновидом угоди. Угода характеризується такими основними ознаками:

- 1) спрямованістю на досягнення певного правового результату (встановлення, зміну, припинення цивільних прав та обов’язків);
- 2) вольовою дією сторін;
- 3) юридичною правомірністю.

Зовнішньоекономічний договір (контракт) – це матеріально оформлена угода двох або більше суб’єктів зовнішньоекономічної діяльності та їхніх іноземних контрагентів, спрямована на встановлення, зміну або припинення їхніх взаємних прав і обов’язків.

Укладання контракту складається з певних етапів:

- пропозиції укласти договір – *оферти*;
- прийняття цієї пропозиції – *акцепт*.

Зміст контракту складають його умови, про які сторони домовилися в процесі укладання контракту. Ці умови відображають специфіку взаємовідносин між сторонами і їх особливі вимоги до предмета та порядку виконання контракту.

Умови контракту діляться на обов’язкові та додаткові.

Обов’язковими умови визначаються якщо одна із сторін не виконує їх, то інша має право розірвати контракт і вимагати відшкодування збитків, а саме наступні умови:

- найменування сторін-учасників угоди;
- предмет контракту;
- якість і кількість;
- базисні умови поставки;
- умови платежу;
- санкції і рекламації;
- юридичні адреси і підписи сторін.

Додаткові умови передбачають, що при порушенні їх однією стороною, інша не має права розірвати угоду, зате може вимагати виконання контрактних зобов'язань і застосовувати штрафні санкції, якщо це передбачено контрактом:

- здавання-приймання товару;
- страховка;
- відвантажувальні документи;
- гарантії;
- пакування та маркування;
- форс-мажорні обставини;
- арбітраж;
- інші умови.

За універсальністю умови контракту можна поділити на:

універсальні, а саме:

- формування преамбули;
- здавання-приймання товару;
- базисні умови поставки;
- умови платежу;
- пакування та маркування;
- гарантії;
- санкції та рекламації;
- форс-мажорні обставини;
- арбітраж;

індивідуальні, а саме:

- найменування сторін учасників угоди;
- предмет контракту;
- якість товару; кількість товару;
- ціна;
- строки поставки;

– юридичні адреси та підписи сторін.

У міжнародній торгівій практиці широко застосовуються типові контракти. **Типовий контракт** – це зразковий договір або ряд уніфікованих статей, викладених у письмовій формі, які сформульовані заздалегідь з урахуванням торгової практики та прийнятих договірними сторонами після того, як вони були погоджені з вимогами угоди. Сфера дій типових контрактів постійно поширюється, в основному їх розробляють великі експортери даного виду продукції. Створенням типових контрактів займаються також торгові палати та федерації експортерів, біржі.

2. Вибір контрагента

Практика показує, що контрагентом при укладанні зовнішньоекономічних контрактів можуть виступати 85 % - фірми, а 15 % - міністерства, відомства та спілки підприємців. Фірми в обов'язковому порядку реєструються у торговому реєстрі. Це робиться для стягнення державою відповідних податків.

Фірми за своїм становищем діляться на одноосібницькі та об'єднані підприємства. Прийнято у європейських країнах поділ об'єднаних підприємств на такі види:

Повне товариство – не зобов'язане публікувати відомості про результати господарської діяльності. Воно може бути розпущеним, якщо один з учасників бажає з нього вийти.

Командитне товариство – це об'єднання двох чи кількох осіб, у якому одні учасники несуть відповідальність як своїм вкладом, так і своїм майном, інші вкладники (командисти) – тільки своїм вкладом.

Товариство з обмеженою відповідальністю (ТОВ) сторони договору несуть відповідальність тільки своїми вкладами, а не майном.

Акціонерне товариство – це об'єднання капіталів шляхом випуску акцій, які є цінними паперами. Відповідальність вкладника обмежується тільки самою акцією.

Одноосібницькі підприємства несуть відповідальність усім своїм майном.

При виборі контрагента досить важливим моментом є вибір тактики переговорів. Основними способами ведення переговорів є: **переписка, особисті зустрічі, використання технічних засобів.** Технічні засоби для ведення переговорів застосовуються рідко, зокрема, тоді, коли: країни, де перебувають контрагенти, розташовані

далеко одна від одної; фірми добра знають одна одну і підтримують довгострокові контакти; необхідно повторити замовлення за раніше укладеним контрактом.

Переписка. Письмову заяву продавця про бажання укласти договір купівлі- продажу називають **офертою**, а особу – **оферентом**. Розрізняють два види оферт:

Вільна оферта – це пропозиція без зобов'язань, зв'язуючих продавця. Вона робиться на одну і ту ж партію товару кільком покупцям. Згода покупця з умовами оферти додатково повинна акцептуватися продавцем. Про те, що оферта вільна, має бути зроблена відповідна помітка.

Тверда оферта – робиться продавцем на певну партію товару лише одному можливому покупцю з вказанням терміну, протягом якого продавець зв'язаний своєю пропозицією. Строк дії оферти обумовлюється в самій оферті.

Переговори шляхом особистих зустрічей мають свої уставлені традиції та звичаї. Більшість контрактів укладається завдяки особистим зустрічам. **Переговори від початку до кінця веде одна й та ж особа.** Її не перебивають і не виправляють. Інші члени делегації висловлюються після надання їм слова.

Договір купівлі-продажу виконаний, коли обидві сторони виконали всі свої обов'язки, зазначені у ньому. **За Віденською конвенцією, продавець зобов'язаний:**

1) передати покупцю, або іншій уповноваженій особі за договором товар і всі документи, що належать до товару в пункти й у терміни, обумовлені договором;

2) передати право власності на товар;

Віденська конвенція передбачає: *якщо продавець не виконав або неналежним чином виконав свої зобов'язання за договором, у розпорядженні покупця є три засоби правового захисту:*

1) право вимагати виконання договору;

2) право вимагати розірвання договору;

3) право вимагати відшкодування збитків.

Віденська конвенція передбачає, що сторона не несе відповідальність за невиконання будь-якого зі своїх зобов'язань, якщо доведе, що:

- невиконання було спричинене перешкодою поза її контролем і
- від неї не можна було «розумно» очікувати усунення цієї

перешкоди до уваги при укладанні договору і

- не можна було «розумно» чекати, що вона уникне або подолає цю перешкоду.

3. Структура міжнародного контракту

Зовнішньоекономічний контракт складається з ряду розділів та підрозділів. Договір може бути визнано недійсним у судовому порядку, якщо він не відповідає вимогам законів України, або міжнародних договорів України. Права та обов'язки сторін зовнішньоекономічної угоди визначаються матеріальним та процесуальним правом місця її укладання, якщо сторони не погодили інше, і відображаються в умовах договору.

До умов, які повинні бути передбачені в договорі, згідно з формою, яка відповідає чинному Законодавству України відносяться:

1. Назва, номер договору (контракту), дата та місце його укладання.

2. Преамбула. Зазначається повне найменування сторін – учасників зовнішньоекономічної операції, під якими вони офіційно зареєстровані, із зазначенням країни, скорочене визначення сторін як контрагентів («Продавець», «Покупець», «Замовник», «Постачальник»), особа, від імені якої укладається договір, та найменування документів, якими керуються контрагенти.

Є обов'язковими при укладанні контракту такі характеристики, без визначення яких договір може бути визнаний недійсним у деяких країнах:

- назва та реєстраційний номер контракту;
- місце (нижче праворуч) та дата його укладання (нижче ліворуч);
- визначення сторін.

3. Предмет договору (контракту). У цьому розділі визначається, який товар один з контрагентів зобов'язаний поставити іншому із зазначенням точного найменування, марки, сорту, або кінцевого результату роботи, що виконується. У разі бартерного договору, або контракту на переробку давальницької сировини визначається також точне найменування зустрічних поставок.

Якщо товар потребує більш детальної характеристики, або номенклатура товару досить велика, то все це зазначається в додатку (специфікації), про що робиться відповідна помітка в тексті договору.

4. Кількість та якість товару (обсяги виконання

робіт, надання послуг). У цьому розділі зазначається залежно від номенклатури, одиниця виміру товару, його загальна кількість та якісні характеристики. Визначаючи кількість товару, сторони повинні узгоджувати:

- одиниці вимірювання кількості;
- порядок визначення кількості;
- систему мір та ваги;
- чи включається тара та упакування у кількість товару;
- які організації визначають кількість товару;
- якими документами засвідчується якість товару.

Визначити якість товару у контракті купівлі-продажу – означає встановити якісну характеристику товару, тобто сукупність властивостей, що визначають придатність товару для використання його за призначенням відповідно до потреб споживача. У міжнародній практиці використовують такі способи визначення якості:

За стандартом (у контракті досить визначити номер та дату стандарту і організацію, яка його розробила).

За технічними умовами (технічні умови ТУ містять докладну технічну характеристику товару, описання матеріалів, з яких він має виготовлятися, правила та методи перевірки і випробувань).

За специфікацією (є додатком до договору і містить необхідні технічні параметри, які характеризують товар).

За зразком (надання продавцем покупцю зразків товарів і підтвердження їх покупцем, після чого вони стають еталоном).

За описом (у контракті докладно описуються всі властивості товару)

5. **Базисні умови та строк поставки товарів.** У цьому розділі зазначається вид транспорту та базисні умови поставки (у відповідності до міжнародних правил інтерпретації комерційних термінів «Інкотермс 2000» чинної редакції, які визначають обов'язки контрагентів щодо поставки товару і встановлюють момент переходу ризиків від однієї сторони до іншої, а також конкретний строк поставки товарів). Витрати з доставки товару, які відповідно до базисної умови, несе продавець, входять у ціну товару, утворюючи її основу – **базис**. Крім того, базисні умови поставок визначають зобов'язання сторін із страхування вантажів, оформлення комерційної документації, отримання ліцензій, оплати мит, направлення

повідомлень тощо.

Визначення строку поставки у контракті означає визначення часу, коли товар повинен бути доставлений продавцем в узгоджений сторонами географічний пункт. Географічні пункти визначаються базисними умовами контракту Наприклад, «Строк поставки 5 січня 2006 року FOB порт Одеса (Інкотермс 2010)».

6. **Ціна та загальна вартість договору (контракту).** Визначається ціна одиниці виміру товару та загальна вартість виконаних робіт, що поставляються згідно з договором, крім випадків, коли ціна товару розраховується за формулою, та валюта контракту. Якщо згідно з договором поставляються товари різної якості та асортименту, ціна встановлюється окремо за одиницю товару кожного сорту, марки, а окремим пунктом договору зазначається його загальна вартість При розрахунках ціни договору за формулою зазначається орієнтована вартість договору на дату його укладення.

7. **Умови платежів.** Цей розділ визначає валюту платежу, спосіб, порядок та строки фінансових розрахунків та гарантії виконання сторонами взаємних платіжних зобов'язань. Залежно від обраних сторонами умов платежу в тексті договору зазначаються: умови банківського переказу до/ після відвантаження товару або умови документарного акредитива, або інкасо.

8. **Умови приймання-здавання товару.** У цьому розділі визначаються строки та місце фактичної передачі товару, перелік товаросупровідних документів. Приймання-здавання проводиться за кількістю згідно з товаросупровідними документами, за якістю – згідно з документами, що засвідчують якість товару. Відповідно до усіх умов «Інкотермс 2000» продавець до поставки товару повинен за свій рахунок забезпечити перевірку товару. Дані цієї перевірки відображаються в товаросупроводжуючих документах. Перевірка товару як за кількістю, так і за якістю може здійснюватися двома методами:

- вибіркоvim, який застосовується до товарів, що поставляються у тарі та пакуванні, якщо існує домовленість сторін про застосування вибіркового методу та поширення результатів перевірки на всю партію товару. У разі застосування вибіркового методу, у контракті встановлюється частка у процентах від партії товару, яка підлягає перевірці, або визначається мінімум одиниць, що підлягають перевірці, та спосіб їх відбору;

- суцільним, який використовується найчастіше.

У контракті обумовлюється питання про те, хто здійснює здавання-приймання товару. Прийняття може здійснюватися:

- сторонами, або їх представниками спільно;
- зазначеною у контракті компетентною організацією у країні експортера, яка видає сертифікат про якість;
- зазначеною у контракті незацікавленою контролюючою організацією, призначеною за згодою сторін.

9. **Упаковка та маркування.** Цей розділ містить відомості про упаковку товару (ящики, мішки, контейнери), нанесене на неї відповідне маркування (найменування продавця та покупця, номер договору, місце призначення, габарити, спеціальні умови складування і транспортування), а за необхідності також і умови повернення.

Вид та характер пакування залежить від:

- особливостей товару, який підлягає пакуванню;
- способу, відстані та тривалості транспортування товару, можливості перевантаження у дорозі, температурного режиму під час транспортування, сумісності з іншими вантажами;
- кліматичних умов країни призначення;
- вимог митного режиму країни призначення.

10. **Форс-мажорні обставини.** Цей розділ містить відомості про те, за яких випадків умови договору можуть бути не виконані сторонами (стихійні лиха, воєнні дії, ембарго, втручання з боку влади). При цьому сторони звільняються від виконання зобов'язань на строк дії цих обставин, або можуть відмовитися від виконання договору частково. Або в цілому без додаткової фінансової відповідальності. Строк дії форс-мажорних обставин підтверджується торгово-промисловою палатою відповідної країни. Згідно з рекомендаціями Міжнародної торгової палати (МТП) форс-мажорні обставини поділяються на такі категорії:

- а) повинь (але щорічний розлив річок не є форс-мажорною обставиною), землетрус, шторм, осідання ґрунту, цунамі, інші стихійні лиха природи, епідемії;
- б) пожежі, вибухи, вихід з ладу, чи пошкодження машин, устаткування;
- в) страйки, саботаж та інші непередбачені

обставини на виробництві;

d) оголошена, чи неоголошена війна, революція, масові безпорядки, піратство;

e) законні, або незаконні дії органів державної влади чи управління та їх структурних підрозділів, які перешкоджають виконанню контракту.

11. **Санкції та рекламації.** Встановлює порядок застосування штрафних санкцій, відшкодування збитків та пред'явлення рекламацій у зв'язку з невиконанням, або неналежним виконанням одним із контрагентів своїх зобов'язань. При цьому мають бути визначені чітко розміри штрафних санкцій, строки, протягом яких рекламації можуть бути заявлені, особи врегулювання рекламацій.

12. **Урегулювання спорів у судовому порядку.** У цьому розділі визначаються умови та порядок вирішення спорів у судовому порядку щодо тлумачення, невиконання, або неналежного виконання договору з визначенням назви суду або з чітким визначенням критеріїв суду будь-якою зі сторін залежно від предмета та характеру спору.

13. **Місцезнаходження (місце проживання), поштові та платіжні реквізити сторін.** Зазначаються місцезнаходження, повні поштові та платіжні реквізити (№ рахунку, назва та міс знаходження банку, контрагентів договору).

Тема 9. Міжнародні розрахунки і банківське обслуговування зовнішньоекономічної діяльності

1. Суть, способи та форми розрахунків
2. Визначення валюти ціни та валюти платежу
3. Форми розрахунків
4. Засоби розрахунків

1. Міжнародні розрахунки – це система організації, регулювання та здійснення платежів за грошовими вимогами, які виникають при здійсненні ЗЕД. Ці розрахунки здійснюються в порядку безготівкових розрахунків через банки, які підтримують взаємні кореспондентські зв'язки. Робиться це так: банк у країні імпортера списує суму платежу з рахунка свого клієнта та зараховує її

на рахунок іноземного банку-кореспондента, а банк в країні експортера списує цю суму з рахунку кореспондента та зараховує її на рахунок свого клієнта, що експортував товар

Платіж – завершальна стадія взаєморозрахунків у відносинах з партнером. **Умови платежу** – один з ключових компонентів зовнішньоекономічного договору, бо містить узгоджені сторонами умови платежів, засіб і порядок розрахунків, а також гарантії виконання сторонами взаємних платіжних зобов'язань.

Умовами платежу визначаються:

- валюта платежу;
- засіб платежу і форма розрахунків;
- обмовки, спрямовані на зменшення або усунення валютного ризику.

Існує загальне правило міжнародної торгівлі, відповідно до якого:

при відсутності в тексті контракту вказівки конкретного моменту здійснення оплати вартості товару, що постачається, таким моментом вважається саме момент передачі в розпорядження покупця товару або товаросупровідних документів;

при відсутності в тексті контракту умов про місце оплати вартості товару, таким місцем вважається місце перебування комерційної організації продавця.

При укладанні зовнішньоекономічних договорів (контрактів) використовуються такі умови оплати товару:

- оплата вперед;
- відстрочка платежу;
- оплата на виplat.

Термін платежу і засіб платежу сторони встановлюють досить чітко. Якщо терміни не встановлені прямо, то платіж здійснюється через певне число днів після повідомлення продавцем покупцю про те, що товар дається в його розпорядження або товар готовий до відвантаження. **Засіб платежу** визначає, коли повинна здійснитися оплата товару стосовно його фактичного постачання.

Основними засобами платежу є:

Наявний платіж – повна, або часткова оплата товару достроково, або в момент переходу товару чи товаросупровідних документів у розпорядження покупця.

Платіж авансом – передбачає виплату покупцем постачальнику узгоджених в контракті сум у рахунок належних за контрактом платежів до передачі товару в його розпорядження, а частіше усього до початку виконання замовлення.

Платіж у кредит – передбачає розрахунок за угодою на основі виданого експортером імпортеру фірмового кредиту.

2. Визначення валюти ціни та валюти платежу

Валюта ціни – це валюта, у якій виражена ціна товару у контракті. Українська гривня не є вільноконвертованою валютою (ВКВ), і тому зовнішньоторгові операції України з іншими країнами здійснюються у ВКВ країн з розвинутою ринковою економікою.

Теоретично валютою ціни може бути будь-яка ВКВ. Але інтереси експортерів та імпортерів при формуванні валютних умов завжди протилежні: *експортери прагнуть фіксувати ціни товарів у ВКВ, курс яких стабільний, або має тенденцію до підвищення; імпортери прагнуть фіксувати ціни товарів, які закуповують у ВКВ, що має тенденцію до знецінення.*

У торгівлі готовими виробами валюта ціни є предметом угоди між продавцем-експортером та покупцем-імпортером, причому валюту ціни, зазвичай, пропонує експортер, а імпортер може погоджуватися, або ні. У торгівлі сировиною та продуктами харчування застосовуються типові умови поставок, які розроблені ГАТТ/СОТ, міжнародними товарними біржами.

Валюта платежу за товар – це валюта, в якій відбувається оплата товару за контрактом. В основному платіж здійснюється у ВКВ. Валютою платежу у торгівлі з фірмами розвинутих країн є валюта цих країн; у торгівлі із слаборозвинутими країнами – вільно конвертована валюта промислово-розвинутих країн, причому в експортних контрактах валюта тієї із країн, в банках якої зберігаються надходження слаборозвинутої країни від експорту.

Валюта платежу зазвичай збігається з валютою ціни і називається **валютою контракту**.

Якщо валюта ціни та платежу не збігаються, то у контракти включається курс перерахунку валют, за яким валюта ціни перераховується у валюту платежу.

Валютна обмовка – це умова, що включається в договір міжнародної купівлі-продажу товарів з метою страхування експортера від ризику зниження курсу валюти платежу між моментом укладення

угоди і фактичним моментом оплати. Валютна обмовка фіксує курс однієї валюти щодо іншої, щоб уникнути втрат від девальвації або ревальвації. Є два види валютної обмовки:

- 1) встановлення в угоді про ціну товару в якості валюти контракту стійкої валюти. При зниженні її курсу ціна платежу збільшується;
- 2) включення умов про зміну ціни товару в тій же пропорції, у якій відбудеться зміна курсу, узгодженого між сторонами валютного платежу стосовно валюти контракту.

3. Форми розрахунків

Форми розрахунків - це сформовані у міжнародній і комерційній та банківській практиці і врегульовані законодавством країни-учасника розрахунків способи оформлення, передачі та оплати товаророзпорядчих та платіжних документів, що виконуються через банк.

Існує п'ять основних форм розрахунків:

1. Авансовий платіж;
2. Банківський переказ;
3. Акредитив;
4. Інкасо;
5. Відкритий рахунок.

У вищезазначеному переліку різні форми розрахунків розміщені у порядку зростання ризиків для експортера та, відповідно, зменшення ризику для імпортера при їх використанні. Авансовий платіж є найбільш ризикованим для імпортера та найменш ризикованим – для експортера; відкритий рахунок є найбільш ризикованим для експортера. *Усі форми міжнародних розрахунків здійснюються у безготівковій формі*, тобто шляхом певних банківських документів, які банки адресують один одному.

Авансовий платіж передбачає передачу покупцем продавцю грошової суми, або майнової цінності до відвантаження товару у рахунок виконання зобов'язань за контрактом. *Недоліком авансової форми розрахунків є комплексний ризик імпортера, який полягає у такому:*

- експортер може не поставити товар, або поставити несвоєчасно, невідповідної якості, або неправильної сертифікації;
- експортер може не дотримуватись асортименту товару, умов транспортування, пакування, що зробить товар некондиційним;

- імпортер фінансує поставку за певний проміжок часу, до того як він фізично отримує товар у своє розпорядження, тобто він «зв'язує» свій капітал до отримання товару.

Банківський переказ – це просте доручення комерційного банку імпортера своєму банку-кореспонденту (банку імпортера) виплатити певну суму грошей за дорученням та за рахунок переказодавця (імпортера) іноземному отримувачу із зазначенням способу відшкодування банку-платнику виплаченої ним суми. Банки несуть мінімальну відповідальність при банківському переказі, і тому збирають при цій формі розрахунків мінімальну комісію.

Акредитив – це заповнений на формалізованому бланку договір, у якому банк, що відкриває акредитив, бере на себе зобов'язання здійснити за розпорядженням та за рахунок покупця платіж зазначеної у ньому суми третій особі проти подання продавцем передбаченого у ЗТК комплексу документів, які підтверджують поставку товару згідно з умовами контракту. Акредитивна форма розрахунків практично виключає платників із процесу прийняття рішення – платити чи не платити за поставлені товари, оскільки ця форма передбачає укладення окремого від ЗТК платіжного договору, яким є акредитив.

Види акредитивів:

покриті (депоновані) – акредитиви, при відкритті яких банк-емітент перераховує власні кошти платника чи поставлений йому кредит у розпорядження банку-постачальника на весь термін дії зобов'язань;

непокритий (підтверджений) акредитив може відкриватися у виконуючому банку шляхом надання йому права списувати всю суму акредитиву з відкритого у ньому рахунку банка-емітента;

відзивний акредитив може бути змінений, чи анульований банком-емітентом без попереднього узгодження з постачальником;

безвідзивний акредитив – не може бути анульований, чи змінений без згоди постачальника, на користь якого він відкритий;

неділимий – вся належна експортерів сума буде виплачена після завершення всіх поставок чи після останньої часткової поставки. Такий акредитив захищає інтереси покупця.

Для експортера найвигіднішим є акредитив безвідзивний, підтверджений, ділимий.

Інкасо – це банківська розрахункова операція, за допомогою

якої банк за дорученням свого клієнта (експортера) отримує на основі розрахункових документів належні клієнтові кошти від платника (імпортера). Для експортера інкасо часто виявляється неприйнятним через те, що він спочатку повинен відвантажити товар, а тоді передавати документи у банк і чекати виконання покупцем своїх зобов'язань щодо оплати.

Види інкасової форми розрахунків:

- *документарне інкасо* – це інкасо фінансових документів, які супроводжуються комерційними документами (рахунки, транспортні страхові документи);

- *чисте інкасо* – це інкасо фінансових документів (векселі, чеки та інші документи, що використовуються для отримання платежів), які не супроводжуються комерційними документами.

Відкритий рахунок - експортер поставляє товар та товаророзпорядчі документи на адресу імпортера без гарантійних платежів з його боку. Імпортер записує суму відвантаження у кредит рахунка постачальника. Протягом обумовленого у контракті терміну імпортер повинен оплатити вартість товару шляхом банківського переказу, чека чи векселя строком платежу за пред'явленням. Після оплати сторони роблять у своїх документах оборотні записи.

Для покупця розрахунки за відкритим рахунком є:

- найбільш вигідною формою платежу, оскільки він здійснює платіж лише по отриманні товару, тобто відсутній ризик оплати непоставленого, або некондиційного товару;

- найпростішою та найдешевшою формою розрахунків.

4. Засоби розрахунків

Найважливішими засобами розрахунків по ЗТК є векселі, чеки та банківські перекази.

Вексель – це цінний папір, що оформляється у строгій відповідності з вимогами закону та містить безумовне абстрактне грошове зобов'язання.

Переказний вексель (тратта) є безумовним наказом кредитора адресованому боржнику оплатити у встановлений у ньому термін зазначену суму трасанту або третій особі, якою найчастіше виступає банк продавця. Для того щоб цей документ – трата – набув юридичної сили, покупець повинен акцептувати його після одержання товару і тим самим прийняти на себе зобов'язання оплатити переказний вексель на термін.

Акцепт – здійснюється у вигляді запису «акцептований», або іншим рівнозначним записом, або простим підписом платника, зробленим на лицьовому боці векселя.

Тратта має абстрактний характер, тобто самостійним зобов'язанням боржника відносно кредитора, а не складовою частиною контракту. Тратта є оборотним документом і може передаватися одним векселетримачем на користь іншого передавальним написом – *індосаментом*. Напис робиться на зворотному боці векселя або на додатковому аркуші та підписується індосаментом (тобто особою, що зробила передавальний напис).

Простий вексель – це безумовне зобов'язання боржника (векселедавця) виплатити зазначену суму після закінчення встановленого у ньому терміну та в обумовленому місці. Він виставляється не кредитором, як переказний вексель, а боржником, і з прямих зобов'язанням платити.

Чек – це письмове розпорядження покупця своєму банку виплатити зазначену у ньому суму чекотримачу готівкою або шляхом її перерахування на його рахунок у банку. *Чеки не є грошима, а лише замінюють їх у платіжному обігу*. Видають чеки тільки у межах суми, яка є на поточних та інших рахунках клієнтів банку. Чеки мають точно встановлену форму письмового документу та виписуються на спеціальних бланках.

Відсутність одного з перерахованих реквізитів робить документ недійсним. Існують наступні види чеків:

1. *Чек на пред'явника* виписується пред'явникові і може бути переданий іншій особі як індосаментом, так і без нього.
2. *Іменні чеки*, які виписуються на користь певної особи, і їх передача не може бути здійснена за допомогою звичайного індосамента.
3. *Ордерні чеки*, які виписуються на користь певної особи, або за її наказом Передача чека іншій особі здійснюється за допомогою індосамента із застереженням «наказу».

Банківський переказ – це розрахункова банківська операція яка полягає у пересиланні платіжного доручення одного банку іншому. Платіжним дорученням розраховуються з постачальниками та підрядчиками у разі передоплати ними за узгодженням із різними кредиторами. Платіжні доручення приймаються банками тільки за наявності грошей на рахунках платників.

Тема 10. Організація та функціонування підприємств з іноземним капіталом

1. Підприємство з іноземними інвестиціями.
2. Порядок створення спільних підприємств
3. Ефективність функціонування підприємства з іноземним капіталом

1. Підприємство з іноземними інвестиціями – це підприємство будь-якої організаційної форми, іноземні інвестиції у статутному фонді якого становлять не менше 10%. Іноземні інвестиції можуть здійснюватися у таких формах:

– часткової участі у підприємствах, що створюються разом з українськими юридичними і фізичними особами, або придбання частки діючих підприємств;

– створення підприємств, що повністю належать іноземним інвесторам;

– придбання самостійно, або за участю українських осіб прав на користування землею та використання ресурсів на території України;

2. Ефективність функціонування підприємства з іноземним капіталом

Розміри Статутного фонду відображають у цілому розміри підприємства, хоча і дуже умовно, бо тільки його повна вартість при виході на проектну потужність, розміри основних засобів, обсяг випуску продукції, кількість зайнятих у цілому дадуть уяву про підприємство.

Таким чином, формування Статутного фонду викликає необхідність проробки різних аспектів господарської діяльності підприємства. Ця робота потребує участі всіх партнерів, їхнього взаєморозуміння.

Для оцінки економічної доцільності інвестиційного проекту в цілому необхідно розрахувати ряд показників, серед яких:

- прибуток від реалізації продукції;
- балансовий прибуток;
- чистий прибуток;
- річна і середньорічна рентабельність капітальних вкладень;
- внутрішня норма рентабельності;
- термін окупності проекту;

– валютна самоокупність.

Критерієм ефективності інвестиційного проекту є досягнення максимального інтегрального ефекту за період, що аналізується. Вказані показники доцільно розраховувати зараками (дискретно) накопиченими значеннями (інтегрально).

Економічний ефект, що полягає в отриманні максимального прибутку, визначається як різниця між призведеною до початкового стану здійснення проекту виручкою від реалізації продукції на внутрішньому і зовнішньому ринках та витратами, які включають власні капіталовкладення, витрати, пов'язані з погашенням кредиту, поточні витрати виробництва і транспортування продукції.

У цілому розрахунок основних показників можна звести до такої схеми. Спочатку визначається прибуток від реалізації продукції в t -му році:

$$P_t = P_{St} * k + P_{et} - C_t,$$

де P_t — прибуток від реалізації продукції;

P_{St} — валютна виручка від реалізації продукції в t -му році (якщо ці витрати не внесені до собівартості продукції);

k — курс Національного банку для перерахунку відповідної іноземної валюти в національну (на момент проведення розрахунків);

P_{et} — виручка від реалізації продукції на внутрішньому ринку у i -му році;

C_t — повна собівартість реалізованої продукції у t -му році.

Далі система відррахувань будується відповідно до діючого національного законодавства.

Визначається балансовий прибуток (P_{bt}) як сума прибутку від реалізації продукції, що надійшла в даному році, відсотків за зберігання коштів у банках, інших виробничих і невиробничих надходжень, з відррахуванням податку, виплат по кредиту, включаючи відсотки та інші платежі.

Чистий прибуток (P_{nt}) визначається як різниця між балансовим прибутком і сумою податків, що сплачується до Державного бюджету:

$$P_{nt} = P_{bt} - T_t$$

де T_t — розмір податків

При розрахунку інтегрального ефекту від реалізації інвестиційного проекту доцільно використовувати показник чистого

прибутку:

$$NPV = \sum_{t=1}^T (Pnt + At - Kt) \times at + Lt \times at$$

де Pnt – чистий прибуток

At – амортизаційні відрахування

Kt – капітальні витрати по усіх джерелах фінансування

Lt – ліквідна вартість

At – коефіцієнт дисконтування.

Якщо показник $NPV > 0$ при даному нормативі дисконту, то це означає перевищення внутрішньої норми рентабельності проекту над витратами, пов'язаними зі здійсненням проекту. Якщо показник $NPV < 0$, то інвестиційний проект недоцільно реалізувати, при варіанті $NPV = 0$ інвестиційний проект не має чистого прибутку.

Визначення ефективності участі в інвестиційному проєкті українського і зарубіжного учасників є невід'ємною частиною його аналізу, оскільки може скластися ситуація, коли проєкт у цілому може бути ефективним, але з огляду на інвестиційний клімат, діючу систему оподаткування та інші загальноекономічні фактори може бути неефективним для конкретного учасника проєкту.

Тема 11. Економічна ефективність ЗЕД підприємства

1. Економічний аналіз ефективності ЗЕД підприємств
2. Перспективні напрямки побудови державної економічної моделі зовнішньоекономічних ринкових відносин

1. Економічний аналіз ефективності ЗЕД підприємств

Визначення ефективності ЗЕД проводиться для обґрунтування не лише окремих пропозицій щодо закупівлі та продажу певних товарів. Ці дані можуть бути використані при розробці планів експорту й імпорту в масштабах країни, при оцінці структури та напрямків зовнішньоторговельного обороту. Подібні розрахунки виконуються як в національній, так і в іноземній валюті.

Показники економічної ефективності поділяються на:

- 1) *показники ефекту*, що визначаються як абсолютні значення і відтворюються в грошових одиницях як *різниця між*

результатами діяльності та витратами на її здійснення;

2) **показники ефективності**, що визначаються як співвідношення прибутку від діяльності підприємства до витрат на її здійснення і відтворюються відносними величинами: відсотками, часками одиниці.

Економічною характеристикою будь-якої експортної чи імпоротної операції є **показник валютної ефективності**, який визначається відповідно до експортного та імпортного еквівалентів.

Експортний еквівалент – це набір товарів та послуг, які експортуються з метою отримання необхідної іноземної валюти у випадку повної не конвертованості.

Імпортний еквівалент – це набір товарів та послуг, які імпортуються на отриману від експорту валюту.

Валютна ефективність експортної угоди (E^B_{exp}) визначається за формулою:

$$E^B_{exp} = \frac{Ц_{exp} \cdot K}{З_{exp}},$$

де $Ц_{exp}$ – контрактна ціна одиниці експортної продукції;

K – коефіцієнт кредитного впливу;

$З_{exp}$ – питомі затрати на виробництво та реалізацію експортної продукції.

Якщо значення розрахункового показника перевищує 1, тоді експорт вважається вигідним.

Економічний ефект експорту (E_{exp}) можна визначити за формулою:

$$E_{exp} = (Ц_{exp} \cdot K \cdot K_v - З_{exp}) \cdot N_{exp},$$

де, K_v – середньозважена величина коефіцієнта ефективності використання отриманої від угоди валюти;

N_{exp} – розмір експортної партії, штук.

Загальна оцінка ефективності зовнішньоекономічної діяльності:

$$E_{zed} = П_{exp-imp} / З_{exp-imp},$$

де, $П_{exp-imp}$ – критерій ефективності ЗЕД (прибуток);

$З_{exp-imp}$ – витрати на здійснення експортно-імпортних операцій.

2. Перспективні напрямки побудови державної економічної моделі зовнішньоекономічних ринкових відносин

Основним принципом стратегічного курсу державної економічної політики має стати інноваційна модель структурної перебудови економіки, спрямована на утвердження України як високотехнологічної держави. Основна мета державного регулювання зовнішньоекономічного процесу – створення умов реалізації конкурентних переваг вітчизняної економіки.

Конкурентні переваги України мають розгалужену структуру:

- наявність висококваліфікованих трудових ресурсів при відносно низькій вартості робочої сили;
- значні запаси чорнозему, вигідно розміщені сільськогосподарські угіддя та сприятливі природнокліматичні умови;
- значні вільні виробничі площі, що дозволяє нарощувати виробництво з відносно незначними витратами;
- вигідне положення і розвинена транспортна інфраструктура.

Конкурентоспроможність національної економіки – це вирішальна засада, яка необхідна при розв'язанні проблем лібералізації зовнішньоекономічних зв'язків і рівня «відчиненості» економіки.

Важливим завданням зовнішньоекономічної політики країни є поглиблення інтеграції з найближчими сусідами – європейськими структурами. Визначальним при цьому є забезпечення всебічного динамічного розвитку відносин між Україною та європейським Союзом. На нинішньому етапі розвитку у відносинах з ЄС та Україною першочерговою є можливість приєднання до окремих європейських програм інтеграційного характеру, насамперед у галузях енергетики, транспорту, науки і техніки, інформатики, сільського господарства окремих галузей промисловості, охорони навколишнього середовища.

Напрямки розвитку зовнішньоекономічних зв'язків України:

I. **Метал** – базується на великих покладах різноманітної металічної сировини, в першу чергу – заліза. Отже, це – виробництво залізної руди, металу, машинобудування і приладобудування

II. **Сільське господарство**, яке базується на дуже врожайних землях. Природний урожай землі України є майже найвищий зі всіх країн світу. Природним вважається урожай. Який отримується без будь-якого додавання добрив і з мінімальною кількістю пестицидів.

III. *Виробництво і переробка сільськогосподарської сировини* – це харчова і легка промисловість, сільськогосподарське машинобудування та хімія.

IV. *Транспортна система України*. Україна знаходиться на шляху між сходом і заходом, і транспортні послуги, які ми можемо надавати зовнішньому світу є нашим пріоритетом.

Переваги та ризики вступу України до ЄС.

Вступ України до ЄС можна розглядати у кількох вимірах:

Політичний.

- Передбачає утвердження державності України, набуття повноцінних прав суб'єкта міжнародних відносин.

Економічний вимір.

Має декілька важливих аспектів:

- диверсифікація експорту, збільшення його масштабів внаслідок лібералізації торгового режиму наших партнерів, підвищення темпів розвитку експортно-орієнтованих галузей;

- формування високого конкурентного середовища, активізація інвестиційних процесів,

- ліквідація пільг, субсидій.

Соціальний вимір.

- Теоретично доведено, а практично підтверджено, що зниження митних тарифів веде до зниження внутрішніх цін, що позитивно впливає на зростання реальних доходів населення, підвищення добробуту;

- Розширення сфери послуг, що понесе за собою збільшення їх кількості та асортименту, сприятиме збільшенню робочих місць;

Найсуттєвіші загрози

На макроекономічному рівні посилиться вплив світової кон'юнктури на економіку України. Ускладниться державне регулювання економічного розвитку, яке обумовить необхідність відмови від використання традиційних важелів економіки, а саме:

✓ можливості застосовувати пільги до оподаткування, мита та інших платежів;

✓ списувати заборгованості підприємства перед державою;

✓ використовувати державні закупівлі як інструмент стимулювання державного виробництва;

✓ висувати до іноземних інвесторів вимоги стосовно

джерел придбання ними комплектуючих та напрямків збуту.

На мікроекономічному рівні вітчизняні підприємства можуть виявитися не готовими до жорсткої конкурентної боротьби, що неодмінно викличе в них скорочення виробництва та вивільнення персоналу.

Для населення. Посилиться зв'язок між коливаннями кон'юнктури глобальних ринків товарів і робочої сили та нашими внутрішніми реаліями.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна література:

1. Митний кодекс України від 13 березня 2012 року, № 4495-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/4495-17>.
2. Цивільний кодекс України від 16 січня 2003 року, № 435-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/435-15>.
3. Про зовнішньоекономічну діяльність: Закон України від 16.04.1991, N 959-XII [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/959-12>.
4. Про порядок здійснення розрахунків в іноземній валюті: Закон України від 23.09.1994, N 185/94-ВР [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/185/94-%D0%B2%D1%80>.
5. Про режим іноземного інвестування: Закон України від 19.03.1996, N 93/96-ВР [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/93/96-%D0%B2%D1%80>.
6. Положення про форму зовнішньоекономічних договорів (контрактів): Наказ Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України N 201 від 06.09.2001 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0833-01>.
7. Внешнеэкономическая деятельность предприятий: Учебник для вузов / Под ред. Л.Е. Стровского. – 3-е изд., перераб. и доп. – М: ЮНИТИ, 2003. – 847 с.
8. Гребельник О. П. Основи зовнішньоекономічної діяльності : Підручник/ М-во освіти і науки України, Київський нац. торговельно-економічний ун-т. -К.: Центр учбової літератури, 2013. -452 с.
9. Гуріна Г.С., Луцький М.Г., Мостенська Т.Л., Новак В.О. Основи зовнішньоекономічної діяльності.- Підручник.- К.: Сузір'я, 2007.- 425с.
10. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: Підручник для вузів / Багрова І.В., Редіна Н.І., Власюк В.Є., Гетьман О.О.. За ред. проф. І.В. Багрової. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 580 с.

11. Івасів Б.С. Міжнародні розрахунки: Підручник. – Тернопіль: Карт-бланш, 2004. – 223 с.
12. Канищенко О.Л. Міжнародний маркетинг: Навч. посібник – К.: Політехніка, 2003. – 214 с.
13. Козик В.В., Панкова Л.А., Карп'як Я.С., Григор'єв О.Ю., Босак О.А. Зовнішньоекономічні операції і контракти: Навч. посібник. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 608 с.
14. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: Підручник / За ред. О.А. Кириченка. – К.: Знання, 2005. – 493 с.
15. Рум'янцев А. П. Зовнішньоекономічна діяльність : Навчальний посібник./ 2-ге вид. перероб. та доп./ А. П. Рум'янцев, Н. С. Рум'янцева.- К.: Центр учбової літератури, 2012. - 296 с.
16. Управління зовнішньоекономічною діяльністю: Навч. посібник / За ред. проф. А.І. Кредісова. – К.: ВІРА-Р, 1998. – 448 с.
17. Шкурупій О. В. , Гончаренко В. В. , Артеменко І А. та ін. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: Навч. посіб./ За ред. О. В. Шкурупій. — К.: Центр учбової літератури, 2012. - 248 с.

Додаткова література:

18. Прокушев Е.Ф. Внешнеэкономическая деятельность : Учебно-практическое пособие/ Е. Прокушев., -М.: ИВЦ Маркетинг , 1998. -207с.
19. Управління зовнішньоекономічною діяльністю. / За ред. А. І. Кредісова. — К.: ВІРА — Р, 2003. — 448 с.
20. Вічевич А. М. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності. — Львів: Афіна, 2004. — 140 с.
21. Решетов В. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності : Навч.-метод. пос. для студ. ВНЗ спец. 7050106 Облік і аудит / Валерій Решетов., -Кіровоград: Імекс-ЛТД, 2002. -139 с.
22. Козак Ю.Г. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: Навчальний посібник: 2-ге вид., перероб. та доп. За редакцією Ю.Г. Козака, Н.С. Логвінової, І.Ю.Сіваченка — Київ: Центр навчальної літератури, 2006. — 792 с.
23. Управління зовнішньоекономічною діяльністю : Навч. посібник для студ. вуз./ Під заг. ред. А.І. Кредісова Пер. з рос. Н. Кіт, К. Серажим. -К.: ВІРА-Р, 1998. -447 с.

Web-ресурси:

1. <http://www.ereport.ru> – Світова економіка.
2. <http://www.worldbank.org.ru> - Світовий банк.
3. http://europa.eu/index_en.htm - Official website of the European Union.
4. <http://www.imf.org/external/russian/index.htm> - Офіційний сайт МВФ.
5. <http://www.iccwbo.org/> - Офіційний сайт міжнародної торгової палати.
6. <http://www.ukrstat.gov.ua> - Державний служба статистики України.
7. <http://mfa.gov.ua/ua> - Міністерство закордонних справ України.
8. <http://www.bank.gov.ua> - Національний банк України.
9. <http://www.ssmc.gov.ua> - Державна комісія з цінних паперів і фондового ринку.
10. <http://www.kmu.gov.ua> - Кабінет Міністрів України.
11. <http://www.me.gov.ua> - Міністерство економічного розвитку і торгівлі.
12. <http://www.minfin.gov.ua> - Міністерство фінансів України.
13. <http://sfs.gov.ua/> - Офіційний сайт державної фіскальної служби України.
14. <http://www.qdpro.com.ua> - Інформаційно - аналітичне забезпечення ЗЕД України.