

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ,
МОЛОДІ ТА СПОРТУ УКРАЇНИ
СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

В. В. Сабадаш, С. А. Петровська

ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ

Опорний конспект лекцій та методичні вказівки
до проведення практичних занять та самостійної роботи
для студентів спеціальності «Економіка підприємства»
денної форми навчання

Суми
Сумський державний університет
2013

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ,
МОЛОДІ ТА СПОРТУ УКРАЇНИ
СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ

Опорний конспект лекцій та методичні вказівки
до проведення практичних занять та самостійної роботи
для студентів спеціальності «Економіка підприємства»
денної форми навчання

Затверджено
на засіданні кафедри економіки
та бізнес-адміністрування
як конспект лекцій з дисципліни
«Зовнішньоекономічна діяльність».
Протокол № 1 від 28.08.2012 р.

Суми
Сумський державний університет
2013

Зовнішньоекономічна діяльність : опорний конспект лекцій та методичні вказівки до проведення практичних занять та самостійної роботи / укладачі : В. В. Сабадаш, С. А. Петровська. – Суми : Сумський державний університет, 2013. – 118 с.

Кафедра економіки та бізнес-адміністрування

ЗМІСТ

	С.
ВСТУП.....	6
1. ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТА МИТНО-ТАРИФНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	7
1.1. Міжнародне правове забезпечення ЗЕД	7
1.2. Національне правове забезпечення ЗЕД.....	8
1.3. Митно-тарифне регулювання ЗЕД	10
Контрольні запитання.....	14
Список рекомендованої літератури.....	15
Завдання на практичне заняття.....	16
2. ВИДИ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНИХ КОМЕРЦІЙНИХ ОПЕРАЦІЙ.....	17
2.1. Загальна характеристика зовнішньоекономічних операцій.....	17
2.2. Операції купівлі-продажу	17
2.3. Товарообмінні операції	19
Контрольні запитання.....	23
Список рекомендованої літератури.....	23
Завдання на практичне заняття.....	24
3. ЗОВНІШНЬОТОРГОВІ ПОСЕРЕДНИКИ.....	26
3.1. Методи торгівлі.....	26
3.2. Роль і основні функції посередників у ЗЕД	27
3.3. Класифікація посередників залежно від обсягу повноважень	29
3.4. Класифікація посередників за їх місцем на ринку.....	34
Контрольні запитання.....	35
Список рекомендованої літератури.....	35
Завдання на практичне заняття.....	36
4. ВИХІД ПІДПРИЄМСТВА НА ЗОВНІШНІ РИНКИ.....	37
4.1. Пошук на зовнішніх ринках потенційних покупців	37
4.2. Пошук на зовнішніх ринках потенційних продавців	40
4.3. Маркетингові дослідження	41
Контрольні запитання.....	44
Список рекомендованої літератури.....	44

5. ЗОВНІШНЬОТОРГОВИЙ КОНТРАКТ	46
5.1. Поняття «міжнародний зовнішньоторговий контракт» ..	46
5.2. Зовнішньоторговий контракт купівлі-продажу	47
5.3. Умови контракту	48
5.4. Зміст зовнішньоторгового контракту	50
5.5. Якісні та кількісні характеристики зовнішньоторгового контракту	54
Контрольні запитання.....	58
Список рекомендованої літератури.....	59
Завдання на практичне заняття.....	59
6. БАЗИСНІ УМОВИ ПОСТАЧАННЯ.....	60
Контрольні запитання.....	69
Список рекомендованої літератури.....	69
Завдання на практичне заняття.....	70
7. ЦІНОУТВОРЕННЯ У ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ	71
7.1. Основні підходи до встановлення ціни.....	71
7.2. Визначення рівня і базису ціни	72
7.3. Способи фіксації ціни у зовнішньоторгових контрактах.....	74
7.4. Використання знижок із ціни.....	77
Контрольні запитання.....	78
Список рекомендованої літератури.....	79
Завдання на практичне заняття.....	79
8. УМОВИ ПЛАТЕЖУ ТА ФОРМИ РОЗРАХУНКІВ У ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ	82
8.1. Валюта платежу, валюта ціни, курс перерахунку	82
8.2. Валютні ризики і способи їх усунення	83
8.3. Способи платежу.....	84
8.4. Форми розрахунків	88
Контрольні запитання.....	93
Список рекомендованої літератури.....	93
Завдання на практичне заняття.....	94
9. ОРГАНІЗАЦІЯ МІЖНАРОДНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ	95
9.1. Характеристика транспортних перевезень.....	95
9.2. Морські перевезення.....	96

9.3. Автомобільні перевезення.....	100
9.4. Залізничні перевезення.....	101
9.5. Авіаперевезення	102
Контрольні запитання.....	103
Список рекомендованої літератури.....	104
10. ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ	
ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	105
Контрольні запитання.....	115
Список рекомендованої літератури.....	115
Завдання на практичне заняття.....	115

ВСТУП

Соціально-економічний розвиток національного господарства супроводжується більш широким залученням нашої країни до системи світогосподарських зв'язків. Інтегрування економіки України у світове господарство, її участь у різних видах міжнародного підприємництва підвищує роль та значення зовнішньоекономічної діяльності. Зовнішньоекономічна діяльність, яка здійснюється шляхом проведення комерційних операцій, є важливим елементом механізму управління зовнішньоекономічними відносинами. Зовнішньоекономічні відносини виявляються у формах обміну матеріальними товарами, послугами, продуктами інтелектуальної праці, результатами виробничо-технічного співробітництва між країнами.

Метою викладання дисципліни «Зовнішньоекономічна діяльність» є оволодіння студентами сучасними теоретичними основами, загальними принципами і положеннями зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД) підприємства.

Основними завданнями викладання дисципліни є:

- вивчення дії економічних законів і положень теорії ринкової економіки у ЗЕД;
- дослідження особливостей зовнішньоекономічних операцій і організації роботи зовнішньоторгової фірми;
- вивчення посередницької діяльності фірм і особливостей ціноутворення при провадженні зовнішньоторгових операцій;
- оволодіння принципами та основами ціноутворення при формуванні ціни на товари (послуги) у сфері зовнішньої торгівлі.

Предметом вивчення курсу є економічні відносини, які виникають між економічними суб'єктами при провадженні ними зовнішньоекономічної діяльності.

1. ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТА МИТНО-ТАРИФНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

1. Міжнародне правове забезпечення ЗЕД.
2. Національне правове забезпечення ЗЕД.
3. Митно-тарифне регулювання ЗЕД.

Ключові слова: закон, конвенція, договір, мито, податок, тариф.

У міжнародній торгівлі об'єктами комерційних операцій є *матеріально-речова продукція і послуги*, включаючи результати виробничої і науково-технічної співпраці, які отримують при обміні вартість, тобто стають *товаром*.

1.1. Міжнародне правове забезпечення ЗЕД

Історія міжнародних відносин у галузі ЗЕД налічує більше 300 років. Причому вік двох найстаріших правових актів, які дійсні й зараз, вимірюється більше 100 років: один із них – *«Паризька конвенція з охорони промислової власності»*, прийнята 20 березня 1883 р. Другий акт – *«Мадридська угода про міжнародну реєстрацію знаків»* від 14 квітня 1891 р. Вона витримала 6 переглядів: Брюссель (14.12.1900), Вашингтон (02.06.1911), Гаага (06.11.1925), Лондон (02.06.1934), Ніцца (15.06.1951) і Стокгольм (14.07.1967).

Окрім названих двох угод, до основних правових міжнародних угод, що регламентують ЗЕД, відносять:

- ◆ Конвенцію ООН про договори міжнародної купівлі-продажу товарів;
- ◆ Всесвітню Конвенцію про авторське право 1952 р.;
- ◆ Одноманітний закон про чеки 1931 р.;
- ◆ Європейську конвенцію про зовнішньоторговельний арбітраж.

Остання редакція Конвенції ООН набула чинності

11 квітня 1980 р. (Відень, Австрія) і до цього дня продовжує залишатися базовим юридичним документом, що регламентує міжнародні комерційні процеси.

Основні положення Конвенції:

- Конвенція обмежує сферу своєї дії процесами *«купівлі-продажу товарів між сторонами, комерційні підприємства яких знаходяться в різних державах»* (частина 1, розділ 1, стаття 1 (1));

- «дійсна Конвенція не застосовується до продажу: товарів, придбаних для особистого, сімейного або домашнього використання; з аукціону; в порядку виконавчого провадження чи іншим чином згідно із законом; фондових паперів, акцій, ...; суден водного й повітряного транспорту, а також суден на повітряній подушці; електроенергії»;

- ключовим моментом Конвенції є визначення порядку укладення договору між продавцем і покупцем;

- Конвенція детально обумовлює такі моменти:

- порядок укладання, зміни і розірвання угод;
- порядок регламентації конкретних умов;
- порядок передачі документів і права власності на товар;
- регламентацію транспортування товарів;
- вимоги до відповідності товару певним якісним характеристикам;
- умови розподілу сторонами ризиків;
- критерії визначення порушення договору продавцем і покупцем;
- засоби правового захисту у разі порушення договору продавцем і покупцем.

1.2. Національне правове забезпечення ЗЕД

За час існування України як незалежної держави було видано більше 170 правових документів, що прямо або непрямо регламентують ЗЕД юридичних і фізичних осіб у нашій державі.

До основних необхідно віднести такі:

- ◆ Митний кодекс України (11.07.2002);
- ◆ Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» (16.04.1991);
- ◆ Закон України «Про єдиний митний тариф» (05.02.1992);
- ◆ Закон України «Про застосування спеціальних заходів щодо імпорту до України» (22.12.1998);
- ◆ Закон України «Про інвестиційну діяльність» (18.09.1991) і багато інших.

Одним із основних нормативно-правових документів, які регулюють зовнішньоекономічну діяльність, є Митний кодекс України.

Митний кодекс України визначає засади організації та здійснення митної справи в Україні, регулює економічні, організаційні, правові, кадрові та соціальні аспекти діяльності Державної митної служби України.

Крім того в Митному кодексі зазначені та розглянуті:

- принципи та форми митного контролю; митного оформлення, декларування;
- порядок переміщення та пропуску товарів і транспортних засобів через митний кордон України;
- митні режими щодо товарів і транспортних засобів: імпорт, реімпорт, експорт, реекспорт, транзит, тимчасове ввезення (вивезення), митний склад, спеціальна митна зона, магазин безмитної торгівлі, перероблення на митній території України, перероблення за межами митної території України, знищення або руйнування, відмова на користь держави;
- порядок переміщення товарів громадянами України;
- контроль за переміщенням товарів, що є інтелектуальною власністю;
- принципи і методи визначення митної вартості товарів;
- митні пільги;
- класифікація товарів зовнішньоекономічної діяльності (УКТЗЕД);
- порушення митних правил та відповідальність за них

та ін.

Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» визначає та регулює:

- визначення основних термінів;
- принципи, суб'єкти, види ЗЕД;
- регулювання ЗЕД;
- спеціальні правові режими ЗЕД;
- економічні відносини України з іншими державами та міжнародними міжурядовими організаціями;
- відповідальність у ЗЕД;
- порядок розгляду спорів у ЗЕД.

1.3. Митно-тарифне регулювання ЗЕД

Класичним засобом регулювання зовнішньої торгівлі є митні тарифи, які за характером впливу належать до економічних регуляторів.

Митний тариф становить систематизований перелік (зведення) митних ставок, які визначають розмір оплати за експортними та імпортованими товарами, тобто мита.

Митно-тарифне регулювання виконує дві функції:

1. Протекціоністську (захист вітчизняних товарів від іноземної конкуренції).

2. Фіскальну (поповнення державного бюджету).

Крім того, може впливати на приплив валюти, розвиток регіонів країни, особливо, якщо мова йде про вільні економічні зони та ін.

Митні тарифи можуть бути:

- простими (одноколонними), тобто мати єдину ставку для одного товару чи товарної групи незалежно від країни походження;

- складними (багатоколонними), коли встановлюються дві і більше ставок за кожним товаром залежно від країни походження.

Ставки поділяються на:

- максимальні – діють для країн, з якими відсутні

торгові угоди;

- мінімальні – встановлюються стосовно країн, яким надається режим найбільшого сприяння;

- преференціальні – встановлюються стосовно ввезення окремих товарів з окремих країн, у тому числі тих, що розвиваються.

Основним елементом митного тарифу є мито. Мито – грошовий збір чи податок, який стягує держава з товарів, власності та інших цінностей при перетині кордону. В Україні використовуються експортні, імпорتنі і транзитні види стягнень. У свою чергу їх поділяють:

1) за методом нарахування на:

- адвалерні – нараховуються у відсотках до митної вартості;

- специфічні – нараховуються в твердій сумі до одиниці виміру ваги, площі, об'єму тощо;

- змішані – об'єднують і адвалерні, і специфічні;

2) за характером походження на:

- автономні – вводяться тією чи іншою державою в односторонньому порядку, без згоди з іншою країною;

- конвенційні – встановлюються у процесі угоди чи домовленості з іншою стороною і фіксуються в одному із цих документів;

3) особливі види мита. До них відносять:

- спеціальне – використовується для захисту вітчизняних виробників від імпорتنих конкурентних товарів; для попередження недобросовісної конкуренції; у відповідь на дискримінаційні дії з боку інших держав. Ставка соціального мита встановлюється в кожному окремому випадку;

- антидемпінгове. Демпінг полягає в проникненні товарів на зовнішній ринок за рахунок зниження експортних цін нижче середнього рівня в даних країнах. СОТ із метою захисту від демпінгу вітчизняних виробників може вводити антидемпінгове мито. Останнє використовується у випадку виявлення факту демпінгу, тобто імпорту на територію України товарів за ціною значно нижче їх конкурентної ціни в країні-експортері при тому,

що такий імпорт завдає шкоди вітчизняним виробникам аналогічних товарів;

- компенсаційне – встановлюється у випадку ввезення на територію України товарів, при виробництві чи експорті яких використовувалися субсидії; у випадку експорту з території України товарів, при виробництві чи експорті яких використовувалися субсидії; якщо експорт суперечить інтересам держави. Ставка даного мита не може перевищувати розмір виділеної субсидії.

У світовій практиці і в Україні використовується також сезонне мито, яке встановлюється в основному на окремі товари на певний період (в Україні не більше чотирьох місяців).

Згідно із Законом України «Про єдиний митний тариф» окремі види товарів звільняються від стягнення мита.

Нетарифне регулювання – це комплекс заходів обмежувально-заборонного порядку з метою перешкоджання проникненню іноземних товарів на внутрішній ринок країни.

Мета тарифного регулювання полягає:

- 1) у покращанні конкурентних умов у країні-імпортері;
- 2) у захисті національної промисловості, здоров'я населення, охороні навколишнього середовища, моралі, релігії і національній безпеці.

Нетарифні обмеження є заходами прихованого протекціонізму. На думку спеціалістів, у зовнішній торгівлі використовуються більше 50 таких заходів і можуть здійснюватися як через адміністративні, так і фінансові інструменти регулювання.

До нетарифних заходів регулювання відносять:

- 1) *заборони експорту та імпорту;*
- 2) *кількісні обмеження експорту та імпорту;*
- 3) *«добровільні» обмеження експорту;*
- 4) *антидемпінгові заходи;*
- 5) *технічні бар'єри;*
- 6) *заходи, пов'язані з виконанням митних формальностей:*

- прикордонний податок, який накладається на товари за факт перетину кордону;

- платежі, пов'язані з оформленням документів на митниці, митним оглядом товарів, перевіркою їх якості;
- інші платежі (портові, статистичні, фітосанітарні і т. д.):

7) *імпортний депозит*.

Успішна зовнішньоекономічна діяльність багато в чому залежить не лише від ступеня нормалізації конкуренції на внутрішньому ринку, підвищення конкурентоспроможності вітчизняної продукції, але й від знання можливостей її збуту, дотримання умов роботи на зовнішніх ринках, норм і правил національних і міжнародних засобів впливу на зовнішню торгівлю.

Товари, що ввозять на територію України і входять до переліку, затвердженого Верховною Радою України, обкладаються акцизним податком.

Обчислення акцизного податку здійснюється виходячи з митної вартості товарів, обчисленої за курсом Національного банку України з урахуванням сплачених сум мита, митних зборів і розміру ставок, затверджених за такими формулами:

а) за товари, що підлягають обкладенню митом і митними зборами, грн :

$$\frac{(B + M) \cdot A}{100}; \quad (1.1)$$

б) інші товари, грн :

$$\frac{B \cdot A}{100}, \quad (1.2)$$

де B – митна вартість товару, грн;
 M – мито і митні збори, грн;
 A – ставка акцизного податку, %.

Підставою для обчислення акцизного податку є вантажна митна декларація.

Обчислення податку на додану вартість проводять за

відповідною ставкою (від оподатковуваного обігу). Суму податку обчислюють за такими формулами:

а) товари, що належать обкладанню митом, митним і акцизним податком, грн :

$$\frac{(B + M + A) \cdot P}{100}; \quad (1.3)$$

б) товари, що належать обкладенню митом і митним збором, але не обкладаються акцизним податком, грн :

$$\frac{(B + M) \cdot P}{100}; \quad (1.4)$$

в) інші товари, грн :

$$\frac{B \cdot P}{100}, \quad (1.5)$$

де B – митна вартість, грн;
 M – мито, митна вартість, грн;
 A – акцизний податок, %;
 P – ставка ПДВ, %.

Потрібно зазначити, що сума ПДВ за придбані матеріали, сировину та інші вироби не зменшує суму ПДВ, яка належить сплаті до бюджету, а разом із вартістю придбаних товарів включається до витрат виробництва й обігу.

Контрольні запитання

1. Що регулює та в чому сутність Конвенції ООН про договори міжнародної купівлі-продажу товарів?
2. Які Ви знаєте основні українські нормативно-правові акти, що регулюють ЗЕД?
3. Наведіть основні положення Митного кодексу

України?

4. Наведіть основні положення Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність»?

5. Що таке митно-тарифне регулювання? Які його функції й завдання?

6. Які види мита виділяють у торговій практиці?

7. Яка економічна сутність тарифних методів регулювання ЗЕД?

8. Які функції митного тарифу як інструменту регулювання ЗЕД?

9. У чому сутність нетарифного регулювання і які його види виділяють?

10. Яка економічна сутність і форми нетарифних методів регулювання ЗЕД?

11. Проілюструйте використання на практиці такого нетарифного методу регулювання ЗЕД, як демпінг.

Список рекомендованої літератури

1. Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» від 16 квітня 1991 р., № 959-ХІІ.

2. Закон України «Про застосування спеціальних заходів щодо імпорту в Україну» від 22 грудня 1998 р., № 332-ХІV.

3. Закон України «Про Єдиний митний тариф» від 5 лютого 1992 р., № 2097-ХІІ.

4. Митний кодекс України від 11 липня 2002 року, № 92-ІV.

5. Цивільний кодекс України від 16 січня 2003 року, № 435-ІV.

6. Білоцерківець В. В. Міжнародна економіка : підручник / за ред. А. О. Задой, В. М. Тарасевича. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 416 с.

7. Гребельник О. П. Основи зовнішньоекономічної діяльності : підручник / О. П. Гребельник. – К. : ЦУЛ, 2004. – 382 с.

8. Основи зовнішньоекономічної діяльності : [підручник] / Г. С. Гуріна, М. Г. Луцький, Т. Л. Мостенська, В. О. Новак. – К. : Сузір'я, 2007. – 425 с.

9. Дідківський М. І. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства : навчальний посібник / М. І. Дідківський. – К. : Знання, 2006. – 462 с.

10. Дроздова Г. М. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності : навчальний посібник / Г. М. Дроздова. – К. : ЦУЛ, 2002. – 172 с.

11. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств : [підручник для вузів] / І. В. Багрова, Н. І. Редіна, В. Є. Власюк, О. О. Гетьман ; за ред. д-ра екон. наук, проф. І. В. Багрової. – К. : ЦУЛ, 2004. – 580 с.

12. Кириченко О. А. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності : навчальний посібник / О. А. Кириченко. – [3-тє вид., перероб. і доп.] – К. : Знання-прес, 2002. – 384 с.

13. Основы внешнеэкономических знаний : словарь-справочник / [С. И. Долгов, В. В. Васильев, С. П. Гончарова и др.]. – [2-е изд., перераб. и доп.]. – М. : Высшая школа, 1993. – 383 с.

14. Саллі В. І. Основи зовнішньоекономічної діяльності : навчальний посібник / В. І. Саллі, О. В. Трифонова, В. Я. Швець. – К. : Професіонал, 2005. – 152 с.

15. Словник економічних термінів: рос.-укр.-англ. / [О. М. Дрозд, В. В. Дубічинський, А. С. Д'яков та ін.]; за ред. Т. Р. Кияка. – К. : Вид. дім «КМ Academia», 1997. – 264 с.

16. Тарасевич В. М. Міжнародна економіка : підручник / В. М. Тарасевич. – К. : ЦУЛ, 2006. – 224 с.

17. Шевчук В. О. Міжнародна економіка: теорія і практика : підручник / В. О. Шевчук. – [2-ге вид., переробл. і доп.]. – К. : Знання, 2008. – 663 с.

Завдання на практичне заняття

Вартість товару, що імпортується в Україну, становить 1240 грошових одиниць за 1 т, вага партії – 5200 кг. Ставка мита становить – 23 %, акциз – 0,2 грошові одиниці за 1 кг. Визначити: суму мита, акцизу і податку на додану вартість (ставка – 20 %), що необхідно сплатити до бюджету, та вартість товару (за 1 т) з урахуванням мита, акцизу, податку на додану вартість та 38 % надбавки на товар, за якою імпортер планує реалізувати товар на внутрішньому ринку.

2. ВИДИ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНИХ КОМЕРЦІЙНИХ ОПЕРАЦІЙ

1. Загальна характеристика зовнішньоекономічних операцій.
2. Операції купівлі-продажу.
3. Товарообмінні операції.

Ключові слова: експорт, імпорт, товар, операція, продаж, товарообмін.

2.1. Загальна характеристика зовнішньоекономічних операцій

Обсяг міждержавної торгівлі складається з багатьох окремих зовнішньоторговельних операцій, що здійснюються як великими, так і малими фірмами. Роль кожної країни у світовій економіці і міжнародній торгівлі визначається позицією тих чи інших галузей і фірм.

Міжнародні комерційні операції можна поділити на операції **купівлі-продажу** і **товарообмінні** операції. Така класифікація ґрунтується на тому, що при операціях купівлі-продажу продавець (експортер) зобов'язується передати товар, що є об'єктом операції, у власність покупцеві (імпортеру) за умови, що останній зобов'язується сплатити за товар визначену грошову суму, тоді як при товарообмінних операціях один товар обмінюється на інший з дотриманням певних умов, залежно від типу операції.

2.2. Операції купівлі-продажу

Експорт – продаж товарів українськими суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності іноземним суб'єктам господарської діяльності (у т. ч. з оплатою в негрошовій формі) з вивезенням або без вивезення цих товарів через митний кордон України, включаючи реекспорт товарів.

Імпорт – купівля (у т. ч. з оплатою в негрошовій формі) українськими суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності в іноземних суб'єктів господарської діяльності товарів з ввезенням або без ввезення цих товарів на територію України, включаючи купівлю товарів, призначених для власного споживання установами та організаціями України, розташованими за її межами.

Реекспорт – продаж іноземним суб'єктам господарської діяльності та вивезення за межі України товарів, що були раніше імпортовані на територію України. Реекспортні операції передбачають продаж і вивіз із країни раніше ввезених до неї товарів без їх перероблення. Країна, яка ввозить, а потім вивозить товари в третю країну, називається реекспортером. Реекспортні операції передбачають укладення двох зовнішньоторговельних угод реекспортером. За першою угодою він купує товар, а за іншою – продає його. Найголовнішою умовою реекспортної операції є те, що реекспортер не піддає товари переробленню, не вносить до їх конструкції і дизайну будь-яких змін. Реекспортні операції здійснюються в основному за замовленням кінцевого імпортера, якщо він не має виходу на ринок країни експортера і не хоче зазнавати витрат, пов'язаних із таким виходом. Йому простіше звернутися до реекспортера, у якого є тісні зв'язки з експортером.

Реімпорт – ввезення раніше вивезених за кордон товарів, які не піддавалися обробленню, тобто це експортні операції, що не відбулися. Сюди відносять: повернення покупцем бракованого товару; повернення товару, що не був проданий через аукціон; повернення товару, нереалізованого через консигнаційні склади. Основною ознакою реімпортних операцій є перетинання вітчизняними товарами митниці двічі: при вивезенні і ввезенні. Товари, які повертаються із виставок і ярмарок, до реімпортованих не відносять.

2.3. Товарообмінні операції

Зустрічна торгівля – зовнішньоторговельні операції, при здійсненні яких у документах (угодах або контрактах) фіксуються тверді зобов'язання експортерів та імпортерів провести повний або частково збалансований обмін товарами. В останньому випадку різниця у вартості покривається грошовими платежами.

Ініціаторами розвитку зустрічної торгівлі є імпортери, які в умовах браку валюти можуть здійснювати закупівлі необхідних товарів з повною або частковою сплатою за них постачаннями своїх товарів. В умовах загострення проблеми збуту експортери вимушені йти на те, щоб отримувати від покупця не грошовий еквівалент їх вартості, а інші товари, які вони або використовують у власному виробництві, або реалізують на ринку.

Експерти ООН виділяють три основні види міжнародних зустрічних операцій: бартерні операції, торгові компенсаційні операції, промислові компенсаційні операції.

Фахівці Організації економічного співробітництва і розвитку (ОЕСР) поділяють всі міжнародні зустрічні операції на дві категорії: торгова компенсація, промислова компенсація.

Під **торговою компенсацією** розуміють одну операцію на невелику або помірну суму, включаючи обмін украй різнорідними товарами, які, як правило, органічно не зв'язані між собою.

Під **промисловою компенсацією** розуміють такі операції, які охоплюють продаж зв'язаних між собою товарів на більш значну суму, що, як правило, відповідає вартості комплектного промислового устаткування або готових підприємств.

Операції на основі натурального обміну – бартер. Бартер – це операція із обміну певної кількості товарів одного або різних видів на еквівалентну за вартістю кількість іншого товару (товарів). Таким чином, бартерна операція не припускає будь-яких грошових розрахунків між контрагентами. Перевага цієї операції перед операцією купівлі-продажу полягає в тому, що для її здійснення не потрібна валюта, і сторони не вдаються

до посередництва банків. Вартісна оцінка товарів здійснюється для забезпечення еквівалентності обміну.

Зустрічні закупівлі. Зустрічні закупівлі означають зобов'язання експортера придбати на певну суму товари в країні імпортера. Ці операції оформляються двома контрактами, причому іноді не зазначаються конкретні товари, а фіксуються терміни і сума закупівлі.

Компенсаційні операції. Компенсаційні операції відрізняються від бартерних тим, що відбувається обмін декількома товарами з кожного боку. Продавець погоджується отримати оплату частково або повністю у вигляді поставок яких-небудь товарів покупця. Як правило, це оформляється одним контрактом. По-перше, кожен партнер виставляє рахунок за свої поставання в грошовій формі. По-друге, експортер може доручити виконання своїх зобов'язань за зустрічним імпортом третій стороні. З компенсаційними операціями пов'язане поняття «неконвертоване сальдо», яке повинно бути використане в країні кредитора. Якщо між сумами товарів, що постачаються, є різниця, то вона повинна зберігатися контрагентом-боржником на спеціальному рахунку в банку країни контрагента, що постачає товар на велику суму. Ця різниця повинна бути витрачена боржником у країні контрагента, тому вона називається «неконвертованим сальдо».

Авансові закупівлі. У цьому випадку первинні і зустрічні поставання ніби міняються місцями, тобто сторона, яка зацікавлена у продажу своїх товарів певному покупцеві, спочатку купує які-небудь товари або послуги у нього.

Угода про «офсет». Експортер погоджується купити в країні імпортера товари на суму, що становить певну частку від суми експортного поставання, причому така частка найчастіше перевищує 100 %. Операції такого роду, як правило, пов'язані з дорогими програмами закупівель зброї і військової техніки.

Зустрічні поставання як складова частина промислової співпраці, наприклад **великомасштабні операції на компенсаційній основі (buy-back).** Експортер постачає устаткування на умовах кредиту, причому оплата кредитів, що

надаються, повинна проводитися після отримання виручки від зустрічних поставок продукції. В рамках таких угод на умовах кредиту імпортується машини, устаткування, матеріали і деякі інші види товарів для будівництва промислових об'єктів. Згодом валютна виручка від експорту частини продукції цих підприємств виступає як джерело погашення кредиту.

Від звичайної компенсаційної операції, описаної вище, великомасштабні операції на компенсаційній основі відрізняються таким:

- ◆ компенсаційні операції, як правило, незначні за сумою, тоді як великомасштабні операції обчислюються сотнями тисяч, а то і мільйонами доларів;

- ◆ великомасштабна операція здійснюється на умовах кредиту, причому довгострокового і на значні суми, а тому для її реалізації залучаються великі банки;

- ◆ підписанню угоди про великомасштабну операцію, як правило, передують угоди між країнами на урядовому рівні;

- ◆ великомасштабні операції мають, як правило, довгостроковий характер (до 10 років і більше).

Операції з (на) давальницькою сировиною (толінгові операції). Операції на давальницькій сировині полягають у переробленні іноземної сировини з розрахунками за роботу початковою сировиною або продуктами перероблення.

Через нерівномірний розвиток продуктивних сил різні країни мають несиметричні потужності з видобування і перероблення сировини, що створює передумови до укладання міжнародних угод, за якими одна із сторін зобов'язується експортувати початкову сировину та імпортувати продукти перероблення або готову продукцію, інша – переробляти сировину, що називається давальницькою, власними засобами.

Викуп застарілої продукції. Відбувається залік залишкової вартості товарів, що викупляються, в ціні нових. Ця форма торгівлі є одним із найефективніших способів, що дозволяє збільшити обсяги продажів в умовах жорсткої конкуренції на ринках збуту, і широко застосовується при збуті легкових автомобілів, сільськогосподарської техніки,

електронно-обчислювальних машин, машино-технічних виробів: автотранспортної техніки, дорожньо-будівельної техніки, сільськогосподарських машин, а останніми роками і літако-вертолітної техніки і т. д.

Ініціатором таких операцій є, як правило, імпортер. Якщо експортер пропонує імпортерові придбати у нього нові машини, то імпортер ставить обов'язковою умовою викупити у нього застарілу техніку. Мова йде, звичайно, про техніку одного профілю. Якщо пропонуються автомобілі, то і викупляти необхідно автомобілі. Але автомобілі, пропоновані на викуп, повинні бути в експлуатаційному стані. При цьому автомобілі, що були придбані, можуть бути вироблені іншою фірмою, а не тією, яка пропонує нові. Переговори про продаж нової техніки і про викуп старої проходять одночасно, одночасно узгоджуються і ціни на ті та інші автомобілі. Контракти можуть бути підписані окремо на продаж і на викуп, а може бути укладений один контракт.

Поставки на комплектацію. Контрагент із Болгарії робить замовлення в українського суднобудівного заводу на виготовлення морського транспортного судна. На переговорах після погодження ціни судна болгарський замовник ставить обов'язковою умовою контракту покупку виробником у замовника частини обладнання й приладів для комплектації судна і передає йому заздалегідь складений список таких деталей. Замовник мотивує цю умову тим, що його вітчизняне обладнання краще для експлуатації, ніж іноземне, хоча насправді це може бути викликане бажанням зекономити валюту. Предметом контрактів поставок на комплектацію може бути будь-яке складне обладнання і устаткування, а комплектувальні прилади й деталі – це в основному стандартні двигуни, насоси, акумулятори тощо.

Контрольні запитання

1. Чим відрізняються операції купівлі-продажу від товарообмінних?
2. Які види операцій купівлі-продажу Ви знаєте?
3. У чому різниця між реекспортом і реімпортом?
4. Які види товарообмінних операцій трапляються в торговій практиці?
5. Назвіть причини та поясніть сутність зустрічної торгівлі.
6. Які види зустрічної торгівлі Ви знаєте?
7. У чому полягає специфіка проведення бартерних операцій?
8. Бартер та інші види товарообмінних операцій: основні відмінності.
9. Що таке давальницька сировина?
10. У яких випадках доцільно використовувати товарообмінні операції?
11. У чому сутність поставок на комплектацію?

Список рекомендованої літератури

1. Господарський Кодекс України від 16 січня 2003 року, № 436-IV.
2. Гринько И. С. Внешнеторговые сделки / И. С. Гринько. – Сумы : Фирма "Реал", 1994. – 464 с.
3. Гребельник О. П. Основи зовнішньоекономічної діяльності : підручник / О. П. Гребельник. – К. : ЦУЛ, 2004. – 382 с.
4. Основи зовнішньоекономічної діяльності : [підручник] / Г. С. Гуріна, М. Г. Луцький, Т. Л. Мостенська, В. О. Новак. – К. : Сузір'я, 2007. – 425 с.
5. Дідківський М. І. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства : навчальний посібник / М. І. Дідківський. – К. : Знання, 2006. – 462 с.
6. Дроздова Г. М. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності : навчальний посібник / Г. М. Дроздова. – К. : ЦУЛ, 2002. – 172 с.
7. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств : [підручник для вузів] / І. В. Багорова, Н. І. Редіна, В. Є. Власюк, О. О. Гетьман ; за ред. д-ра екон. наук, проф. І. В. Багрової. – К. : ЦУЛ, 2004. – 580 с.
8. Зовнішньоекономічні операції і контракти : [навч. посіб.] / В. В. Козик, Л. А. Панкова, Я. С. Крап'як та ін. – 2-ге вид., переробл. і доп. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 608 с.

9. Кириченко О. А. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності : навчальний посібник / О. А. Кириченко. – [3-тє вид., перероб. і доп.] – К. : Знання-прес, 2002. – 384 с.

10. Кобушко Т. В. Встречная торговля : прошлое или будущее? / Т. В. Кобушко, С. А. Пономарев – М. : Международные отношения, 1989. – 174 с.

11. Пазуха М. Д. Зовнішньоекономічна діяльність (загальні положення) : [навчально-методичний посібник] / М. Д. Пазуха. – К. : Центр учбової літератури, 2008. – 230 с.

12. Саллі В. І. Основи зовнішньоекономічної діяльності : навчальний посібник / В. І. Саллі, О. В. Трифонова, В. Я. Швець – К. : Професіонал, 2005. – 152 с.

13. Синецкий Б. И. Внешнеэкономические операции: организация и техника / Б. И. Синецкий. – М. : Прогресс, – 1989. – 250 с.

14. Тарасевич В. М. Міжнародна економіка : підручник / В. М. Тарасевич. – К. : ЦУЛ, 2006. – 224 с.

Завдання на практичне заняття

1. Приватна фірма «Альфа» (м. Суми) реалізує фірмі «Бета» (м. Прага) автомобільні акумулятори. Поставка має відбутися за умови передоплати фірмою «Бета» 30 % від вартості товару. Зобразіть схему даної операції та опишіть послідовність дій фірм; назвіть вид операції.

2. Приватна фірма «Альфа» (м. Суми) купує у фірми «Бета» (м. Прага) автомобільні акумулятори. Поставка має відбутися за умови передоплати фірмою «Альфа» 50 % від вартості товару. Зобразіть схему даної операції та опишіть послідовність дій фірм; назвіть вид операції.

3. Приватна фірма «Нафтотрейдекспо» (м. Київ) реалізує нафту фірмі «Белтраст» (м. Краків), яку було придбано у фірми «Петроліз» (м. Санкт-Петербург). Зобразіть схему даної операції та опишіть послідовність дій фірм; назвіть вид операції.

4. Приватна фірма «Канарт» (м. Суми) бажає придбати у фірми «Суфір» (м. Анкара) верхній одяг на суму 100 тис. євро, у свою чергу фірма «Суфір» зацікавлена у придбанні муки 1 сорту на аналогічну суму, що виробляє «Канарт». Зобразіть схему даної операції та опишіть послідовність дій фірм; назвіть вид операції.

5. Українська фірма «Стандарт-зброя» згодна закупити у фірми «Панат» (м. Ісламабад, Пакистан) льон на суму 160 млн дол. США в обмін на закупівлю фірмою «Панат» піхотного озброєння на суму 150 млн дол. США. Зобразіть схему даної операції та опишіть послідовність дій фірм; назвіть вид операції.

3. ЗОВНІШНЬОТОРГОВІ ПОСЕРЕДНИКИ

1. Методи торгівлі.
2. Роль і основні функції посередників у ЗЕД.
3. Класифікація посередників залежно від обсягу повноважень.
4. Класифікація посередників за їх місцем на ринку.

Ключові слова: посередник, торгівля, угода, операція, доручення, агент.

3.1. Методи торгівлі

Метод торгівлі – це спосіб здійснення торгового обміну (торгової операції або торгової угоди).

У міжнародній торговій практиці застосовуються два основні методи торгівлі:

- *прямий метод* (здійснення операції безпосередньо між виробником і споживачем);
- *непрямий метод* (здійснення операції через посередника).

При *прямому методі торгівлі* виникає певна фінансова вигода, оскільки скорочуються витрати на суму комісійної винагороди посередникові, знижуються ризик і залежність результатів комерційної діяльності від можливої недобросовісної або недостатньої компетенції посередницької організації. Але часто буває доцільно, а іноді просто необхідно використовувати *посередників* для проведення міжнародних торгових операцій. Більш ніж половина міжнародного товарного обміну здійснюється за сприяння *торгових посередників*, тобто незалежних від виробників і споживачів товарів торгових фірм, організацій і осіб.

3.2. Роль і основні функції посередників у ЗЕД

Торгово-посередницькі операції пов'язані з купівлею-продажем товарів, що виконуються за дорученням виробників і споживачів товарів незалежним від них торговим посередником на основі угоди, що укладається між ними, або окремого доручення.

Перелік торгового посередника дозволяє збільшити прибуток за рахунок:

- підвищення оперативності збуту товарів і прискорення обороту капіталу;
- зменшення термінів зберігання і передпродажного сервісу;
- зниження витрат обігу на одиницю продукції.

Цивільний кодекс України (ЦК) (від 16.01.2003 р.) передбачає два види представництва (повноваження однієї особи здійснювати певні юридичні дії замість іншої особи): представництва (доручення) (гл. 17, ст. 237-250 ЦК України), що оформляється договором представництва (доручення), і комісію (гл. 69, ст. 1011-1028 ЦК України), що оформляється договором комісії.

Договір представництва (доручення) – цивільно-правовий договір, згідно з яким одна сторона зобов'язується зробити від імені і за рахунок іншої сторони певні юридичні дії.

Договір комісії – договір, за яким одна сторона (комісіонер) зобов'язується за дорученням іншої сторони (комітента) за винагороду укласти угоду від свого імені, але в інтересах і за рахунок комітента.

Господарський кодекс України (ГК) (від 16.01.2003 р.) визначає *комерційне посередництво (агентські відносини)* у сфері господарювання як підприємницьку діяльність, що полягає у наданні комерційним агентом послуг суб'єктам господарювання при здійсненні ними господарської діяльності шляхом посередництва від імені, в інтересах, під контролем і за рахунок суб'єкта, якого він представляє.

Ст. 297 ГК так визначає сутність агентського договору: «За

агентським договором одна сторона (комерційний агент) зобов'язується надати послуги другій стороні (суб'єкту, якого представляє агент) в укладенні угод чи сприяти їх укладенню (надання фактичних послуг) від імені цього суб'єкта і за його рахунок».

Діяльність комерційних посередників (агентів) регулюється положеннями гл. 31 ст. 295-305 ГК.

Таким чином, відносини українських підприємств з українськими посередниками регулюються *договорами представництва* або *комісії*. При зверненні до зарубіжного посередника українські підприємства керуються тим, що відповідні норми іноземного права через умови контрактів або норм міжнародного приватного права можуть застосовуватися до експортно-імпортних операцій українських підприємств.

У зарубіжних країнах відношення посередників з підприємцями регулюються такими видами цивільних договорів:

◆ у країнах дії романо-германської системи права – **договором доручення і договором комісії;**

◆ у країнах дії англо-американської системи права – **агентським договором;**

◆ у решті країн – **договорами про розміщення товарів або послуг** (про надання виняткових прав продажу і про винятковий імпорт, про франшизу та ін.) і **договором про факторинг.**

Посередників, що діють і за договорами представництва, і за договорами комісії, можна назвати «агентами», а договори, що укладаються із посередниками, – «агентськими угодами».

Агент (від *agere* – діяти) – офіційний представник фірми, що виконує різні посередницькі функції. Агент є юридичною особою. Це брокери, дилери, комісіонери, маклери, особисті представники, фондові менеджери, адвокати.

3.3. Класифікація посередників залежно від обсягу повноважень

Посередників за зовнішньою торгівлею можна класифікувати залежно від обсягу повноважень, що надаються ним, і залежно від їх місця на ринку.

Посередників залежно від обсягу повноважень можна розділити на чотири основні групи:

- *посередники, що не мають права підписувати угоди з третіми особами (агенти-представники, брокери/маклери);*
- *посередники, що підписують угоди з третіми особами від свого імені, але за рахунок довірителя (комісіонери, консигнатори);*
- *посередники, що підписують угоди від імені і за рахунок довірителя (агенти-повірені, торгові агенти);*
- *посередники, що підписують угоди з третіми особами від свого імені і за свій рахунок (дистриб'ютори/купці, дилери).*

Агент-представник лише представляє інтереси принципала (довірителя) на певному ринку за узгодженою номенклатурою товару. Обов'язками агента-представника є:

- проводити маркетингові дослідження та інформувати принципала про тенденції ринку, технічні вимоги до товарів і цін;
- створювати сприятливу думку про принципала і його товари в ділових колах і здійснювати рекламу;
- сприяти укладанню і реалізації контрактів;
- організовувати ділові контракти принципалів з імпортерами товарів.

На роль *агентів-представників* залучаються солідні фірми або фізичні особи, що займають достатньо високе положення в ділових колах. Агенту-представнику виплачується винагорода у розмірі 2–5 % від суми операції.

Брокери – це особи, які займаються збутом і придбанням товарів, але самі не є стороною договору (ні продавцем, ні покупцем). Їх завдання – *знайти покупця для продавця і продавця для покупця і сприяти підписанню*

контракту між ними.

За своє посередництво брокер отримує невелику винагороду і, як правило, від тієї сторони, яка до нього звернулася першою. Великі брокерські компанії співробітничать з банками в кредитуванні покупця, іноді самі є кредиторами, а також можуть брати на себе гарантію за покупця.

Комісіонери. Контрагентами в комісійних операціях є *комітент* і *комісіонер*. Суть їх полягає в тому, що комітент доручає комісіонерові від імені комісіонера, але за рахунок комітента здійснити операцію купівлі-продажу з третім контрагентом. Посередником комісіонер є лише для комітента. Для третього контрагента комісіонер буде стороною контракту купівлі-продажу. З комітентом комісіонер будує свої відносини на підставі договору комісії. Договір комісії, як правило, має разовий характер. У договорі комісії обмовляються: мінімальні ціни при експорті та максимальні при імпорті; терміни постачань зазначених партій товарів; граничні технічні і якісні характеристики товару; відповідальність комітентів перед комісіонерами і комісіонерів перед комітентами; розміри і порядок виплати комісійних винагород.

Операції комісії бувають двох видів. Перший вид – це *суто комісійні операції, що відрізняються такими особливостями:*

- комісіонер, продаючи або купуючи товар, діє в межах договору комісії;
- комісіонер, здійснюючи операцію, ні на один момент не стає власником товару, і товар йде прямо від продавця покупцеві;
- комісіонер не несе перед комітентом ніякої відповідальності за виконання зобов'язань третьою стороною;
- розрахунок між комітентом і третьою стороною здійснюється безпосередньо.

Звичайний розмір комісійних винагород при суто комісійних операціях у світовій практиці становить 1,5–3,5 % від суми операції.

Другий вид комісійних операцій може застосовуватися в тому випадку, якщо комітент доручає комісіонерові будь-що продати. Між комітентом і комісіонером укладається так званий договір «*делькредере*», в якому комісіонер бере на себе відповідальність за платоспроможність покупців і компенсує комітентові всі витрати, якщо покупець виявиться неплатоспроможним. Комісіонер, знаючи про бажання комітента щось продати, може сам укласти договір з покупцем і лише тоді укласти договір з комітентом, виступаючи як проміжний покупець. При таких операціях комісіонер переводить гроші комітентові лише після отримання платежу від покупця. Прибуток комісіонер може отримати лише від різниці між цінами закупівлі товару у комітента і реалізації покупцеві – ця сума і складатиме комісійну винагороду комісіонера. Другий варіант отримання прибутку комісіонером – це коли розмір винагороди зафіксований в договорі комісії у вигляді відсотків від суми операції.

Агенти-консигнатори. За договором консигнації, який є різновидом договору комісії, *принципал (консигнант)* поставляє товари на склад *агента (консигнатора)* для їх подальшої реалізації на ринку консигнатора.

Консигнант є власником товару до моменту його реалізації. На умовах консигнації реалізуються товари масового попиту, і консигнатор здійснює платежі консигнантові у міру реалізації товару. Договір консигнації визначає суму товарів, що одночасно зберігаються на консигнаційному складі і поповнюються у міру реалізації; термін консигнації, упродовж якого ця сума повинна бути реалізована; зобов'язує консигнатора застрахувати товар, що зберігається на складі консигнанта, оскільки він до реалізації є власністю консигнанта; в ньому уточнюється, який саме спосіб консигнації обирають сторони: безповоротний, частково поворотний або поворотний.

Безповоротна консигнація означає, що якщо якась частина товарів, зазначених у договорі консигнації, не буде реалізована консигнатором, то останній зобов'язується купити їх у консигнанта в твердий рахунок.

Частково поворотна консигнація означає, що консигнатор зобов'язується реалізувати товари на певну частину суми, а товари на суму, що залишилася, якщо їх не вдається реалізувати, повернути консигнантові.

Поворотна консигнація означає, що всі нереалізовані товари підлягають поверненню консигнантові.

Винагороду консигнанта, як правило, становить різниця між цінами, названими консигнантом, і цінами реалізації споживачеві.

Агенти-повірені, або торгові агенти. Суть даної агентської операції полягає в такому: одна сторона, що іменується *принципалом*, доручає іншій стороні, що іменується *агентом*, здійснювати дії, пов'язані з продажем (найчастіше) або купівлею товарів, а також з пошуком замовників і виконавців на надання будь-яких послуг на зазначеній території в узгоджений період за рахунок і від імені принципала.

Відносини між принципалом і агентом регулюються *агентською угодою*, яка за своєю суттю є *договором доручення*.

Відмінність даної угоди від договору комісії полягає в такому:

- агент діє від імені принципала, тоді як комісіонер діє від свого імені;
- агентська угода має тимчасовий характер, розрахована, у разі отримання добрих результатів, на тривалу співпрацю;
- агентська угода обмежена певною територією, на якій агент діє за дорученням принципала.

Агентська угода, як правило, визначає такі *обов'язки агента-повіреного*: вивчати кон'юнктуру ринку та інформувати принципала про умови торгівлі і вимоги, які має задовольняти товар, щоб бути конкурентоспроможним на даному ринку; створювати сприятливу думку про товари принципала і про самого принципала як надійного постачальника, здійснювати рекламу товарів; сприяти принципалу в збуті або придбанні товарів; утримувати або орендувати склади для скорочення термінів постачання товарів споживачам, організувати і використовувати власну збутову мережу і, якщо це передбачено

агентською угодою, здійснювати передпродажний сервіс і технічне обслуговування.

Винагорода агента фіксується в агентській угоді у вигляді відсотка від вартості проданих за укладеною ним угодою товарів.

Дистриб'ютори (купці) займаються продажем товарів від свого імені і за свій рахунок, вони самі несуть всі ризики, пов'язані з псуванням або втратою товарів, а також з неплатоспроможністю покупців.

Дистриб'юторські агентські угоди для принципала цікаві тому, що дають можливість виходу на нові ринки і забезпечують рекламу його товару на цих ринках упродовж декількох років; укладаються з фірмами, що мають власну збутову мережу або засоби на її створення; супроводжуються договорами купівлі-продажу на постачання товарів; гарантують на відміну від договорів консигнації отримання платежу за товар відразу після постачання товару (якщо тільки товари не поставляються в кредит); виключають ризики збитків від втрати або пошкодження товарів на території чужої країни, оскільки під час придбання товару дистриб'ютор стає його власником.

Для дистриб'ютора ці договори цікаві тим, що порівняно з іншими посередниками дистриб'ютори мають велику комерційну незалежність, самостійно встановлюючи ціни, набувають часто монопольного права на продаж товарів принципала на своїй території (як правило, фірми прагнуть стати дистриб'юторами продукції компаній з гарною ринковою репутацією та ім'ям).

Агентська угода з дистриб'ютором підписується, як правило, на тривалий термін (2–5 років) із подальшим подовженням за згодою сторін.

3.4. Класифікація посередників за їх місцем на ринку

За місцем на ринку посередники-агенти поділяються на *простих агентів, агентів із правом "першої руки" і монопольних або ексклюзивних (виняткових) агентів.*

Прості агенти. Угода про просте агентство дає право посередникові збувати на зазначеній території певну номенклатуру товарів принципала та отримувати від нього винагороду. Така угода не обмежує прав принципала, який може самостійно або через інших агентів виходити з цими самими товарами на той самий ринок без виплати простому агенту будь-якої винагороди або компенсації. Прості агентські угоди укладаються, як правило, на короткий термін (до одного року) при виході експортерів на нові ринки та іноді навіть з декількома агентами для того, щоб оцінити їх здатність і обрати найбільш перспективного партнера.

Агенти з правом «першої руки» є різновидом простих агентів.

Відповідно до договору про агентство з правом «першої руки» принципал зобов'язаний спочатку запропонувати товар агенту і лише після його відмови продавати товар на цьому ринку самостійно або через інших посередників без виплати винагороди агенту.

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

Якщо принципал продає на зазначеній території сам або через інших агентів, він все одно зобов'язаний виплатити монопольному агенту встановлену в угоді винагороду. Тому, підписуючи подібну угоду, принципал повинен чітко зазначити, в яких випадках він може самостійно збувати товар на ринку монопольного агента.

Контрольні запитання

1. Які виділяють методи торгівлі?
2. Охарактеризуйте правове регулювання посередницьких операцій.
3. Сутність торгово-посередницьких операцій та їх роль у міжнародній торгівлі.
4. Охарактеризуйте посередників за місцем на ринку.
5. Охарактеризуйте посередників за повноваженнями.
6. Які види посередницької діяльності існують в Україні згідно з Цивільним кодексом?
7. Хто такі дистриб'ютори?
8. Хто такі агенти і які їх види?
9. У чому сутність консигнації та її видів?

Список рекомендованої літератури

1. Господарський кодекс України від 16 січня 2003 року, № 436-IV.
2. Цивільний кодекс України від 16 січня 2003 року, № 435-IV.
3. Гребельник О. П. Основи зовнішньоекономічної діяльності : підручник / О. П. Гребельник. – К. : ЦУЛ, 2004. – 382 с.
4. Гуріна Г. С. Основи зовнішньоекономічної діяльності : [підручник] / Г. С. Гуріна, М. Г. Луцький, Т. Л. Мостенська, В. О. Новак. – К. : Сузір'я, 2007. – 425 с.
5. Дідківський М. І. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства : навчальний посібник / М. І. Дідківський. – К. : Знання, 2006. – 462 с.
6. Дроздова Г. М. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності : навчальний посібник / Г. М. Дроздова. – К. : ЦУЛ, 2002. – 172 с.
7. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств : [підручник для вузів] / І. В. Багорова, Н. І. Редіна, В. Є. Власюк, О. О. Гетьман; за ред. д-ра екон. наук, проф. І. В. Багрової. – К. : ЦУЛ, 2004. – 580 с.
8. Кузнецова Н. В. Регулирование внешнеэкономической деятельности в Украине (практическое пособие) / Н. В. Кузнецова. – К. : СПЛАЙН, 1998. – 220 с.
9. Циганкова Т. М. Міжнародна торгівля : [навч. посібник] / Т. М. Циганкова, Л. П. Петрашко, Т. В. Кальченко. – К. : КНЕУ, 2001. – 448 с.
10. Пазуха М. Д. Зовнішньоекономічна діяльність (загальні положення) : [навч.-метод. посіб.] / М. Д. Пазуха. – К. : Центр учбової літератури, 2008. – 230 с.
11. Саллі В. І. Основи зовнішньоекономічної діяльності : навч. посіб. / В. І. Саллі, О. В. Трифонова, В. Я. Швець. – К. : Професіонал, 2005. – 152 с.

12. Сухарський В. С. Управління зовнішньоекономічною діяльністю : теорія, методологія, практика: курс лекцій / В. С. Сухарський. – Тернопіль : ТАНГ, 2001. – 284 с.

13. Управління зовнішньоекономічною діяльністю : навч. посіб. / за заг. ред. А. І. Кредісова; пер. з рос. Н. Кіт, К. Серажим. – К. : Віра-Р, 1998. – 448 с.

Завдання на практичне заняття

1. Опишіть діяльність торгових агентів як посередників у зовнішньоторговій діяльності. Наведіть приклад.

2. Опишіть діяльність брокерів як посередників у зовнішньоторговій діяльності. Наведіть приклад.

3. Опишіть діяльність дистриб'юторів як посередників у зовнішньоторговій діяльності. Наведіть приклад.

4. Опишіть діяльність консигнаторів як посередників у зовнішньоторговій діяльності. Наведіть приклад.

5. Опишіть діяльність комісіонерів як посередників у зовнішньоторговій діяльності. Наведіть приклад.

4. ВИХІД ПІДПРИЄМСТВА НА ЗОВНІШНІ РИНКИ

1. Пошук на зовнішніх ринках потенційних покупців.
2. Пошук на зовнішніх ринках потенційних продавців.
3. Маркетингові дослідження.

Ключові слова: інформація, дані, оферта, пропозиція, замовлення, захит, маркетинг, ринок, контрагент.

4.1. Пошук на зовнішніх ринках потенційних покупців

Укладенню будь-якої зовнішньоторговельної угоди передують величезна робота. Основними завданнями як експортера, так і імпортера на підготовчому етапі експортно-імпоротної операції є пошук і вибір контрагента, встановлення контактів із ним.

Вивчення ринку з метою прибуткового збуту або ефективного придбання – це цілий комплексний напрям господарської діяльності, що називається маркетингом. Існує безліч фірм, що займаються такими дослідженнями в різних галузях, а завдання оперативних зовнішньоторговельних працівників – використовувати результати маркетингових досліджень з максимальним ефектом. З метою пошуку потенційного партнера визначається структура ринку, виявляються провідні фірми, вивчаються окремі фірми.

Вибір контрагента залежить від характеру і предмета операції, країни висновку і виконання контракту, місткості ринку, кон'юнктури на даному ринку. При виборі контрагента встановлюють, на якому ринку (тобто в якій країні) краще продати або купити товар, а також з яким іноземним покупцем або постачальником укласти операцію.

У виборі можливого контрагента великою підмогою є різні довідники, фірмові каталоги, каталоги виставок, проспекти, рекламні видання, річні звіти, матеріали спеціалізованих інформаційних компаній та організацій, довідки банків, а також матеріали періодичної преси, в яких наводиться інформація про

фірми. Особливе місце серед джерел інформації займають фірмові довідники, що видаються інформаційно-довідковими агентствами, асоціаціями, торговими палатами. Є довідники, що охоплюють фірми однієї країни, міжнародні, а також довідники з окремих галузей.

Основні відомості, які бажано дізнатися з довідників про майбутнього контрагента, такі:

- повне і скорочене найменування;
- поштова і телеграфна адреси;
- номер телекса, телефону, факсу;
- рік заснування та етапи розвитку фірми;
- сфера діяльності та основні товари виробництва або торгівлі, види послуг;
- банки, через які фірма здійснює свої операції;
- власники фірми або материнська компанія;
- склад керівних органів;
- число і місцезнаходження підприємств;
- дочірні й асоційовані фірми;
- число зайнятих у фірмі;
- основні показники діяльності (річний обсяг продажів, прибуток, активи, власний капітал та ін.);
- зв'язки з іншими фірмами через участь в капіталі;
- персональні зв'язки з іншими фірмами та організаціями;
- дані про ділову репутацію фірми і її керівників.

Природно, що не з усіх фірм можна отримати всі вищенаведені відомості, проте вони не є комерційною таємницею, друкуються в інформаційних виданнях, і чим більше відомостей вдасться зібрати, тим простіше і надійніше працювати з такою фірмою. Найбільш цінною інформацією про потенційного партнера є фінансова звітність фірми, аналіз якої дасть можливість оцінити фінансовий стан майбутнього контрагента (проте фінансову звітність публікують лише акціонерні товариства). Дуже корисними у виборі торгового партнера бувають відвідини різних ярмарків і виставок.

Ознайомившись з інформацією про фірми і визначивши можливого контрагента, можна переходити до встановлення

контактів із ним. Для цього одним із способів є надсилання потенційному контрагентові комерційної пропозиції – **оферти**. Оферта – формальна пропозиція певному суб'єкту укласти угоду із зазначенням всіх необхідних для її укладення умов.

Оферта містить всі основні умови майбутньої угоди: найменування товару, кількість, якість, ціну, умови постачання, термін постачання, умови платежу, характер тари та упаковки, порядок приймання-здачі, загальні умови постачання.

Правила укладення угоди за допомогою оферт регулюються Конвенцією ООН про договори міжнародної купівлі-продажу. У міжнародній торговій практиці розрізняють тверду і вільну оферти.

Тверда оферта – це пропозиція на продаж певного товару, надіслана продавцем (оферентом) одному можливному покупцеві із зазначенням терміну дії оферти, тобто часу, впродовж якого оферент вважає себе зв'язаним умовами, наведеними в оферті, і не може зробити аналогічну пропозицію іншому покупцеві.

Якщо покупець згоден із всіма умовами оферти, він надсилає оференту підтвердження – **акцепт** оферти, тобто згоду із усіма запропонованими в ній умовами.

Якщо покупець не згоден із одним або декількома умовами оферти, він надсилає продавцеві відповідь на пропозицію або **контроферту** із зазначенням своїх умов і терміну для відповіді. Відповідь покупця, яка не містить пропозиції змінити умови, що стосуються ціни, кількості, якості, місця і термінів постачання, обсягу відповідальності сторін і порядку вирішення суперечок, тобто умов, що істотно не змінюють сутності пропозиції, може вважатися акцептом, якщо проти цих змін не заперечує сам оферент. Якщо продавець згоден із усіма умовами контроферти, він її акцептує, про що письмово повідомляє покупця.

Якщо продавець не згоден, він може вважати себе вільним від своїх зобов'язань за офертою або може надіслати покупцеві нову оферту з урахуванням усіх зауважень покупця. Зацікавлені у здійсненні операції сторони погоджують умови шляхом обміну офертами і контрофертами до тих пір, доки не буде досягнуто повної узгодженості.

Неотримання відповіді від потенційного імпортера упродовж встановленого в оферті терміну рівносильне відмові останнього від укладення угоди на запропонованих умовах і звільняє експортера від зробленої ним пропозиції.

Вільна оферта – це пропозиція на одну і ту саму партію товару декільком можливим покупцям. Вільна оферта не містить вказівки на термін її дії і, отже, не зобов'язує продавця дотримуватися умов, що містяться в оферті, упродовж певного періоду. Згода покупця з умовами оферти підтверджується *твердою контрофертою*, де зазначаються його умови. Якщо продавець акцептує цю контроферту і письмово сповістить про це покупця, операція вважається укладеною, і сторони зобов'язані виконувати всі умови, викладені в контроферті. Поки договір не укладений, пропозиція може бути відкликана продавцем, якщо в оферті не зазначено, що вона безвідклична, до того часу, доки покупець не надіслав підтвердження про акцепт. Якщо підтвердження (акцепт) направлене із запізненням, то акцепт може зберігати свою силу, якщо це влаштовує продавця, і він письмово сповістить про це покупця.

4.2. Пошук на зовнішніх ринках потенційних продавців

У тому випадку, якщо ініціатива укладення угоди виходить від *імпортера*, він може використовувати такі способи встановлення контактів із потенційним експортером.

Надсилання *запиту* виробникові товарів, що його цікавлять.

Якщо імпортер зацікавлений у придбанні яких-небудь товарів, то, обравши можливого контрагента, вступати в контакт із ним найкраще направивши на його адресу запит.

Однією із головних цілей запиту є отримання від експортних фірм конкурентних пропозицій, з яких обираються якнайкращі. Для цього запити, як правило, надсилаються не одній, а декільком відомим у даній галузі фірмам різних країн. У запиті зазначають точне найменування необхідного товару, його якість, сорт, кількість, а також бажаний для покупця термін

постачання. При запиті пропозицій на машини та устаткування зазначаються необхідні відомості для їх виготовлення або бажані орієнтовні техніко-економічні показники (потужність, продуктивність, кількість обертів, швидкість, витрата палива, ККД, габарити й ін.). Ціна, за якою імпортер готовий придбати даний товар, у запитах, як правило, не зазначається, а обумовлюється лише спосіб її фіксації. У запитах на складні машини та устаткування імпортер, як правило, просить зазначити в оферті ціну за кожною позицією. Іноді він запитує про додаткові послуги, які будуть надані йому експортером, і зазначає найбільш прийнятні для нього умови платежу.

Направлення потенційному або вже відомому продавцеві **замовлення**.

Покупець, який заздалегідь знайомий з умовами постачань експортера з результату особистих перемов із представниками експортера, або попередніх переговорів, листування, або закупівель, може направити продавцеві замовлення, яке містить прохання покупця відвантажити йому на певних умовах товар.

Замовлення – комерційний документ, заявка з боку покупця постачальнику про поставку зазначених у документі товарів. Якщо продавець згоден з умовами замовлення, він надсилає підтвердження замовлення. Підтвердження замовлення – це комерційний документ, що є повідомленням про ухвалення умов замовлення без обмовок.

4.3. Маркетингові дослідження

Велике значення мають маркетингові дослідження зовнішніх ринків. Маркетинг – це комплексна система організації виробництва і збуту продукції, орієнтована на задоволення конкретних споживачів і одержання прибутку на основі дослідження і прогнозування товарного ринку.

У компетенцію відділу маркетингу входить також здійснення таких функцій, як виконання замовлень, контроль за веденням розрахунків і платоспроможністю клієнтів.

Система збуту складається з так званої внутрішньої

збутової організації і зовнішньої організації, що займається питаннями забезпечення відвідування співробітниками клієнтури (замовників).

У зовнішній збутовій організації працюють або підприємства, що служать (комівояжери), або торгові агенти (торгові представники), що одержують не зарплату, а комісійну винагороду з кожної торгової точки й угоди. Для підприємства це має свої плюси і мінуси. З одного боку, витрати на комівояжерів залежать від результатів їхньої роботи, а з іншого – існує обмежена можливість «диригувати» ними і контролювати їхню роботу.

Необхідно завжди пам'ятати, що у всіх випадках вирішальним фактором успіху збутової організації є також рівень професійної підготовки. Навіть сама гарна зовнішня збутова організація не може забезпечити досягнення високих результатів без необхідної внутрішньої організації.

Для реалізації промислових товарів на ринку вирішальними умовами є строге дотримання термінів постачання, високий рівень обслуговування, швидке постачання запасних частин і їхня постійна наявність на всіх ремонтних і обслуговувальних базах.

Експорт – це самостійна збутова діяльність на закордонному ринку, що вимагає спеціальних знань і організується як за видами продукції, так і за територіальною ознакою (по країнах чи регіонах). У звичному розумінні слова – це не що інше як продаж товару в інші країни, що відрізняється від його реалізації на власному внутрішньому ринку умовами збуту, традиціями і звичаями, мовою і т. п.

Чим суттєвіші відмінності країн, тим більше експортні операції відрізняються одна від одної. Тому країни, які не сильно відрізняються своїм законодавством, мовою, звичаями, як правило, тісно зв'язані між собою зовнішньою торгівлею.

Успішне ведення експорту залежить від глибокого знання всіх умов зовнішнього ринку. Тому при здійсненні експортних операцій потрібно звертати увагу на такі умови:

- компетентність у правових питаннях;

- компетентність у фінансових питаннях;
- робота із закордонними покупцями;
- додаткові рекламні засоби;
- діловодство;
- правильний вибір збутової організації;
- регулювання ціни та ін.

Для конкретизації викладу питання про просування товарів на зовнішніх ринках достатньо розглянути чотири умовні ситуації:

- експортер має з імпортерами стійкі торгові зв'язки;
- експортер у минулому мав з імпортерами торгові зв'язки;
- експортер не мав з імпортером торгових зв'язків, але знає, що товари входять у коло інтересів споживача;
- експортер не знає споживачів свого товару.

У першій ситуації для експортера головним завданням є збереження зв'язків з імпортерами. Важливо також розширювати своє співробітництво, збільшуючи обсяг продажів.

Імпортери повинні бути регулярно ознайомлені із зростанням технічного рівня виробів і поліпшенням якості товарів; сприятливі для них умови торгівлі повинні бути стійкими, що дозволяють збільшувати обсяг закупівель.

У другій ситуації необхідно пам'ятати про те, що повернення до старих контрагентів здійснити складніше, ніж залучити нових. Тому важливо підвищити якість товару, поліпшити умови постачань, удосконалити технічне обслуговування, провести ряд ефективних заходів із реклами.

Експортери направляють колишнім контрагентам ініціативні комерційні пропозиції, що не мають твердого характеру й обмежені за часом дії.

Головне завдання на першому етапі в роботі з визначеним числом майбутніх покупців товарів – це викликати інтерес до експортера. Конкретні умови обговорюються пізніше, коли вже виявлені контрагенти.

Найбільшу свободу діяльності має продавець у четвертій ситуації. Отже, експортери не знають своїх споживачів. Що

робити?

У першу чергу необхідні маркетингові дослідження сегментації ринку, що дозволяють виявити найбільш кращі регіони, а в них – покупців. Потрібно також вивчити систему збуту в цих регіонах, основних посередників, оптову і роздрібну мережу. І лише потім варто вирішувати завдання відповідно до третьої ситуації.

Фактично у всіх ситуаціях, що дозволяють систематизовано підійти до організації руху товарів на зовнішньому ринку, велике коло проблем вирішується за допомогою реклами.

Контрольні запитання

1. Де і яку інформацію необхідно знайти про потенційного контрагента?
2. Що таке оферта?
3. У чому різниця між вільною і твердою офертами?
4. Які способи використовують імпортери при пошуку потенційного експортера?
5. Коли у ЗЕД надсилають акцепт на пропозицію, а коли контроферту?
6. У чому відмінність запиту від замовлення?
7. У чому особливість маркетингових досліджень у ЗЕД?

Список рекомендованої літератури

1. Дідківський М. І. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства : навчальний посібник / М. І. Дідківський. – К. : Знання, 2006. – 462 с.
2. Щербина В. С. Господарське право України : [навч. посіб.] / В. С. Щербина. – К. : Юрінком Інтер, 2001. – 384 с.
3. Лук'яненко Д. Г. Міжнародна економічна інтеграція / Д. Г. Лук'яненко. – К. : ВПОА, 1996.
4. Гусак О. В. Маркетингова стратегія виходу підприємства на зовнішній ринок [Електронний ресурс] / О. В. Гусак. – Режим доступу : <http://masters.donntu.edu.ua/2004/fem/gusak/diss/diss.htm>.
5. Наконечний Ю. О. Методика виходу підприємства на зовнішній ринок [Електронний ресурс] / Ю. О. Наконечний. – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/20_PRNiT_2007/Economics/23859.doc.htm.

6. Основи підприємництва і зовнішньоекономічної діяльності : навч. посіб. / за ред. В. А. Міщенко. – К., 1995. – 328 с.

7. Поручник А. М. Интеграция Украины в мировое хозяйство / А. М. Поручник. – К. : КГЭУ, 1994.

5. ЗОВНІШНЬОТОРГОВИЙ КОНТРАКТ

1. Поняття «міжнародний зовнішньоторговий контракт».
2. Зовнішньоторговий контракт купівлі-продажу.
3. Умови контракту.
4. Зміст зовнішньоторгового контракту.
5. Якісні та кількісні характеристики зовнішньоторгового контракту.

Ключові слова: контракт, угода, предмет, умови, ціна, кількість, якість, вага.

5.1. Поняття «міжнародний зовнішньоторговий контракт»

Згідно з міжнародним правом *під міжнародним контрактом розуміють операцію між двома або декількома сторонами, що знаходяться в різних країнах, на постачання встановленої кількості товарних одиниць і/або надання послуг відповідно до узгоджених сторонами умов.*

У міжнародній торгівлі, як правило, використовуються *типові контракти.*

Типовий контракт – це зразок договору або ряд уніфікованих умов, викладених у письмовій формі, сформульованих заздалегідь з урахуванням торгової практики або звичаїв, прийнятих договірними сторонами після того, як вони були узгоджені з вимогами конкретної операції.

Типові контракти застосовуються в основному *при укладанні угод на постачання промислової сировини на довгостроковій основі, а також при укладанні угод на біржах.* Це обумовлено такою особливістю масових товарів, як їх однорідність, що полегшує *уніфікацію умов контрактів.* Має також значення і те, що торгівля цими товарами здійснюється у значних обсягах, а імпортери, як правило, об'єднані в галузеві організації.

Типові контракти розробляються зацікавленими міжнародними організаціями, спілками (об'єднаннями,

асоціаціями, федераціями) підприємців, біржами, торговими палатами, великими фірмами.

Найбільш поширені типові контракти (загальні умови) купівлі-продажу розроблені у рамках *Європейської економічної комісії ООН*. Вони складені стосовно основних зовнішньоторгових товарів (устаткування, зернових, споживчих товарів тривалого користування та ін.), а також для договорів на постачання і монтаж обладнання.

У міжнародній торгівлі широко застосовуються контракти і загальні умови *постачань машин і устаткування* при операціях між західноєвропейськими країнами, а також між ними і державами інших регіонів. За масовими і сировинними промисловими товарами контрагенти віддають перевагу типовим контрактам, що розробляються галузевими асоціаціями.

У зовнішній торгівлі використовуються також типові договори фрахтування судів, оренди транспортних засобів і устаткування, типові ліцензійні договори та ін.

5.2. Зовнішньоторговий контракт купівлі-продажу

Зовнішньоторговий контракт купівлі-продажу – комерційний документ, що є договором на постачання товару і, якщо необхідно, надання супутніх послуг, узгоджений і підписаний імпортером і експортером. Неодмінною умовою договору купівлі-продажу є перехід права власності на товар від продавця до покупця.

У контракті купівлі-продажу міститься письмова домовленість сторін про постачання товару: *зобов'язання продавця передати певне майно у власність покупця і зобов'язання покупця прийняти це майно і сплатити за нього визначену грошову суму, або зобов'язання сторін виконати умови товарообмінної операції.*

При укладенні зовнішньоторгової угоди сторони повинні визначитися, *право якої країни застосовуватиметься для регулювання укладеної угоди, прав та обов'язків сторін.*

Правовою базою для укладання і реалізації договорів купівлі-продажу товарів на світовому ринку є *Віденська конвенція "Про договори міжнародної купівлі-продажу товарів"*.

За українським законодавством права та обов'язки сторін за зовнішньоторговим контрактом визначаються правом країни, обраної сторонами при укладенні контракту або в результаті подальшого узгодження. Якщо така домовленість між сторонами відсутня, до контракту застосовується право країни, де заснована, має своє місце проживання або основне місце діяльності сторона, що є:

- продавцем – у *контракті купівлі-продажу*;
- комітентом (консигнантом) – у *договорі комісії (консигнації)*;
- довірителем – у *договорі доручення*;
- перевізником – у *договорі перевезення*.

У країнах колишнього СРСР контракт вважається укладеним, якщо він має *письмову* форму і *підписаний* його сторонами. Зовнішньоторгова операція вважається недійсною, якщо не дотримана її форма і порядок підписання угоди, незалежно від того, де здійснена така операція. Цим порядок укладання угод у країнах колишнього СРСР відрізняється від порядку їх укладання згідно з Конвенцією ООН про договори міжнародної купівлі-продажу товарів, де *допускається усна форма* укладення угоди.

5.3. Умови контракту

Усі умови контракту можна класифікувати за їх **обов'язковістю** для продавця і покупця і за їх **універсальності**.

За *обов'язковістю* умови контракту поділяються на *обов'язкові* і *додаткові*.

До *обов'язкових*, як правило, відносять: найменування сторін-учасників угоди, предмет контракту, якість і кількість товару, базисні умови постачання, ціну, умови платежу, санкції і рекламації (штрафи, претензії), юридичні

адреси і підписи сторін.

Обов'язковими (або *істотними*, англ. – *conditions*) ці умови називаються тому, що якщо одна із сторін їх не виконує, то інша сторона має право розірвати контракт і вимагати відшкодування збитків.

Контракт вважається укладеним, якщо досягнута згода сторін за всіма обов'язковими (істотними) умовами.

Додаткові умови: здача-приймання товару, страхування, відвантажувальні документи, гарантії, пакування й маркування, форс-мажорні обставини, арбітраж та ін.

Додаткові (або *неістотні*, англ. – *warranty*) припускають, що при їх порушенні однією із сторін інша сторона не має право розірвати угоду, а може вимагати виконання контрактних зобов'язань і стягнути штрафні санкції (якщо це передбачено умовами контракту).

За *універсальності* умови контракту поділяються на *індивідуальні* й *універсальні*.

До *індивідуальних*, тобто тих, які властиві лише одному конкретному контракту, відносять: найменування сторін у преамбулі, предмет контракту, якість та кількість товару, ціну, терміни постачання, юридичні адреси і підписи сторін.

До *універсальних* умов відносять: здача-приймання товару, базисні умови постачання, умови платежу, пакування й маркування, гарантії, санкції й рекламації, форс-мажорні обставини, арбітраж.

При укладанні контрактів потрібно враховувати *торгові звичаї*, які діють у країні контрагента, оскільки вони можуть відігравати значну роль при вирішенні суперечок між сторонами. Такі торгові звичаї, як правило, подаються у біржових правилах, що складаються біржовими комітетами, у спеціальних збірках торгових палат, у матеріалах різних комісій із зовнішньої торгівлі, що діють при ООН, у типових контрактах і рішеннях арбітражних судів.

5.4. Зміст зовнішньоторгового контракту

Преамбула

Преамбула передує тексту контракту і починається зі слова "КОНТРАКТ" посередині сторінки, після якого йде номер контракту. Нижче, справа, зазначається дата, а зліва – місце укладання контракту. Зазначення місця підписання має суттєве значення з огляду на те, право якої країни застосовувати до контракту, якщо якийсь питання в контракті не врегульоване. Далі у преамбулі чітко зазначаються фірмові найменування сторін, тобто ті найменування, під якими вони зареєстровані у своїй країні і місцезнаходження контрагентів (назва країни і міста). У преамбулі також дається визначення сторін як контрагентів.

Предмет контракту

Після преамбули слідує йде предмета контракту і зазначається його точне найменування, характеристика, модель, сорт тощо. Сторони повинні чітко визначити *предмет контракту* – дію або сукупність дій, що визначають тип і характер умов угоди, що укладається. Залежно від предмета контракту, який стисло відображається в його назві, визначаються вид контракту, право і звичаї, що застосовуються, проформа тексту.

Якщо товар вимагає докладнішої характеристики або асортимент товару широкий за найменуваннями і кількістю, то все це зазначається у додатку до договору (*специфікації*), який є невід'ємною частиною контракту, про що робиться відповідна обмовка в тексті контракту.

Кількість

Зазначається одиниця виміру і визначається порядок встановлення кількості (твердо фіксована кількість або її межі, можливість закупівлі додаткової кількості та ін.).

Якість

Встановлюється сукупність властивостей, що визначають придатність товару для використання його за призначенням. Використовуються різні способи визначення якості.

Термін і дата постачання

Зазначається термін постачання, тобто момент, коли продавець зобов'язаний передати товар у власність покупцеві або за його дорученням особі, що діє від його імені. Іноді встановлюється термін одноразового постачання, а іноді – проміжні терміни при постачанні частинами (партіями). Існують різні способи встановлення терміну постачання:

- "негайно", тобто продавець зобов'язується поставити товар у будь-який день упродовж не більше 2 тижнів;
- визначення календарного дня постачання;
- визначення періоду (найбільш поширений у зарубіжній практиці): *місяць, квартал, рік, час місяця або кварталу*. У цих випадках додають слова "упродовж", "не пізніше", а при періодичних поставках – "щомісячно", "щоквартально";
- зазначення кількості днів, тижнів або місяців із моменту якоїсь дії, наприклад, " *упродовж 9 місяців із дня отримання продавцем сповіщення покупця про затвердження ним проектної документації*".

Іноді контрагенти взагалі не встановлюють терміну постачання, а обумовлюють його в узгоджених умовах, наприклад «*у міру готовності*», «*після відкриття навігації*», «*у міру накопичення партії*». Установлюючи більш жорсткі терміни постачання товарів, імпортери отримують додаткову вигоду від економії оборотних коштів.

Базисні умови постачання

При встановленні базисних умов постачання визначається, хто несе витрати, пов'язані із транспортуванням товару від експортера до імпортера.

Ціна і загальна вартість контракту

Зазначаються одиниця виміру, за яку встановлюється *ціна, валюта ціни, способи фіксації й рівень ціни*, а також *знижки*.

Платіж

При визначенні умов платежу в контракті встановлюються: валюта платежу, валюта ціни, курс перерахунку; обмовки щодо зменшення або усунення валютного ризику; спосіб платежу (готівка, аванс, кредит); форма

розрахунків (банківський переказ, акредитив, інкасо).

Пакування й маркування

Описуються вимоги до зовнішньої і внутрішньої упаковки товару, а також встановлюється, чи переходить упаковка у власність покупця товару і чи включається її вартість у ціну товару.

Найважливішим елементом у технології зовнішньоторгових операцій є *маркування* вантажу, яке має містити обов'язкові для експортерів *реквізити*:

– товаросупровідна інформація про імпортера, номер контракту, вагогабаритні характеристики місць, номер місця і число місць у партії;

– вказівки транспортним фірмам про поводження із вантажем;

– попередження про небезпеки в результаті необережного поводження з вантажем.

Рекламації

Зазначаються порядок і терміни висунення рекламацій, права й обов'язки сторін у зв'язку з їх висуненням, способи врегулювання суперечок.

Гарантії

Зазначаються обсяг гарантій, їх термін, обов'язки продавця, випадки, на які гарантії не поширюються.

Штрафні санкції та відшкодування збитків

Санкції – примусові заходи, що застосовуються при порушенні встановлених норм, правил, договорів.

Нерідко під час виконання контракту експортер допускає прострочення постачання товарів і виконання робіт. Щоб стимулювати експортерів до своєчасного виконання зобов'язань і компенсувати можливі втрати імпортерів, контракти передбачають стягнення з експортерів штрафів, як правило, в розмірах, що збільшуються залежно від терміну прострочень. Максимальні штрафи найчастіше становлять 8–10 % вартості не поставлених у строк товарів (невиконаних робіт).

Страховання

Установлюються предмет страхування, перелік страхових

ризиків, страхувальник, а також особа, на користь якої проводиться страхування. При міжнародних операціях, як правило, страхуються товари від ризику пошкодження або втрати при транспортуванні.

Форс-мажорні обставини

Форс-мажор – надзвичайні обставини, що не можуть бути подолані, не залежать від сторін, які уклали контракт, при настанні яких виконання зобов'язань будь-якою із сторін є повністю або частково неможливим, і контрагенти вимушені діяти інакше, ніж передбачалось.

Форс-мажорні обставини (обставини непереборної сили) – положення контракту купівлі-продажу, яке передбачає відстрочення його виконання або повне звільнення сторін від зобов'язань за ним у зв'язку із настанням подій, незалежних від сторін контракту, які роблять його виконання неможливим. Настання форс-мажорних обставин має бути засвідчене незалежною організацією.

У контрактах також встановлюється, що сторона, яка не може виконати зобов'язання, повинна інформувати контрагента про настання форс-мажорних обставин і надати відповідні документи, наприклад свідоцтва національних торгових палат. Крім того, в контрактах встановлюються граничні терміни, після яких сторони мають право анулювати взаємні зобов'язання. При цьому завжди обумовлюється, що жодна із сторін не матиме права на відшкодування збитків.

Арбітраж

Арбітраж – спосіб вирішення спірних питань, які не підлягають юрисдикції суду, при яких сторони звертаються до арбітрів, обраних за взаємною згодою або в передбаченому законом порядку.

Зазначаються порядок і терміни вирішення суперечок.

У параграфі контракту, що визначає порядок арбітражного вирішення суперечок, як правило, зазначається, що рішення арбітражу є остаточним, обов'язковим для виконання обома сторонами і не може бути оскаржено в судовому порядку.

Інші умови

Зазначаються всі інші умови контракту, які не знайшли віддзеркалення в попередніх розділах.

5.5. Якісні та кількісні характеристики зовнішньоторгового контракту

Якість товару

Визначити *якість товару* в контракті купівлі-продажу означає встановити якісну характеристику товару, тобто сукупність властивостей, що визначають придатність товару для використання його за призначенням відповідно до потреб покупця.

У міжнародній практиці найбільш поширеними є такі способи визначення якості.

За стандартом. Цей спосіб припускає, що якість товару, що постачається, відповідає певному стандарту. Стандарти розробляються різними урядовими організаціями (ДСТУ), спілками підприємців, науково-технічними асоціаціями і інститутами, страховими компаніями та ін. Проте в багатьох країнах застосування національних стандартів не є обов'язковим. У зв'язку з цим поширені стандарти, що розробляються спілками підприємців і різними асоціаціями (загальновідомий міжнародний стандарт якості серії ISO). За стандартом визначається якість переважної більшості товарів міжнародної торгівлі, зокрема машин і устаткування, чорних металів, зернових, каучуку, бавовни, інших сировинних матеріалів тощо.

За технічними умовами (ТУ). Якщо на товар відсутні стандарти, а також через особливі умови його виробництва й експлуатації, для встановлення спеціальних вимог до його якості застосовуються ТУ. ТУ містять докладну технічну характеристику товару, опис матеріалів, з яких він повинен виготовлятися, правила й методи перевірки та випробувань. За ТУ, як правило, визначають якість товарів, що виробляються на основі індивідуальних замовлень, унікального устаткування, складного промислового обладнання, апаратури, морських

(річних) суден тощо. ТУ на машини й устаткування можуть бути представлені або самим замовником і при підписанні контракту купівлі-продажу прийнятні постачальником, або розроблені фірмою-постачальником й узгоджені із замовником.

За специфікацією. Специфікація, яка є додатком до контракту, містить необхідні технічні параметри, що характеризують товар. Специфікації укладаються в основному експортерами, оскільки характеризують індивідуальний товар, але можуть укладатися й імпортерами, різними асоціаціями та іншими організаціями, як національними, так і міжнародними. У контракті у такому випадку необхідно зазначити організацію, яка розробила специфікацію, і навести основні показники цієї специфікації.

За зразком. Такий спосіб поширений в основному в торгівлі споживчими товарами, а також деякими видами машин і устаткування індивідуального виготовлення, і часто використовується при укладанні контрактів на виставках і ярмарках.

Продавець надає покупцеві декілька зразків продукції, покупець випробовує їх властивості і, якщо вони його задовольняють, замовляє партію. У контракті зазначається, що якість товару повинна відповідати зразкам, які було надано у розпорядження замовникові. Визначається порядок порівняння поставленого товару зі зразком (зазначаються умови, за яких якість товару може не відповідати якості зразка), а також терміни зберігання сторонами зразків (наприклад, упродовж певного терміну з дати надходження останньої партії товару). Як правило, прийнято відбирати три зразки: один екземпляр зберігається у покупця, інший – у продавця, третій – у незалежної організації (наприклад, торгової палати), зазначеної в угоді.

За описом. Цей спосіб використовується для визначення якості товарів з індивідуальними ознаками, наприклад фруктів, овочів. У контракті детально описуються всі властивості товару.

За попереднім оглядом. Так, як правило, продаються товари на аукціонах і зі складів. У контракті цей спосіб

позначається словами «оглянуто – схвалено». Покупцеві надається право й можливість оглянути всю партію товару у встановлений термін. Продавець має гарантувати якість товару таким, яким його оглянув і схвалив покупець, і продавець фактично не відповідає за якість поставленого товару, якщо лише в ньому не було прихованих недоліків, які покупець при огляді товару встановити не міг і про які йому не було повідомлено до здійснення операції.

За вмістом окремих речовин у товарі. Цей спосіб визначення якості припускає встановлення в контракті у відсотках мінімально допустимого вмісту корисних речовин і максимально допустимого – небажаних (шкідливих) елементів або домішок. Наприклад, у контрактах на поставку руд і металів показником якості є вміст основної речовини та окремих домішок (наприклад, предмет контракту – мідна руда із вмістом міді не менше 25 %), у торгівлі цукром – уміст сахарози; олійними – вміст олії.

За виходом готового продукту. У контракті встановлюється кількість (у відсотках до загальної маси або в абсолютних величинах) кінцевого продукту, який має бути отримано із сировини (наприклад, цукру-рафінаду з цукру-сирцю, пряжі із вовни, олії з насіння).

За натурною вагою. Цим способом визначають якість зернових. Натурна вага – це вага одного гектолітра (одиниці об'єму) зерна. Натурна вага відображає фізичні властивості зерна (форма, величина зерна, наповненість, питома вага), а також дає уявлення про вихід муки і крупи з нього. Показники натурної ваги, як правило, застосовуються у поєднанні з іншими показниками (наприклад, уміст сторонніх домішок у зерні).

Спосіб «тель-кель». Спосіб застосовується, зокрема, при продажу врожаю зернових, цитрусових «на корені» (ще не знятого), коли продавець не несе відповідальності за якість товару, що постачається, і означає постачання товару «яким він є». Покупець зобов'язаний прийняти товар незалежно від його якості, якщо він відповідає найменуванню (виду, сорту), зазначеному в контракті, і позбавлений права подавати

рекламацію. Цей спосіб застосовується також при морських перевезеннях вантажів, коли продавець не несе відповідальності за погіршення якості товару при транспортуванні.

Окрім розглянутих способів визначення якості товару, можуть використовуватися й інші, наприклад, показники розмірів окремих частин товару (каменів вугілля, насіння, крупинок солі), забарвлення товару (бавовни, цукру, каучуку), запаху та ін. Якість товару в контракті часто визначається використанням двох або декількох способів. Якщо в контракті не зазначений спосіб визначення якості, тоді вважається, що якість товару повинна відповідати *середній якості*, яка є в країні продавця або в країні походження товару звичайною для даного виду товару.

Кількість

У контракті встановлюються одиниця вимірювання кількості, порядок визначення кількості, система мір і ваг.

Кількість товару подається в характерних для нього одиницях вимірювання: штуках, кілограмах, метрах, літрах, головах тощо.

У контракті необхідно встановити систему мір і ваг, оскільки в різних країнах використовуються різні системи мір і ваг. При позначенні кількості в одиницях, що мають неоднакове значення в різних країнах, як правило, зазначається еквівалент цієї кількості в метричній системі мір.

У контрактах купівлі-продажу на сировинні, продовольчі й інші товари, що вимірюються одиницями маси й об'єму, а також тих, що поставляються *наситом*, *навалом* або *наливом* (т. зв. масові товари), позначення кількості, як правило, доповнюється обмовкою, що припускає відхилення кількості товару, що фактично поставляється продавцем, від кількості товару, обумовленого в контракті. Ця обмовка має форму «близько», і після цифри, що визначає в контракті кількість, ставиться відсоток відхилення зі знаком «плюс – мінус (+/-)». Як правило, у контракті зазначається, за якою ціною проводитиметься розрахунок за надконтрактну кількість.

Деякі масові товари схильні до природного спаду при

транспортуванні, причиною якого є усихання, утруска, витік тощо. У такому випадку сторони роблять у контракті обмовку, так звану «**франшизу**» (величину відхилення), і визначають, хто бере на себе природну втрату.

Франшиза – межа відхилення кількості товару, що постачається, від зазначеної в угоді (у відсотках). Якщо у контракті такої обмовки немає, а перевірка кількості товару проводиться за «вивантаженою масою», то передбачається, що природну втрату бере на себе продавець. Для товарів, схильних до природної втрати, її розміри визначаються практикою міжнародної торгівлі.

Іноді фіксована в контракті кількість товару може супроводжуватися обмовкою, що покупцеві надається право купити у продавця додатково певну кількість товару на тих самих умовах. Це право називається «*за опціоном*» або «*за вибором*».

Контрольні запитання

1. Що таке міжнародний контракт?
2. Що таке типовий контракт та хто його розробляє?
3. Що таке зовнішньоторговий контракт купівлі-продажу?
4. Які можна виділити основні особливості процедури укладання зовнішньоторгового контракту?
5. Як можна класифікувати умови контракту за ознаками обов'язковості й універсальності?
6. Які умови контракту є обов'язковими, а які додатковими?
7. Які умови контракту є універсальними, а які індивідуальними?
8. Які основні розділи, як правило, містяться у контракті?
9. Які існують способи встановлення терміну постачання у контракті?

Список рекомендованої літератури

1. Гринько И. С. Внешнеторговые сделки / И. С. Гринько. – Сумы : Фирма "Реал", 1994. – 464 с.
2. Грачев Ю. Внешнеторговые документы / Ю. Грачев. – М. : Прогресс, 1996. – 110 с.
3. Основи зовнішньоекономічної діяльності : [підручник] / Г. С. Гуріна, М. Г. Луцький, Т. Л. Мостенська, В. О. Новак. – К. : Сузір'я, 2007. – 425 с.
4. Дідківський М. І. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства : навчальний посібник / М. І. Дідківський. – К. : Знання, 2006. – 462 с.
5. Зовнішньоекономічні операції і контракти : [навч. посіб.] / В. В. Козик, Л. А. Панкова, Я. С. Крап'як та ін. – 2-ге вид., переробл. і доп. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 608 с.
6. Пазуха М. Д. Зовнішньоекономічна діяльність (загальні положення) : [навчально-методичний посібник] / М. Д. Пазуха. – К. : Центр учбової літератури, 2008. – 230 с.
7. Розенберг М. Контракт международной купли-продажи / М. Розенберг. – М.: Международные отношения, 1996. – 210 с.
8. Умови зовнішньоторговельного контракту [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.djerele.com/index.php?option=com_content&task=view&id=6090&Itemid=327.
9. Щербина В. С. Господарське право України : [навч. посібник] / В. С. Щербина. – К. : Юрінком Інтер, 2001. – 384 с.

Завдання на практичне заняття

1. Охарактеризуйте зміст преамбули зовнішньоторгового контракту.
2. Коротко охарактеризуйте особливості методів визначення якості товарів у зовнішньоторгових контрактах.
3. Охарактеризуйте способи визначення кількості товару у зовнішньоторгових контрактах.
4. Охарактеризуйте можливі форс-мажорні обставини у зовнішньоторгових контрактах.
5. Коротко охарактеризуйте процедуру арбітражу.

6. БАЗИСНІ УМОВИ ПОСТАЧАННЯ

Ключові слова: умова, базис, франко, ризик, перевезення, відповідальність, право власності, витрати.

Базисними умовами в зовнішньоторговому (базисні умови у внутрішній торгівлі не застосовуються) контракті купівлі-продажу називають спеціальні умови, які визначають обов'язки продавця і покупця з доставки товару і встановлюють момент виконання продавцем своїх обов'язків із постачання товару і переходу ризиків, пов'язаних із доставкою товару, з продавця на покупця, а також витрат, що можуть виникнути у зв'язку з цим.

Базисні умови поставки базуються на міжнародній торговій практиці і торгових звичаях. Міжнародна торгова палата (МТП) уперше у 1923 р. опублікувала перелік прийнятих у низці країн (18) звичаїв щодо базисів постачання товарів, у якому наводилося тлумачення 10 базисних умов. У результаті проведеної МТП роботи з уніфікації цих умов у 1936 р. були видані Правила тлумачення міжнародних торгових термінів (International Commercial Terms – **INCOTERMS**). У 1953, 1967, 1976 і 1980, 1990, 2000, 2010 роках до Правил було внесено значні зміни й доповнення і останньою редакцією INCOTERMS є редакція 2010 р.

INCOTERMS не є обов'язковим для всіх документом, проте його використання у міжнародній торговій практиці доцільне.

Одинадцять правил (умов) INCOTERMS 2010 розділені на два окремих класи. Перший клас «Правила для будь-якого виду або видів транспорту» передбачає сім правил (умов) INCOTERMS 2010, які можуть застосовуватися незалежно від обраного виду транспорту й незалежно від того, використовується один або більше одного виду транспорту. Цей клас містить умови EXW, FCA, CPT, CIP, DAT, DAP і DDP. Вони можуть використовуватися навіть за відсутності морського виду транспорту, а також у випадках, коли судно використовується для здійснення частини перевезення.

У другому класі INCOTERMS 2010 «Правила для морського й внутрішнього річкового транспорту» як пунктом поставки, так і місцем, до якого здійснюється перевезення товару покупцеві, є порти (причали, пристані). До цього класу відносяться умови FAS, FOB, CFR і CIF.

Ще однією особливістю INCOTERMS є розподіл усіх термінів на чотири категорії шляхом використання першої літери як індикатора відповідної групи, до якої відносять даний термін (табл. 6.1): групи **E, F, C і D**.

Уживаний при позначенні базисних умов термін **«франко»** (від франц. – *franco*) походить від слова «вільно» і означає, що покупець вільний від ризиків і всіх витрат із доставки товару до пункту, позначеного словом «франко». У контрактах після скороченого або повного позначення базисної умови необхідно зазначити найменування географічного пункту. Цими пунктами можуть бути морські і річкові порти, станції залізниць, аеродроми, склади, місцезнаходження продавців, покупців, вантажоодержувачів, бірж і аукціонів, прикордонні пункти, заводи-виробники і споживачі продукції, будівельні майданчики тощо. Коротко охарактеризуємо умови INCOTERMS.

До групи E входить одна умова – EXW.

EXW – EX Works («Франко-завод» (з підприємства, копальні, складу і т.д.)).

Згідно з цими умовами продавець не відповідає за транспортування товару і його навантаження на транспортний засіб. Ризики випадкової втрати, пошкодження або загибелі товарів переходить на покупця з моменту, коли товар переданий в його розпорядження на складі продавця в строк, передбачений контрактом, і за умови, що товар належним чином індивідуалізований, тобто відокремлений від решти продукції продавця і позначений як товар, що є предметом даного контракту. Продавець також не відповідає за митне очищення товару для вивозу, якщо не обумовлене інше. Таким чином, ця умова покладає на продавця мінімальні обов'язки. Покупець несе всі витрати і ризики у зв'язку з перевезенням товару від підприємства продавця до місця призначення.

Таблиця 6.1 – Класифікація умов INCOTERMS за групами

Група Е Відвантаження	EXW – EX Works (... named place)	Франко-завод (... назва місця)
Група F Основне перевезення не сплачене продавцем	FCA – Free Carrier (... named place) FAS – Free Alongside Ship (... named port of shipment) FOB – Free On Board (... named port of shipment)	Франко-перевізник (Франко-перевезення) (... назва місця) Франко уздовж борту судна (... назва порту відвантаження) Франко-борт судна (... назва порту відвантаження)
Група С Основне перевезення сплачене продавцем	CFR – Cost and Freight (... named port of destination) CIF – Cost, Insurance and Freight (... named port of destination) CPT – Carriage Paid To... (... named place of destination) CIP – Carriage and Insurance Paid to... (... named place of destination)	Вартість і фрахт (... назва порту призначення) Вартість, страхування і фрахт (... назва порту призначення) Фрахт / перевезення сплачене до ... (... назва місця призначення) Фрахт / перевезення і страхування сплачені до ... (... назва місця призначення)
Група D Прибуття (доставка)	DAT – Delivered At Terminal (... named terminal of destination) DAP – Delivered At Point (... named point of destination) DDP – Delivered Duty Paid (... named place of destination)	Поставлено на термінал (... назва терміналу) Поставлено в пункт (... назва пункту) Поставлено зі сплатою мита (... назва місця призначення)

Ця умова не застосовується, якщо покупець не в змозі здійснити сам або забезпечити експортні формальності. У цьому випадку доцільно використовувати умови FCA.

До групи F входять такі умови:

- FCA – «Франко-перевізник» (або «Франко-перевезення»);
- FAS – «Франко уздовж борту судна»;
- FOB – «Франко-борт судна».

За умовами групи F продавець вважається таким, що виконав свої зобов'язання після того, як він передав товар перевізникові згідно з інструкціями, отриманими від покупця. Ці умови припускають, що в обов'язки покупця входить вибір перевізника та укладання з ним договору перевезення.

Під терміном «перевізник» розуміють не лише фірму, що дійсно виконує перевезення вантажів, але і таку, яка забезпечує виконання перевезення, бере на себе зобов'язання з перевезення товару. Такі фірми називають експедиторськими.

FCA – Free Carrier («Франко-перевізник» або «Франко-перевезення»).

Умова FCA застосовуються до перевезень будь-яким видом транспорту. Згідно з цими умовами продавець зобов'язаний передати товар, що пройшов митне очищення для експорту в розпорядження названого покупцем перевізника в поimenованому пункті. У цей момент на покупця переходить ризик випадкової загибелі або псування товару.

Якщо покупець не зазначив точного пункту, то продавець може обрати в межах названого місця пункт, де перевізник візьме товар під свою відповідальність. Якщо відповідно до торгового звичаю потрібна допомога продавця з укладання контракту з перевізником (наприклад, у разі використання повітряного або залізничного транспорту), то продавець може діяти на ризик і за рахунок покупця.

При перевезенні по воді ця умова використовується замість умови FOB в тих випадках, коли немає можливості передати вантаж перевізникові традиційним способом – через поручні судна: наприклад, якщо продавець вимушений передавати товар перевізникові до прибуття судна в порт.

FAS – Free Alongside Ship («Франко уздовж борту судна»).

Ця умова застосовується для транспортування вантажів по річці або морем. Згідно з цією умовою продавець зобов'язаний поставити за свій рахунок товар в обумовлений контрактом порт завантаження і розмістити уздовж борту судна. Покупець повинен виконати експортні формальності, забезпечити подачу зафрахтованого судна, завантажити товар на борт судна і сплатити всі подальші витрати. Ризик випадкової загибелі переходить на покупця з моменту фактичного постачання товару уздовж борту судна в обумовленому порту навантаження в строк, зазначений в договорі. Цю умову не потрібно використовувати в тому випадку, якщо покупець не може прямо або непрямо виконати експортні формальності.

FOB – Free On Board («Франко-борт судна»).

Ця умова одна з найпоширеніших при морських перевезеннях, яку, як правило, вважають за краще вносити до контракту експортери. Згідно з цими умовами обов'язки продавця з постачання вважаються виконаними, коли товар поставлений на судно, зафрахтоване покупцем, у названому порту відвантаження. Умова вимагає оплати виконання експортних формальностей продавцем. Усі подальші витрати і ризики переходять на покупця у момент перетину товаром лінії судна.

Проте ця умова не припускає розміщення вантажу в трюмах. При постачаннях на умовах FOB, якщо характер вантажу вимагає укладання (штивки) вантажу в трюмах і приміщеннях судна або утруски і розрівнювання (триммінг, англ. *trimming*), сторони можуть домовитися у контракті, що витрати з такого укладання відносять на продавця. Тоді ця умова називатиметься FOB stowed (FOB із штивкою). Але частіше ці операції виконуються перевізником і входять у вартість фрахту і повністю сплачуються покупцем. Покупець сплачує також і розвантаження товару в порту призначення.

У групу С входить чотири умови (терміни) INCOTERMS:

- CFR – «Вартість і фрахт»;
- CIF – «Вартість, страхування і фрахт»;

- СРТ – «Фрахт/перевезення сплачене до ...»;
- СІР – «Фрахт/перевезення і страхування сплачені до ...».

Відповідно до цих умов продавець самостійно укладає договір перевезення, оплачує перевезення до зазначеного в контракті місця приймання товару покупцем, а також сповіщає покупця про деталі відправки і передбачуваний час прибуття вантажу в узгоджене місце приймання поставки. При морських перевезеннях, коли товар знаходиться в дорозі тривалий час, сповіщення покупцеві робить капітан корабля відповідно до умов договору перевезення.

У контрактах на С-умовах продавець звільняється від відповідальності і ризиків із моменту передачі товару перевізникові в своїй країні, хоча і несе витрати з доставки товару в країну покупця.

Продавець зобов'язаний сплатити перевізникові всю вартість транспортування товару незалежно від того, чи повинен фрахт бути сплачений до навантаження товару або оплата допускається після його доставки в місце призначення, окрім додаткових витрат, які можуть виникнути через обставини, що настали після перевантаження і відправки товару, і повинні бути сплачені покупцем, якщо виникли не з вини перевізника.

CFR – Cost and Freight («Вартість і фрахт»).

Відповідно до цих умов продавець зобов'язаний зафрахтувати судно, сплатити вартість фрахту до узгодженого порту призначення, завантажити товар на борт судна в порту відвантаження у встановлений контрактом термін, сплатити виконання експортних формальностей. Ризик випадкової загибелі товару переходить до покупця у момент перетину товару лінії судна в порту відвантаження.

СІF – Cost, Insurance and Freight («Вартість, страхування і фрахт»).

Відповідно до цих умов продавець має такі самі зобов'язання, як за умови «Вартість і фрахт», але з тим доповненням, що він повинен забезпечити морське страхування проти ризиків покупця від загибелі або пошкодження товарів при перевезенні (продавець повинен отримати страховку лише

на мінімальне покриття). Умова вимагає оплати виконання експортних формальностей продавцем і використовується лише для морського і річкового транспорту.

CPT – Carriage Paid To... («Фрахт/перевезення сплачене до ...»).

Ця умова означає, що продавець сплачує фрахт за перевезення товару до зазначеного місця призначення. Ризик загибелі або пошкодження товару, а також додаткові витрати, викликані подіями, які відбулися після постачання товару перевізникові, переходять від продавця до покупця після постачання товару на зберігання перевізникові.

Під «перевізником» розуміють будь-яку особу, яка за договором перевезення зобов'язується виконати, або забезпечити виконання перевезення залізною, або автомобільною дорогою, морем, повітрям, або внутрішніми судноплавними шляхами, або поєднуючи всі ці способи.

Якщо для перевезення до узгодженого місця призначення використовуються подальші перевізники, то ризики переходять після постачання товару першому перевізникові. Оплата експортного мита входить в обов'язки продавця. Ця умова застосовується при перевезеннях будь-яким видом транспорту, враховуючи змішане перевезення.

CIP – Carriage and Insurance Paid to... («Фрахт/перевезення і страхування сплачені до ... »).

Ця умова відрізняється від попередньої тим, що продавець зобов'язаний застрахувати товар і сплатити страхову премію страховій компанії. Страхування повинне покривати вартість товару за контрактною ціною плюс 10 %. Умова вимагає оплати виконання експортних формальностей продавцем.

До групи D входять такі умови INCOTERMS:

- DAT – «Поставлено на термінал»;
- DAP – «Поставлено в пункт»;
- DDP – «Поставлено зі сплатою мита».

Для покупця умови групи D є найбільш зручними, оскільки продавець зобов'язаний доставити товар у зазначене місце, або пункт призначення, беручи на себе всі ризики і

витрати з доставки товару. Тому контракти на D-умовах називають «контрактами доставок», тоді як контракти на C-умовах – «відвантажувальними контрактами».

Терміни DAT і DAP можуть бути використані незалежно від обраного виду транспорту, а також при використанні більше ніж одного виду транспорту.

DAT – Delivered At Terminal («Поставлено на термінал»).

Ця умова означає, що продавець несе всі ризики, пов'язані з доставкою товару і його розвантаженням на терміналі в пойменованому порту або в місці призначення. «Термінал» означає будь-яке місце, закрите чи ні, таке, як причал, склад, контейнерний двір, автомобільний, залізничний або авіатермінал.

Сторонам рекомендується найбільш точно визначити термінал і по можливості певний пункт на терміналі в погодженому порту або місці призначення, оскільки ризики до цього пункту несе продавець.

При намірі сторін покласти на продавця ризики й витрати з перевезення й переміщення товару з терміналу в інше місце, доцільно використовувати терміни DAP і DDP.

DAT потребує від продавця виконання митних формальностей для вивозу, якщо такі застосовуються. Однак продавець не зобов'язаний виконувати митні формальності для ввозу, сплачувати імпорتنі мита або виконувати інші митні формальності під час ввозу.

DAP – Delivered At Place («Поставлено в пункт»).

Ця умова означає, що продавець здійснює поставку, коли товар наданий у розпорядження покупця на прибулому транспортному засобі, готовим до розвантаження, у погодженому місці призначення. Продавець несе всі ризики, пов'язані з доставкою товару в пойменоване місце.

Сторонам рекомендується найбільш точно визначити пункт у погодженому місці призначення, оскільки ризики до цього пункту несе продавець. Якщо продавець за його договором перевезення зазнає втрат із розвантаження в погодженому місці призначення, продавець не має права жадати

від покупця відшкодування таких витрат, якщо інше не погоджено сторонами.

DAF потребує від продавця виконання митних формальностей для вивозу, якщо такі застосовуються. Однак продавець не зобов'язаний виконувати митні формальності для ввозу, сплачувати імпорнтні мита або виконувати інші митні формальності при ввозі.

При намірі сторін покласти на продавця виконання митних формальностей для увезення, сплату будь-яких імпорнтних мит і виконання інших митних формальностей для ввозу, доцільне використання терміна DDP.

DDP – Delivered Duty Paid («Поставлено з оплатою мита»).

Ця умова припускає максимальні обов'язки продавця, до яких входять укладення договорів перевезення, сплата експортного та імпорнтного мита, отримання ліцензій, а також, як правило, сплата вивантаження товарів. Покупець приймає товар в зазначеному в контракті пункті призначення і несе всі подальші витрати і ризики. Цю умову не потрібно використовувати в тому випадку, якщо продавець не може прямо або непрямо отримати імпорнтну ліцензію.

Якщо сторони бажають виключити із зобов'язань продавця деякі з витрат, що сплачуються при імпорті товару (наприклад, ПДВ), то формулювання умови повинне виглядати таким чином: *«Поставлено з оплатою мита, ПДВ не сплачений» («Delivered duty paid, VAT unpaid»)*. Цю умову можна використовувати для всіх видів транспорту.

Якщо під час вступу контракту в дію через неможливість точно встановити пункт, або навіть місце, куди повинен бути доставлений товар продавцем перевізникові, або його кінцеве місце призначення, сторони можуть зазначити приблизну «область», або більше за розмірами місце, наприклад, морський порт, обов'язково конкретизувавши пункт доставки під час виконання контракту.

Із усіх базисних умов найбільшого поширення набули умови FOB і CIF і в практиці міжнародної торгівлі «ціну FOB» розуміють як експорнтну ціну товару, а «ціну CIF» – як імпорнтну.

Продаж товарів за цими умовами вигідний для продавця, оскільки ризик випадкової загибелі, або пошкодження товару з моменту його навантаження на судно та отримання коносаменту, а іноді з моменту ухвалення товару до навантаження в порту відправлення, переходить на покупця. Крім того, при операціях за умовами CIF продавець отримує можливість фрахтувати судно на свій розсуд і тим самим отримувати додатковий прибуток за рахунок різниці між вартістю фрахту, закладеною в ціні, і фактично сплаченою фрахтувальникові, а також шляхом використання зафрахтованого тоннажу для перевезення зворотним рейсом своїх імпортерських вантажів.

Контрольні запитання

1. Що таке базисні умови постачання?
2. Коли і за яких умов виникли INCOTERMS і що вони означають?
3. Що означає «франко»?
4. Які групи виділяють у INCOTERMS?
5. Згідно з якими умовами найбільші зобов'язання з доставки має експортер?
6. Згідно з якими умовами найбільші зобов'язання з доставки має імпортер?
7. Для якого виду транспорту можна використовувати ті чи інші умови INCOTERMS? Наведіть приклади.
8. Які базисні умови набули найбільшого поширення в міжнародній торгівлі і чому?
9. Які контракти називаються «відвантажувальними» і чому?
10. Охарактеризуйте такі умови: EXW, FOB, CPT, DAT.

Список рекомендованої літератури

1. Гринько И. С. Внешнеторговые сделки / И. С. Гринько. – Сумы : Фирма "Реал", 1994. – 464 с.
2. Основи зовнішньоекономічної діяльності : [підручник] / Г. С. Гуріна, М. Г. Луцький, Т. Л. Мостенська, В. О. Новак. – К. : Сузір'я,

2007. – 425 с.

3. Дідківський М. І. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства : навчальний посібник / М. І. Дідківський. – К. : Знання, 2006. – 462 с.

4. Зовнішньоекономічні операції і контракти : [навч. посіб.] / В. В. Козик, Л. А. Панкова, Я. С. Крап'як та ін. – 2-ге вид., переробл. і доп. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 608 с.

5. Инкотермс 2010 (Incoterms 2010) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/988_014.

6. Инкотермс 2010 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ilat.info/inkoterms-2010.html>.

7. Инкотермс 2010. Правила ICC з використання термінів для внутрішньої та міжнародної торгівлі / [пер. з англ. ТОВ «Асоціація експортерів і імпортерів «ЗЕД»]. – К. : Асоціація «ЗЕД», 2011. – 268 с.

8. Инкотермс Офіційні правила тлумачення торговельних термінів Міжнародної торгової палати (редакція 2000 року) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.uapravo.net/data2008/base57/ukr57417/page4.htm>.

9. Кочетов Э. Г. Ориентиры внешнеэкономической деятельности / Э. Г. Кочетов. – М. : Экономика, 1992. – 208 с.

10. Міжнародні розрахунки та валютні операції : навч. посібник / О. І. Береславська, О. М. Наконечний, М. Г. Пясецька та ін.; за заг. ред. М. І. Савлука. – К. : КНЕУ, 2002. – 392 с.

11. Пазуха М. Д. Зовнішньоекономічна діяльність (загальні положення) : [навчально-методичний посібник] / М. Д. Пазуха. – К. : Центр учбової літератури, 2008. – 230 с.

12. Умови зовнішньоторговельного контракту [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.djerelo.com/index.php?option=com_content&task=view&id=6090&Itemid=327.

13. Щербина В. С. Господарське право України : [навч. посібник] / В. С. Щербина. – К. : Юрінком Інтер, 2001. – 384 с.

Завдання на практичне заняття

1. Охарактеризуйте основні особливості застосування умов групи E INCOTERMS-2010. Наведіть приклад.

2. Охарактеризуйте основні особливості застосування умов групи F INCOTERMS-2010. Наведіть приклад.

3. Охарактеризуйте основні особливості застосування умов групи C INCOTERMS-2010. Наведіть приклад.

4. Охарактеризуйте основні особливості застосування умов групи D INCOTERMS-2010. Наведіть приклад.

5. Коротко охарактеризуйте історію прийняття і використання INCOTERMS.

7. ЦІНОУТВОРЕННЯ У ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

1. Основні підходи до встановлення ціни.
2. Визначення рівня і базису ціни.
3. Способи фіксації ціни у зовнішньоторгових контрактах.
4. Використання знижок із ціни.

Ключові слова: ціна, базис, витрати, знижка, фіксація, обмовка.

7.1. Основні підходи до встановлення ціни

Головними проблемами, які потрібно вирішити при встановленні ціни на товар, є такі:

◆ *на які ціни орієнтуватися експортеріві при встановленні ціни пропозиції й імпортеріві при визначенні доцільності закупівлі (рівень ціни)?*

◆ *як співвідноситься ціна товару з витратами з доставки товару покупцеві (базис ціни)?*

◆ *яким способом розрахувати ціну на товар?*

◆ *як зафіксувати ціну в контракті?*

◆ *у якій валюті встановити ціну товару і в якій проводити платіж?*

◆ *як уникнути валютних ризиків?*

Ціна на кожний товар встановлюється за певну одиницю виміру. У контракті ціна встановлюється:

▪ *за кількісну* одиницю товару, наприклад, за одиницю маси (кг, т), площі (метр квадратний), за штуку, комплект та ін.;

▪ *за рахункову* одиницю, наприклад, за десяток, сотню, дюжину тощо;

▪ *за вагову* одиницю, виходячи з базисного вмісту основної речовини в товарі, а також виходячи з коливань натурної ваги, вмісту сторонніх домішок і вологості.

Якщо за основу ціни беруть вагову одиницю або коли ціна встановлюється за штуку, або комплект, необхідно в контракті

обумовлювати, чи включається ціна пакування і тари в ціну товару.

7.2. Визначення рівня і базису ціни

При ціноутворенні необхідно враховувати, що ціна на товар у ЗЕД повинна відповідати таким вимогам: *покривати прямі й непрямі витрати; приносити прибуток; бути конкурентоспроможною і забезпечувати місце на ринку.*

У загальному вигляді прямі й непрямі витрати включають два види витрат: *витрати виробництва й витрати реалізації.* Витрати виробництва, крім відомих статей кошторису (або калькуляції), передбачають витрати з виплати відсотків за кредит, якщо він використовується для виробництва товарів.

До витрат реалізації, які для різних контрактів будуть різними, можна віднести витрати на: *транспортування товару покупцеві; страхування товару; сплату експортних податків, мит і зборів; сплату агентських винагород посередникам* та ін.

Однією з важливих проблем ціноутворення у ЗЕД є визначення **рівня ціни**. Для цього можуть використовуватися такі види цін.

Світова ціна – ціна, за якою проводяться великі комерційні експортно-імпорتنі операції в основних центрах світової торгівлі. Як правило, виділяють:

- ціни за звичайними комерційними операціями з платежем у: вільно конвертованій валюті; неконвертованій або обмежено конвертованій валюті;
- ціни за кліринговими угодами;
- ціни за програмами в рамках державної допомоги та ін.

В Україні однією з умов отримання експортних ліцензій є відповідність контрактних цін індикативним цінам.

Індикативна ціна – ціна, яка склалася або складається на відповідний товар на ринку експорту/імпорту на момент здійснення зовнішньоторгових операцій з урахуванням умов постачання і здійснення розрахунків.

Довідкові ціни – це ціни товарів у внутрішній гуртовій

або зовнішній торгівлі різних країн, які публікуються у друкованих виданнях. Довідкові ціни можуть бути суто номінальними, тобто не пов'язаними з реальними комерційними операціями, або відображати минулі операції.

Біржові котирування – це ціни товарів, що є об'єктом біржової торгівлі, які в основному відображають фактичні операції. У тих випадках, коли біржові котирування не мають за собою конкретних операцій, при їх публікації ставиться літера "N", що означає номінальність котирування.

Ціни аукціонів близькі до котирувань бірж, оскільки відображають, як правило, реальні операції.

Середні експортні та імпорتنі ціни, обчислені на основі даних зовнішньоторгової статистики шляхом ділення вартості товару на його кількість.

Ціни попередніх операцій використовуються у разі відносної стабільності цін, перш за все, на промислову сировину, а також на машини й устаткування.

Найбільш ґрунтовним критерієм для визначення рівня ціни в контракті є ціни фактичних операцій і ціни пропозицій фірм-конкурентів.

Ціни фактичних операцій, як правило, регулярно не публікуються, а з'являються у пресі епізодично лише за окремими операціями.

Ціни пропозицій великих фірм менш представницькі, головним чином тому, що ціни пропозицій, по суті, мають характер довідкових цін, оскільки початкові ціни в результаті перемовин при укладанні угод, як правило, знижуються (у межах 10–15 %).

Базисом ціни є та цінова основа, стосовно якої відбувається розподіл витрат, пов'язаних із доставкою товару, між продавцем і покупцем.

Базис ціни визначається залежно від *базисних умов постачання*.

Тут необхідно з'ясувати один важливий момент: незалежно від того, яку базисну умову постачання обирають для встановлення ціни товару, зрештою всі витрати, пов'язані з

доставкою товару від продавця до покупця, оплачує покупець. Але від умов постачання залежить і те, на який термін продавець і покупець вилучають зі свого обігу кошти, необхідні для забезпечення доставки товару, і хто з них нестиме додаткові витрати, якщо з товаром що-небудь трапиться в дорозі або хто-небудь з контрагентів порушить свої контрактні зобов'язання з доставки товару.

7.3. Способи фіксації ціни у зовнішньоторгових контрактах

Ще одним важливим елементом встановлення ціни в контрактах є спосіб фіксації ціни. Він визначає, коли фіксується ціна в контракті: у момент його укладання, впродовж терміну його дії або у момент його виконання.

За способом фіксації розрізняють такі види цін:

❖ **«тверда» ціна** – встановлюється у момент підписання контракту і впродовж терміну його дії зміні не підлягає.

«Тверда» ціна застосовується в основному при термінах постачання від 1 до 14 днів, рідше – при постачаннях у більш тривалі терміни. За такими цінами здійснюється продаж устаткування зі складу або з короткими термінами постачання (наприклад, електродвигунів, автомобілів та іншого стандартного устаткування). У контрактах у цьому випадку робиться обмовка: *«Ціна «тверда», зміні не підлягає»;*

❖ **ціна з подальшою фіксацією** застосовується при постачанні товарів, що вимагають тривалих термінів виготовлення або товарів, вартість яких залежить від їх якості (в основному при продажі металів чи хімікатів з певною часткою домішок або корисних речовин), а також товарів, ціна яких може значно кон'юнктурно коливатися і встановлюється у процесі виконання контракту.

У контракті зазначається, що при виконанні договору, наприклад, при постачанні чергової партії або взагалі після постачання ціна може змінитися, а також зазначається, на підставі чого буде встановлена ціна, які чинники враховуватимуться при її фіксації. Такими

чинниками можуть бути:

- зміна величини фактичних витрат продавця на виготовлення товару внаслідок підвищення цін на сировину і комплектуючі, зміни законів, які регулюють розмір оплати робочої сили, податків тощо;
- зміна вмісту корисних речовин або домішок у товарі порівняно із зазначеним у контракті;
- зміна ринкової вартості товару внаслідок зміни кон'юнктури ринку (зниження або підвищення попиту на даний товар).

❖ **рухома ціна** – зафіксована ціна при укладанні контракту, яка може бути переглянута у подальшому, якщо ринкова ціна даного товару до моменту його постачання зміниться.

Якщо в контракті ціна залежить від цього чинника, то в тексті контракту це відображається **обмовками** трьох видів:

- *обмовка «hausse» (підвищення)* означає, що будь-яке підвищення ринкової ціни призводить до підвищення контрактної ціни;
- *обмовка «baisse» (зниження)* означає, що будь-яке зниження ринкової ціни призводить до зниження контрактної ціни, а будь-яке підвищення ринкової ціни до уваги не береться;
- *обмовка «hausse-baisse»* свідчить про те, що зміна контрактної ціни залежить від відповідної зміни ринкової ціни.

Як правило, у контракті визначається допустима величина відхилення ринкової ціни від контрактної (2–6 %), у межах яких зафіксована ціна не переглядається. При встановленні рухомої ціни обов'язково повинно бути передбачене джерело інформації про зміну ринкових цін. Рухомі ціни найчастіше встановлюються на промислові сировинні й продовольчі товари, що поставляються по довгострокових контрактах.

❖ **ковзна ціна** обчислюється шляхом перегляду договірної ціни з урахуванням змін у витратах виробництва, що відбулися в період виконання контракту. Застосовується в контрактах на товари, що потребують тривалого терміну виготовлення (велике промислове устаткування, судна, будівельні об'єкти тощо).

Спочатку в контракті встановлюється початкова ціна, сторони оговорюють її структуру, тобто відсоткову частку в ній постійних витрат (прибуток, накладні витрати, амортизаційні відрахування та ін.) і змінних витрат на сировину, матеріали, оплату праці. Саме останні і визначають ковзання ціни, оскільки зі зміною цін на сировину, податкової політики держави, рівня оплати праці в галузі будуть пов'язані додаткові витрати на виконання даного контракту.

Структура початкової ціни має такий вигляд:

$$C_{\Pi} = K_{\Gamma} + K_3 + K_M, \quad (7.1)$$

де C_{Π} – початкова ціна;

K_{Γ} – коефіцієнт гальмування, тобто частка в ціні постійних витрат;

K_3 – частка в ціні витрат на зарплату;

K_M – частка в ціні витрат на придбання сировини і матеріалів.

Остаточна ціна при такому способі фіксації ціни розраховується за формулою

$$C = \frac{C_{\Pi}}{100} \cdot (K_{\Gamma} + K_3 \cdot I_3 + K_M \cdot I_M), \quad (7.2)$$

де I_3 – індекс зміни заробітної плати (відношення зарплати на момент постачання до зарплати на момент підписання контракту);

I_M – індекс зміни вартості матеріалів (відношення вартості матеріалів на момент постачання до вартості матеріалів на момент підписання контракту).

У контракті зазначається лише загальний порядок фіксації ціни, наприклад, робляться такі обмовки: «Якщо до моменту

постачання товару змінюються фактичні витрати виробника, про що він письмово повідомить покупця з доданням документів, які підтверджують збільшення витрат, то ціна на товар збільшиться відповідно до збільшення витрат».

У контракті також визначається граничний рівень відхилення остаточної ціни від початкової шляхом внесення деяких обмежувальних умов, наприклад, встановлюється у відсотках до договірної ціни межа, в рамках якої ціни не переглядаються, а також межа можливої зміни договірної ціни (наприклад, не більше 10 % від загальної вартості замовлення), яка називається *лімітом ковзання*.

7.4. Використання знижок із ціни

Ціна пропозиції, як правило, завищується експортером, і в ході листування або переговорів сторони за ініціативою покупця обговорюють питання про надання знижки. Розмір знижок залежить від характеру операції, умов постачання і платежу, взаємовідносин з покупцем, кон'юнктури ринку у момент укладення угоди тощо. Розглянемо найбільш поширені види знижок.

Спеціальні знижки надаються привілейованим покупцям, у замовленнях яких найбільш зацікавлений продавець. Такі самі знижки надаються покупцям, коли продавець лише виходить на ринок із новим товаром, або намагається продати пробну партію товару.

Загальна (проста) знижка надається з преїскурантної або довідкової ціни. Проста знижка з преїскурантної ціни на серійні машини й устаткування становить, як правило, 20–30 % (іноді доходить до 40 %); на промислову сировину становить близько 2–5 %.

Прогресивна (оптова) знижка – знижка за кількість, стосується серійних виробів. Серійні замовлення становлять значний інтерес для продавців, оскільки при виготовленні великої кількості машин одного і того самого типу зменшуються витрати на одиницю продукції. Розмір знижки – до 10 %.

Дилерські знижки надаються продавцями своїм постійним представникам і посередникам зі збуту. Ці знижки широко використовуються при продажу автомобілів, тракторів, стандартного устаткування й оргтехніки. Вони коливаються залежно від марки (сорт) товару і становлять 15–20 % від ціни, за якою продавець сам реалізує ці товари у роздріб.

Знижка «сконто» – знижка при розрахунках готівкою. У тих випадках, коли довідкова ціна передбачає короткостроковий кредит, а покупець готовий сплатити вартість товару готівкою, він може отримати таку знижку (2–4 %). Розмір такої знижки, як правило, відповідає розміру позикового відсотка на грошовому ринку в момент здійснення операції.

Бонусна знижка (або **знижка за оборот**) надається продавцем своїм постійним агентам за реалізацію певної кількості товару впродовж певного терміну (як правило, року). В агентській угоді встановлюється шкала знижок і сягає за деякими видами обладнання від 5 до 25 %; для сировинних і сільськогосподарських товарів ця знижка становить декілька відсотків.

Сезонні знижки надаються за покупку товару поза сезоном, розмір знижки залежить від характеру товару.

Експортні знижки надаються продавцями при продажу товарів іноземним покупцям понад знижки, що діють для покупців внутрішнього ринку.

Приховані знижки надаються у вигляді знижок на фрахт, пільгових або безвідсоткових кредитів, шляхом надання безкоштовних послуг тощо.

Контрольні запитання

1. Які завдання вирішуються при встановленні ціни на товар?
2. Які види цін виділяють у світовій торгівлі?
3. Що таке рівень і базис ціни?
4. Які використовують способи фіксації ціни у зовнішньоторгових контрактах?

5. Що таке ковзна ціна, як вона формується?
6. Яка структура початкової ціни, якщо вона має характер ковзної?
7. Як розраховується остаточно ціна при ковзному способі фіксації?
8. Які знижки з ціни використовують у ЗЕД?

Список рекомендованої літератури

1. Основи зовнішньоекономічної діяльності : [підручник] / Г. С. Гуріна, М. Г. Луцький, Т. Л. Мостенська, В. О. Новак. – К. : Сузір'я, 2007. – 425 с.
2. Дідківський М. І. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства : навчальний посібник / М. І. Дідківський. – К. : Знання, 2006. – 462 с.
3. Левшин Ф. М. Внешнеторговые цены / Ф. М. Левшин. – М. : Наука, 1990. – 136 с.
4. Левшин Ф. М. Мировой рынок : конъюнктура, цены и маркетинг / Ф. М. Левшин. – М. : Международные отношения, 1993.
5. Мишель Пebro. Международные экономические, валютные и финансовые отношения : пер. с фр. – М. : Изд. группа "Прогресс", "Универс", 1994.
6. Пазуха М. Д. Зовнішньоекономічна діяльність (загальні положення) : [навчально-методичний посібник] / М. Д. Пазуха. – К. : Центр учбової літератури, 2008. – 230 с.
7. Щербина В. С. Господарське право України : [навч. посібник] / В. С. Щербина. – К. : Юрінком Інтер, 2001. – 384 с.

Завдання на практичне заняття

За наведеними даними (табл. 7.1) розрахувати остаточно ціну на нестандартне технологічне обладнання для її фіксації у зовнішньоторговому контракті купівлі-продажу (всі дані – умовні).

Таблиця 7.1 – Показники для обрахунку остаточної ціни

Вихідні дані	Варіанти									
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Дата укладання контракту	01.03.2007 р.			01.05.2005 р.			15.01.2008 р.			
Дата завершення контракту і поставки обладнання	30.11.2011 р.			31.10.2010 р.			15.12.2011 р.			
Вихідна ціна C_0 , тис. євро	850	245	321	456	943	65	39	103	250	96
Коефіцієнт гальмування K_c , %	70	65	60	75	80	74	66	76	68	69
Коефіцієнт зміни вартості сировини, матеріалів, комплектуючих K_m , %	15	20	30	15	10	16	22	15	14	19
Коефіцієнт зміни заробітної плати K_3 , %	15	15	10	10	10	10	12	9	18	12
Індекс зарплати I_3 , %										
2005 р.	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
2006 р.	105	100	109	100	100	100	115	103	102	101
2007 р.	107	103	109	101	102	100	115	104	103	101
2008 р.	109	104	109	101	102	105	118	106	105	101
2009 р.	111	104	109	110	102	105	120	107	111	123
2010 р.	111	105	109	110	104	105	120	107	114	124
2011 р.	118	105	109	110	111	105	120	110	114	129

Продовження табл. 7.1

	Варіанти									
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Індекс вартості сировини, матеріалів, комплектуючих I_m , %										
2005 р.	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
2006 р.	100	100	99	101	100	100	110	100	117	103
2007 р.	100	101	109	101	104	100	114	101	118	107
2008 р.	102	101	99	104	106	108	116	101	120	109
2009 р.	112	101	99	115	108	108	119	101	124	113
2010 р.	113	102	98	117	114	109	121	107	134	117
2011 р.	115	101	98	119	122	111	122	118	140	123

8. УМОВИ ПЛАТЕЖУ ТА ФОРМИ РОЗРАХУНКІВ У ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

1. Валюта платежу, валюта ціни, курс перерахунку.
2. Валютні ризики і способи їх усунення.
3. Способи платежу.
4. Форми розрахунків.

Ключові слова: валюта, платіж, курс, ризик, розрахунок, акредитив, рахунок, інкасо.

8.1. Валюта платежу, валюта ціни, курс перерахунку

Платіж – завершальна стадія взаєморозрахунків між партнерами. Умови платежу є одним із найбільш важливих і складних компонентів міжнародного контракту. При визначенні умов платежу в контракті встановлюються:

- ◆ *валюта платежу, валюта ціни, курс перерахунку;*
- ◆ *обмовки, спрямовані на зменшення і усунення валютного ризику;*
- ◆ *спосіб платежу;*
- ◆ *форми розрахунків.*

При укладенні контракту встановлюється, в якій валюті буде здійснена оплата товару – у валюті країни-експортера, країни-імпортера або третьої країни. Іноді в контракті передбачається право імпортера провести на власний вибір платіж у різних валютах. Валюта платежу може збігатися з валютою ціни товару, а може і не збігатися. В останньому випадку в контракті зазначається **курс**, за яким валюта ціни буде переведена у валюту платежу: *курс платіжного засобу* (телеграфного, або поштового переказу), використаного для оплати, курс продавців, покупців, або середній курс. Як правило, переведення валюти ціни у валюту платежу здійснюється за курсом, що діє в країні, в якій проводиться платіж. При виборі курсу валюти враховується не лише його вигідність при переведенні у валюту контракту, але і ступінь оборотності валюти.

8.2. Валютні ризики і способи їх усунення

Під *валютним ризиком* розуміють небезпеку валютних втрат при зміні курсу іноземної валюти стосовно національної грошової одиниці при проведенні зовнішньоторговельних та інших операцій. З погляду валютного ринку інтереси сторін не збігаються:

- експортер прагне зафіксувати ціну в стійкій валюті;
- імпортер, навпаки, зацікавлений в тому, щоб встановити ціну у валюті, що підлягає знеціненню.

Експортер зазнає збитків при зниженні курсу валюти контракту щодо національної валюти в період між підписанням контракту і здійсненням платежу за ним. Імпортер, навпаки, зазнає збитків при підвищенні курсу валюти контракту.

Валютні ризики умовно можна розділити на *курскові ризики* та *інфляційні ризики*.

Курсові ризики пов'язані з тим, що при зменшенні курсу валюти платежу стосовно національної валюти експортер отримує суму грошей в національній валюті меншу, ніж ту, на яку він розраховував при укладенні контракту.

Інфляційні ризики пов'язані із зменшенням купівельної спроможності валюти платежу, якщо зменшиться її курс стосовно інших валют.

Захиститися від валютних ризиків при укладенні контракту можна за допомогою декількох способів, що фіксуються в контракті у вигляді різних *обмовок*.

Перший спосіб – пряма валютна обмовка. Валюта ціни і валюта платежу збігаються, але ціна товару і вартість платежу залежать від курсу іншої валюти. У контракті зазначається джерело інформації про курси валют.

Різновидом прямої обмовки можна вважати мультивалютну обмовку, коли ціна і сума платежу залежать не від однієї валюти, а від декількох валют.

Другий спосіб захисту від валютних ризиків (непряма обмовка) – це встановлення різних валют ціни і платежу і визначення курсу перерахунку валюти ціни у валюту платежу.

При цьому експортер та імпортер мають на меті різні цілі, і завданням переговорів стає знаходження компромісу в цьому питанні.

Як курс перерахунку валюти ціни у валюту платежу використовують, як правило, ринковий курс на день платежу або найчастіше на день, що передує дню платежу.

Компромісним рішенням у питанні про вибір валютних умов буде встановлення ціни в стабільнішій валюті, ніж валюта платежу (вигідно експортерів), із застосуванням курсу, що склався на день, що передує дню платежу, у країні валюти платежу (вигідно імпортерів).

Повну гарантію захисту від валютних ризиків застосування валютних обмовок може дати експортерів не завжди, і, крім того, за згоду включити обмовку імпортер може зажадати поступок за іншими умовами контракту, в першу чергу зниження ціни.

Окрім валютних обмовок, способами захисту від валютних ризиків є страхування валютних ризиків за допомогою форвардних (термінових) валютних операцій з комерційними банками, хеджування, страхування валютних ризиків у страхових компаніях.

Захисні обмовки спрямовані на усунення валютного ризику. При цьому обмовки, що передбачають перерахунок суми платежу, називаються *двосторонніми*, оскільки збитки однаково поширюються на експортера та імпортера. Можуть застосовуватися і *односторонні* обмовки, а також, хоча і рідко, обмовки індексацій.

8.3. Способи платежу

Спосіб платежу показує, коли проводиться оплата товару стосовно моменту його фактичного постачання. Існує три способи платежу: платіж готівкою, авансовий платіж, платіж у кредит.

Готівковий платіж проводиться через банк до, або після передачі експортером товаророзпорядчих документів, або

самого товару в розпорядження покупця. Готівковий платіж передбачає оплату товару в повній вартості в період від його готовності до відвантаження для експортера до переходу в розпорядження покупця і може здійснюватися одноразово, або частинами.

Платіж готівкою проводиться через банк до, або під час передачі продавцем товаророзпорядчих документів, або самого товару покупцеві. Це означає, що товар повністю оплачується від моменту його готовності до експорту до моменту його переходу в розпорядження покупця.

Готівковий платіж залежно від обраної сторонами в контракті форми розрахунків проводиться, якщо виконані такі умови: імпортер отримав від експортера сповіщення про готовність товару до відвантаження; імпортер отримав від капітана судна телеграфне сповіщення про закінчення відвантаження товару на борт судна в порту відправлення; імпортер отримав комплект документів, передбачених у контракті; імпортер отримав комплект товарних документів і право відстрочення оплати на декілька годин або днів, якщо перед цим імпортер надав банківську гарантію, що він заплатить після приймання товару в порту призначення. Природно, що для експортера найвигіднішою буде перша умова, а для імпортера – остання.

Платіж із авансом передбачає виплату покупцем-імпортером постачальникові-експортерові узгоджених в контракті сум у рахунок платежів, що мають бути здійснені за договором, до передачі товару в його розпорядження. Авансовий платіж виконує дві *функції*:

- форма кредитування імпортером експортера;
- засіб забезпечення зобов'язань, прийнятих покупцем за контрактом.

Аванс може бути наданий у двох *формах*:

- грошовій (визначається у відсотках від загальної суми контракту);
- товарній (надання замовником-імпортером експортерові сировинних матеріалів або комплектувальних частин,

необхідних для виготовлення замовленого устаткування).

Аванс погашається, як правило, шляхом заліку при постачанні товару. За аванси, які видаються, можуть нараховуватися відсотки на користь імпортера за період із дня видачі авансу до постачання товару. Як правило, аванс забезпечується гарантією банку експортера або до контракту вноситься обмовка, що у разі невиконання експортером умов договору аванс повертається імпортеріві в повній сумі.

Авансовий платіж (100 % передоплати) – спосіб платежу, який трапляється найчастіше у практиці імпорту товарів підприємцями, що, природно, викликано недовірою з боку зарубіжних партнерів.

Велика частина зовнішньоторговельних операцій, особливо при торгівлі машинами та устаткуванням, здійснюється на основі *кредиту*.

Основними формами комерційного кредиту є *фінансовий і товарний кредити*. **Фінансовий кредит** надається експортерами, як правило, за окремими кредитними угодами у вигляді грошових позик імпортерам на оплату товарів, які вони придбають. Найбільш поширена **товарна форма кредиту**, коли експортери надають імпортерам розстрочку платежів за поставлені товари. За відстрочення платежу імпортери виплачують узгоджені річні відсотки, які, як правило, нижче поточних банківських ставок. Нерідко при короткострокових кредитах покупцям надається безвідсоткова розстрочка платежу.

Головною проблемою кредитних відносин є гарантування платежів за поставлені товари. У практиці міжнародної торгівлі однією з найбільш поширених форм гарантій є *вексельна*.

Вексель – це безумовне зобов'язання боржника виплатити зазначену в ньому суму після закінчення встановленого терміну. Векселі можуть передаватися від одного векселетримача іншому, при цьому на їх зворотному боці наносять напис (**індосамент**) із зазначенням або без зазначення імені нового утримувача. Боржник і всі особи, що є утримувачами, несуть перед останнім векселетримачем солідарну відповідальність із виплати зазначеної суми.

Для того щоб застрахувати себе від можливої неплатоспроможності боржника і векселетримачів, що кредитують, особа, якій передається вексель, може зажадати банківської гарантії оплати (**аванс**) векселя, яка робиться у вигляді напису банку на векселі.

У міжнародній практиці широко застосовуються **перевідні векселі (тратти)**. Тратта – документ, що містить безумовний наказ кредитора (трасанта) позичальникові (трасатові) про сплату у встановлений термін певної суми трасантові або третій особі-векселетримачу (ремітенту), якою найчастіше є банк кредитора.

Виписані експортером тратти передаються імпортеріві, який у разі згоди із зазначеними в траттах умовами підтверджує їх шляхом підпису (акцептує). Тратти є цінними паперами і можуть бути використані як засіб платежу. Тратти бувають двох видів:

- *з платежем по пред'явленню (...)*. Ця тратта оплачується за поданням трасатові, якщо він приймає її до оплати;
- *з платежем у певний термін (...)*. Прийнята тратта є обіцянкою учасника угоди сплатити її. Якщо тратта прийнята банком, вона стає банківським акцептом, а якщо будь-якою фірмою – торговим акцептом. Більшість тратт із платежем у певний термін виписуються на 30, 60, 90 днів після дати випускання або акцепту тратти. Крім вищезазначених, виділяють також чисті і спеціальні (документарні) тратти. Якщо застосовується чиста тратта, продавець надсилає комерційні документи покупцеві безпосередньо, який у цьому випадку має можливість отримати товар незалежно від платежу або акцепту тратти.

У міжнародній торгівлі більшість тратт мають спеціальний вигляд, тобто комерційні документи прикладені до тратти і можуть бути видані лише після платежу або акцепту.

Банківський акцепт практично ідентичний депозитному сертифікату (...). Його утримувач може почекати до закінчення терміну, щоб отримати гроші, а може його продати на фінансовому ринку, де існує стійка система

торгівлі такими паперами.

8.4. Форми розрахунків

Для того щоб убезпечити експортера від ризику неприйняття товару, неплатежу або невчасного платежу, з одного боку, і гарантувати імпортереві належне виконання контрагентом умов контракту, з іншого боку, як посередник між ними залучається банк. Безготівкові розрахунки через банки при зовнішньоторговельних операціях здійснюються в різних формах, таких, як:

- ◆ *акредитив;*
- ◆ *інкасо;*
- ◆ *банківський переказ;*
- ◆ *розрахунки за відкритим рахунком.*

Акредитив – це зобов'язання банку провести на прохання і відповідно до вказівок імпортера платіж експортереві.

У практиці міжнародних розрахунків використовуються різні *види* акредитивів: відзивні та безвідзивні; підтвержені та непідтвержені; перевідні (трансферабельні); револьверні (поновлювані); покриті та непокриті; документарні та грошові; резервні.

Відзивний акредитив може бути змінений або анульований банком-емітентом у будь-який момент без попереднього повідомлення бенефіціара. У зв'язку з цим у міжнародній торгівлі в основному застосовуються безвідзивні акредитиви, які не можуть бути анульовані або змінені без згоди всіх зацікавлених сторін.

Підтвержені акредитиви мають на увазі додаткову гарантію платежу з боку іншого банку, що не є емітентом. Банк, що підтвердив акредитив, бере на себе зобов'язання оплачувати документи, які відповідають умовам акредитива, якщо банк-емітент відмовиться зробити платіж. У міжнародній практиці акредитиви, що відкриваються банком імпортера, як правило, підтверджує банк експортера.

Перевідний акредитив передбачає можливість отримання

грошей не лише експортером, але і за його вказівкою іншими юридичними особами.

Револьверний акредитив використовується в розрахунках за постійні великі постачання, здійснювані, як правило, за графіком, зафіксованим у контракті. Такі акредитиви можуть передбачати автоматичне відновлення суми акредитиву (квоти) через певний час або після кожного використання.

Покритими називаються акредитиви, при відкритті яких банк-емітент перераховує власні кошти платника (або наданий йому кредит) у розпорядження банку постачальника на окремий балансовий рахунок на весь термін дії зобов'язань банку-емітента.

Непокритий акредитив може відкриватися при встановленні між банками прямих кореспондентських відносин. У цьому разі виконуючому банку надається право списувати всю суму акредитиву з рахунку банку-емітента, який ведеться у нього.

Розрізняють також *документарні акредитиви*, виплати з яких обумовлені поданням комерційних і фінансових документів, і *грошові акредитиви*, які є іменним документом, що містить доручення про виплату грошей одержувачеві упродовж певного терміну при дотриманні зазначених у ньому умов. Документарний акредитив – найбільш вигідна форма розрахунків для експортера завдяки надійності платежу і прискоренню отримання експортної виручки.

Резервний акредитив – це спеціальний вид акредитива, що є гарантією платежу експортерові або його банку. Він виставляється банком-емітентом за дорученням імпортера і забезпечує платіж у разі невиконання імпортером своїх зобов'язань.

У кожному акредитиві повинні міститися такі *реквізити*: найменування і адреса експортера і його банка; відмітка про те, чи є акредитив відзивним або безвідзивним (у останньому випадку повинна бути вказана тривалість акредитива); сума акредитива; вид відвантажувальних документів; кількість, ціна і точне позначення товару; умови постачання; максимальний

термін постачання.

Акредитив *вигідний* експортеріві, оскільки забезпечує йому: надійність розрахунків (обіцянка банку на оплату); швидкість розрахунків (отримання грошей після відвантаження товару); можливість отримання додаткового фінансування під відкритий і підтверджений акредитив.

Для імпортера при акредитивній формі розрахунків також підвищується надійність постачання товару, але в той самий час йому це менш вигідно, оскільки він: платить банку за відкриття акредитива; відкриває акредитив до постачання товару ("заморожує" свої гроші або платить за кредит).

Найбільш вигідним і надійним для експортера є документарний акредитив, який часто застосовується в зарубіжній практиці.

Схема акредитивної форми розрахунків зводиться до такого.

1. Подання заяви на відкриття акредитива.
2. Відкриття акредитива банком-емітентом і направлення акредитива бенефіціару через авізуючий банк.
3. Сповіднення (авізування) бенефіціара про відкриття акредитива на його користь.
4. Відвантаження товару на експорт.
5. Оформлення і подання бенефіціаром у банк комплекту документів для одержання платежу за акредитивом.
6. Пересилання авізуючим банком документів банку-емітенту.
7. Перевірка банком-емітентом одержаних документів і їх оплата (при виконанні всіх умов акредитива).
8. Видавання банком-емітентом сплачених документів приказодавцю акредитива.
9. Зарахування авізуючим банком експортної виручки бенефіціару.

Інкасо – доручення експортера своєму банку отримати від імпортера безпосередньо або через інший банк певну суму або підтвердження того, що ця сума буде виплачена у встановлені терміни.

Розрізняється два види інкасо:

- просте (чисте) інкасо, тобто стягнення платежу за фінансовими документами, що не супроводжуються комерційними документами;
- документарне інкасо, тобто стягнення платежу за фінансовими документами, що супроводжуються комерційними документами, або лише за комерційними документами.

Документи, з якими проводяться операції за інкасо, поділяють на дві групи: фінансові (векселі, чеки та ін.) та комерційні (транспортні документи та ін.).

При документарному інкасо експортер може дати різні вказівки банку щодо використання комерційних (товарно-транспортних) документів, що додаються, наприклад:

- видати документи лише після оплати – документи після платежу (...);
- видати документи після акцепту тратти – документи після акцепту (...);
- видати документи без оплати.

При інкасовій формі розрахунків особливе значення мають довіра експортера до платоспроможності і сумлінності імпортера, чітке визначення в контракті зобов'язань продавця і покупця, відвантаження товару відповідно до умов операції, передача покупцеві товарних документів лише після платежу або акцепту тратти.

Банківський переказ – це просте доручення комерційного банку своєму банку-кореспондентові виплатити певну суму грошей на прохання і за рахунок переказодавця іноземному одержувачеві (бенефіціару). Банк одержувача переказу керується конкретними вказівками, що містяться в платіжному дорученні (...) відповідно до умов зовнішньоторговельного контракту. Банківський переказ може здійснюватися за фактично поставлений товар, що найвигідніше імпортеріві, або як аванс, внаслідок чого в імпортера виникає ризик втрати грошей у разі непостачання товару.

У міжнародній практиці існує декілька способів захисту імпортера від ризику втрати авансу при непостачанні товару:

- банківська гарантія на повернення авансу;
- документарний, або умовний, переказ.

Під документарним (умовним) переказом розуміють переказ авансу за умови, що банк експортера проведе фактичну виплату авансу на його рахунок лише після пред'явлення транспортних (відвантажувальних) документів. При цьому зазначається період, упродовж якого має бути проведене відвантаження і пред'явлені відповідні документи.

Розрахунки за відкритим рахунком – періодичні платежі імпортера експортерові при постачаннях товару на умовах його подальшої оплати і зарахування заборгованості на рахунок імпортера. Така форма міжнародних розрахунків пов'язана з кредитом за відкритим рахунком. Порядок погашення заборгованості за відкритим рахунком визначається угодою між контрагентами. Як правило, передбачаються періодичні платежі у встановлені терміни. Остаточне регулювання заборгованості за відкритим рахунком проводиться через банки із застосуванням інших форм розрахунків.

Як правило, розрахунки за відкритим рахунком застосовуються при регулярних постачаннях. Особливістю цієї форми розрахунків є те, що рух товарів випереджає рух грошей, а також те, що розрахунки пов'язані не з товарними постачаннями, а з комерційним кредитом, що надається експортером імпортерові.

Розрахунки за відкритим рахунком вигідні імпортерові з таких причин: він проводить оплату товарів після їх отримання; відсоток за наданий кредит при цьому не стягується; відсутній ризик оплати непоставленого або неприйнятого товару.

Для експортера ця форма розрахунків менш вигідна, оскільки: сповільнюється оборотність його капіталу; підвищується ризик неотримання або невчасного отримання платежу; іноді виникає необхідність удаватися до банківського кредиту.

Фактично ця форма розрахунків застосовується для кредитування імпортера і відображає довіру до нього з боку експортера. Експортерові ця форма вигідна лише за умови

взаємності, коли контрагенти поперемінно виконують роль продавця і покупця, тому при односторонніх постачаннях розрахунки за відкритим рахунком застосовуються рідко.

Контрольні запитання

1. В якій валюті можуть здійснюватися розрахунки у ЗЕД і чому?
2. Як перераховують курси цін на товари у ЗЕД?
3. Які ви знаєте валютні ризики і способи їх усунення?
4. Наведіть основні способи платежу.
5. Які функції виконує авансовий платіж?
6. У чому сутність вексельної форми розрахунків?
7. Наведіть основні форми платежу.
8. Що таке акредитив і які бувають види акредитива?
9. Які реквізити повинні міститися в кожному акредитиві?
10. Що таке інкасо?
11. Що таке банківський переказ та розрахунки за відкритим рахунком?

Список рекомендованої літератури

1. Буглай В. Б. Международные экономические отношения : учеб. пособие / В. Б. Буглай, Н. Н. Ливенцев; под ред. Н. Н. Ливенцева. – М. : Финансы и статистика, 1999. – 160 с.
2. Грачова Р. Розрахунки в ЗЕД [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.dtkk.com.ua/show/1cid0518.html>.
3. Основи зовнішньоекономічної діяльності : [підручник] / Г. С. Гуріна, М. Г. Луцький, Т. Л. Мостенська, В. О. Новак. – К. : Сузір'я, 2007. – 425 с.
4. Дідківський М. І. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства : навчальний посібник / М. І. Дідківський. – К. : Знання, 2006. – 462 с.
5. Дроздова Г. М. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності підприємства : навчальний посібник / Г. М. Дроздова. – Київ : ЦУЛ, 2002. – 172 с.
6. Кистерский Л. Л. Международная экономическая безопасность : внешнеторговый, валютно-финансовый и энергетический аспекты /

Л. Л. Кистерский, И. Г. Гайдучок, Ю. В. Полунеев. – К. : Наукова думка, 1991. – 182 с.

7. Левшин Ф. М. Мировой рынок : конъюнктура, цены и маркетинг / Ф. М. Левшин. – М. : Международные отношения, 1993.

8. Мишель Пебро. Международные экономические, валютные и финансовые отношения : пер. с фр. – М. : Изд. группа "Прогресс", "Универс", 1994.

9. Пазуха М. Д. Зовнішньоекономічна діяльність (загальні положення) : [навчально-методичний посібник] / М. Д. Пазуха. – К. : Центр учбової літератури, 2008. – 230 с.

10. Щербина В. С. Господарське право України : [навч. посібник] / В. С. Щербина. – К. : Юрінком Інтер, 2001. – 384 с.

Завдання на практичне заняття

1. Опишіть схему розрахунків у зовнішньоекономічній діяльності з використанням акредитива. Наведіть приклад і схему розрахунку.

2. Охарактеризуйте валютні ризики у зовнішньоекономічній діяльності.

3. Охарактеризуйте використання товарного і фінансового кредиту в зовнішньоекономічних розрахунках.

4. Опишіть схему розрахунків у зовнішньоекономічній діяльності з використанням інкасо. Наведіть приклад і схему розрахунку.

9. ОРГАНІЗАЦІЯ МІЖНАРОДНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ

1. Характеристика транспортних перевезень.
2. Морські перевезення.
3. Автомобільні перевезення.
4. Залізничні перевезення.
5. Авіаперевезення.

Ключові слова: вантаж, маршрут, накладна, судно, перевезення, залізниця, авіаперевезення, чартер.

9.1. Характеристика транспортних перевезень

При плануванні відправлення вантажу і виборі виду транспорту необхідно ретельно аналізувати такі основні чинники.

Вид вантажу. У деяких випадках можливість вибору відсутня: швидкокопсувні вантажі підлягають перевезенню авіатранспортом, і навпаки, авіаперевезення неприпустиме для легкозаймистих, вибухонебезпечних вантажів. Основну частину міжнародних морських перевезень становлять перевезення масових наливних і навалювальних вантажів: сирової нафти і нафтопродуктів, залізняка, кам'яного вугілля і зерна. З інших вантажів морської торгівлі виділяються т. зв. генеральні вантажі, тобто готова промислова продукція, напівфабрикати, продовольство.

Відстань і маршрут перевезення. Місце відправлення вантажу і кінцевий пункт перевезення є також чинниками, які впливають на вибір виду транспорту. У внутрішньоконтинентальних перевезеннях використовуються залізничний, автомобільний і авіаційний транспорт.

Чинник часу. Природно, що найшвидший спосіб доставки вантажів – авіатранспортом, проте він досить дорогий, і застосовувати його потрібно лише в тих ситуаціях, коли головним завданням є доставка вантажу в мінімальний термін. У інших випадках дуже важливо розробляти добре сплановані

програми постачань, орієнтуючись на плани перевезень транспортних компаній, щоб уникнути дорогих поспішних перевезень.

Вартість перевезення. У таблиці 9.1 наведена класифікація умов INCOTERMS за видами транспорту.

9.2. Морські перевезення

Існують різні класифікації морських судів залежно від видів вантажів, що перевозяться, регулярності рейсів, форм договорів перевезення тощо. Найбільший інтерес становить розподіл ринку морських перевезень на трампове і лінійне судноплавство.

Трампове судноплавство. Трамповими називаються судна, які здійснюють нерегулярні рейси, без чіткого розкладу, і спрямовані судовласниками туди, де з боку фрахтувальників є попит на тоннаж. Трампові судна перевозять в основному масові вантажі: ліс, руду, вугілля, зерно, нафтопродукти та інші вантажі, що перевозяться насипом, навалом або наливанням. Проте більшість трампових судів універсальні і можуть у разі потреби перевозити т. зв. генеральні вантажі – упаковані й не упаковані товарно-штучні вантажі, наприклад, устаткування, хімікати, апаратуру, металовироби, автомобілі, трактори, вагони, сільськогосподарську техніку. Отже, при перевезенні на трампових судах під вантаж може бути надане все судно або його частина, або певні вантажні приміщення.

Договір на перевезення вантажів трамповими судами укладається у вигляді *чартеру*. Чартер – транспортний документ, договір фрахтування морського або повітряного судна або їх частин, оренда транспортного засобу на певний рейс або термін. Сторонами в чартерному договорі є фрахтувальник (вантажовідправник або його представник) і фрахтівник (перевізник або його представник).

Таблиця 9.1 – Класифікація умов INCOTERMS за видами транспорту

Вид транспорту	Умова INCOTERMS	
	Назва	Український еквівалент
Морський і внутрішній річковий	FAS – Free Alongside Ship (... named port of shipment)	Франко уздовж борту судна (... назва порту відвантаження)
	FOB – Free On Board (... named port of shipment)	Франко-борт судна (... назва порту відвантаження)
	CFR – Cost and Freight (... named port of destination)	Вартість і фрахт (... назва порту призначення)
	CIF – Cost, Insurance and Freight (... named port of destination)	Вартість, страхування і фрахт (... назва порту призначення)
Будь-який вид	EXW – EX Works (... named place)	Франко-завод (... назва місця)
	FCA – Free Carrier (... named place)	Франко-перевізник (Франко-перевезення) (... назва місця)
	CPT – Carriage Paid To... (... named place of destination)	Фрахт/перевезення сплачене до ... (... назва місця призначення)
	CIP – Carriage and Insurance Paid to... (... named place of destination)	Фрахт/перевезення і страхування сплачені до ... (... назва місця призначення)
	DAT – Delivered At Terminal (... named terminal of destination)	Поставлено на термінал (... назва терміналу)
	DAP – Delivered At Point (... named point of destination)	Поставлено в пункт (... назва пункту)
	DDP – Delivered Duty Paid (... named place of destination)	Поставлено зі сплатою мита (... назва місця призначення)

Основними пунктами чартерного договору є: час і місце укладання чартеру; повне юридичне найменування (преамбула чартеру); назва і опис судна; право заміни зазначеного судна іншим; вид вантажу; місце й умови завантаження і розвантаження, включаючи умови оплати *демереджу* – грошового відшкодування, що виплачується фрахтувальником судновласникові за простій судна під вантажними операціями понад встановлений у чартері термін, і *диспач* – відшкодування, що виплачується судновласником фрахтувальникові за дострокове завершення вантажних робіт і звільнення судна; порядок оплати фрахту; термін подачі судна, включаючи *канцелінг* – кінцевий термін подачі судна під завантаження; інші умови (льодова обмовка, обмовка про обставини непереборної сили та ін.).

У торговому мореплавстві застосовуються такі види фрахтування судів:

◆ *фрахтування на один рейс* – згідно з яким судновласник одним рейсом перевозить вантажі з одного або декількох портів відправлення в один або декілька портів призначення;

◆ *фрахтування на послідовні рейси* – застосовується при перевезеннях великої кількості однорідного вантажу в одному і тому самому напрямі декількома послідовними рейсами;

◆ *фрахтування за генеральним контрактом* – згідно з яким судновласник зобов'язується упродовж певного періоду часу перевезти обумовлену кількість вантажу;

◆ *фрахтування на умовах тайм-чартеру* – це договір про оренду судна, коли все судно або його частина надається на певний час у розпорядження фрахтувальника для перевезення вантажів за будь-якими напрямками;

◆ *фрахтування на умовах димайз-чартеру* – це договір про оренду судна, коли судновласник передає його фрахтувальникові на певний термін разом із командою;

◆ *фрахтування на умовах бербоут-чартеру* – це найм судна без екіпажа; фрахтувальник зазнає всіх витрат щодо його використання і виплачує орендну плату судновласникові.

Лінійне судноплавство. У лінійному судноплаванні перевозяться генеральні вантажі в напрямках зі стійкими вантажопотоками за розкладом між закріпленими портами. Іншими словами, перевезення здійснюються по регулярних лініях, сполучення на яких підтримуються одним або декількома судноплавними підприємствами.

Розрізняють три види ліній:

- *односторонні* – експлуатуються одним судновласником;
- *спільні* – обслуговуються декількома транспортними компаніями;
- *конференційні* – організовуються і діють на основі угод конференцій компаній судновласників.

Основні переваги лінійного судноплавства – регулярність, дотримання термінів розкладу руху, відносно стабільні ціни, утримання агентів. Все це вимагає значних експлуатаційних витрат, тому тарифи лінійних перевізників вищі за фрахтові ставки при трампових перевезеннях.

Оскільки лінійні судна перевозять в основному дрібні партії вантажів від великої кількості відправників великій кількості одержувачів, лінійні компанії приймають вантажі до перевезення задовго до підходу судна. Вони зберігають їх на своїх складах, організовують і сплачують навантаження і вивантаження. Вартість усіх послуг включається також у плату за транспортування. Лінійні судноплавні компанії мають, як правило, дуже добре розвинену агентську мережу.

Документом, що підтверджує наявність договору перевезення на судах регулярних ліній, є *коносамент*. Коносамент – це транспортний документ, який видається на підставі та на виконання умов договору морського перевезення вантажу та засвідчує факт приймання вантажу до перевезення морським транспортом і виконання пов'язаних із цим обов'язків сторін.

Контейнерні перевезення морем. Останнім часом у міжнародній торгівлі для перевезень генеральних вантажів використовуються *контейнери*.

Стандартним контейнером є металевий ящик із сталі або

алюмінію з двостулковими дверцями з одного кінця. Найпоширенішими є два типи контейнерів:

- ◆ двадцятифутові, місткістю 30 м³ і максимальним завантаженням 18 т;

- ◆ сорокафутові, місткістю 60 м³ і максимальним завантаженням 30 т.

Основні переваги використання контейнерів для вантажовідправників полягають у зменшенні ризиків втрат, крадіжки або псування вантажу, можливості використовувати простішу упаковку, скороченні часу зберігання в порту через те, що контейнери досить швидко завантажуються на судно.

У разі, коли формується так званий «збірний контейнер», тобто в контейнері перевозяться вантажі від різних відправників різним одержувачам, виписуються коносаменти на кожен індивідуальну партію товару та один збірний коносамент на весь контейнер, який видається вантажовідправникові, що приєднався останнім.

9.3. Автомобільні перевезення

Автомобільні перевезення здійснюються на підставі договорів перевезення з транспортними підприємствами і оформляються автотранспортною накладною. Зміст відомостей, що зазначаються в накладній, визначається Конвенцією про договір міжнародного перевезення вантажів автомобільним транспортом (КДПВ) від 1956 р. Ця накладна є доказом укладення договору перевезення, містить умови перевезення вантажу і засвідчує отримання вантажу перевізником. Вона не є товаророзпорядчим документом і вантаж видається зазначеному в ній одержувачеві. Накладна укладається у чотирьох екземплярах (два для перевізника і по одному – для продавця й покупця), підписується перевізником, вантажовідправником, а після прибуття до покупця останній повинен зазначити час прибуття автомобіля під розвантаження і відправлення з розвантаження, підписати накладну і поставити свою печатку.

Автотранспортом можуть здійснюватися збірні

перевезення від різних вантажовідправників, різних товарів або різних їх партій. Якщо вантаж, що підлягає перевезенню повинен бути завантажений на декілька транспортних засобів, або мова йде про перевантаження різних вантажів або різних партій вантажів, укладаються стільки накладних, скільки транспортних засобів використовується або скільки вантажів або партій перевозиться. Автомобільні тарифи встановлюються в розрахунку за перевантаження однієї тонни вантажу залежно від відстані і можуть передбачати певні надбавки, знижки і штрафи зі встановленої суми.

При перевезенні вантажів автотранспортом нерідко доводиться перетинати кордон декількох держав. Для спрощення процедур у міжнародних автомобільних сполученнях європейських країн у 1959 р. (нова редакція 1975 р.) було підписано Митну конвенцію про міжнародне перевезення вантажів із застосуванням книжки міжнародного дорожнього перевезення. Окрім автотранспортної накладної, з товаром надходять товаросупровідні документи: пакувальні листи, відвантажувальні специфікації, сертифікати якості й інші документи, необхідні для ввезення товару в країну покупця і перетину транзитних країн.

9.4. Залізничні перевезення

Перевезення залізницею становлять значну конкуренцію автомобільним перевезенням. Залізничні перевезення здійснюються за допомогою укладання договорів перевезення із залізницями. Документом, що підтверджує наявність договору перевезення, а також що засвідчує прийняття вантажу до перевезення, є залізнична накладна.

Накладна СМГС (Угода про міжнародне вантажне сполучення) складається з п'яти аркушів:

- перший – оригінал накладної, який супроводжує вантаж до станції призначення і видається одержувачеві разом із п'ятим аркушем і вантажем;
- другий – дорожня відомість, що супроводжує вантаж до

станції призначення; видається стільки дорожніх відомостей, скільки залізниць бере участь у перевезенні;

- третій – дублікат накладної, який видається відправникові після укладання договору перевезення;
- четвертий – аркуш видачі вантажу;
- п'ятий аркуш – аркуш повідомлення про прибуття вантажу, який супроводжує вантаж до станції призначення і видається одержувачеві разом з оригіналом і вантажем.

Європейські країни керуються Конвенцією про міжнародні залізничні перевезення (КОТІФ), що передбачає дещо іншу форму залізничної накладної. Тому при оформленні перевезення з країн СНД, коли частина шляху проходитиме через європейські країни, накладна СМГС оформлюється до прикордонної станції залізниці країни, що межує з СНД, де накладна СМГС буде переоформлена у накладну КОТІФ. Така сама процедура проводиться на прикордонних станціях і при відправленнях товарів у країни СНД.

Тарифи на залізничне перевезення встановлюються так само, як і при автоперевезеннях за тону вантажу і базуються на внутрішніх тарифах залізниць.

Як і при автоперевезеннях, окрім накладної з вантажем, йдуть відповідні товаросупровідні документи.

9.5. Авіаперевезення

Повітряні перевезення регулюються низкою двосторонніх і багатосторонніх міжнародних угод. Одні з них вирішують питання організації повітряних сполучень, інші регулюють правові основи повітряних перевезень вантажів.

Традиційним методом повітряних перевезень є доставка партії вантажу, яка супроводжується індивідуальною авіанакладною на літак, що видається перевізникові. У накладній зазначаються товари, які потрібно доставити з одного вказаного аеропорту в інший і передати в розпорядження вантажоодержувача. Авіаперевезення можуть здійснюватися збірним способом, шляхом об'єднання дрібних вантажів. Можна

також зафрахтувати все судно повністю або лише його частину.

Плата за авіафрахт, як правило, обчислюється, виходячи із ваги вантажу (у кг), при цьому вага округлюється на півкілограма у більшу сторону. Коли співвідношення об'єму і ваги перевищує 6 (для Великобританії – 5), плата стягується, виходячи з об'єму вантажу.

Авіанакладна заповнюється відправником при здачі вантажу, вона складається в трьох оригіналах і дев'яти копіях. Оригінали призначаються перевізникові, одержувачеві і відправникові вантажу. Копії розподіляються, якщо необхідно, між подальшими перевізниками, одна з них залишається в аеропорту першого перевізника, інша – в аеропорту призначення.

Окрім накладної, з вантажем йдуть відповідні товаросупровідні документи.

Контрольні запитання

1. Які основні види транспорту використовують у ЗЕД для перевезення вантажів?
2. У чому відмінність різних видів транспортування вантажів?
3. Назвіть переваги та недоліки різних видів транспортування вантажів.
4. Наведіть класифікацію умов INCOTERMS за видами транспорту.
5. Що таке лінійне судноплавство?
6. Охарактеризуйте трампове судноплавство.
7. Що міститься в основних пунктах чартерної угоди?
8. У чому особливість перевезення вантажів автомобільним транспортом?
9. Які документи використовують при залізничних перевезеннях?
10. Назвіть особливості повітряних перевезень.

Список рекомендованої літератури

1. Дідківський М. І. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства : навчальний посібник / М. І. Дідківський. – К. : Знання, 2006. – 462 с.
2. Дроздова Г. М. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності підприємства : навчальний посібник / Г. М. Дроздова. – Київ : ЦУЛ, 2002. – 172 с.
3. Зовнішньоекономічні операції і контракти : [навч. посіб.] / В. В. Козик, Л. А. Панкова, Я. С. Крап'як та ін. – 2-ге вид., переробл. і доп. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 608 с.
4. Линдерт П. Экономика мирохозяйственных связей : пер. с англ. / общ. ред. и предисл. О. В. Ивановой. – М. : Прогресс, 1992. – 520 с.
5. Миклашевская Н. А. Международная экономика : учебник / Н. А. Миклашевская, А. В. Холопов. – М. : МГУ им. М. В. Ломоносова, Изд-во "Дело и Сервис", 1998. – 272 с.
6. Управління зовнішньоекономічною діяльністю : навч. посіб. / за заг. ред. А. І. Кредісова; пер. з рос. Н. Кіт, К. Серажим. – К. : Віра-Р, 1998. – 448 с.
7. Щербина В. С. Господарське право України : [навч. посіб.] / В. С. Щербина. – К. : Юрінком Інтер, 2001. – 384 с.

10. ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Ключові слова: ефект, ефективність, рентабельність, прибуток, експорт, імпорт, доцільність.

При визначенні ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємств використовують системний підхід, який дає можливість здійснити комплексний аналіз будь-якої зовнішньоекономічної операції. Для здійснення економічного аналізу потрібно обрати критерій ефективності. Критерій – це головна ознака, що відрізняє його від інших класифікаційних одиниць. Обраний критерій має відповідати принципам побудови показників ефективності, а також всебічно характеризувати її економічну сутність.

На основі похідних даних можна вирахувати проміжні й узагальнені показники, побудувати факторну модель, побудувати формули впливу факторів на узагальнений показник, вирахувати можливі відхилення при здійсненні фінансово-господарської діяльності, обчислити резерви й виокремити проблеми, які потребують негайного вирішення на управлінському рівні.

На макроекономічному рівні економічна ефективність зовнішньої торгівлі відображається в економії національної праці, що досягається країною в результаті її участі в міжнародному поділі праці й зовнішньоторговому товарообігу. Більш конкретно це характеризують коефіцієнти експортної та імпортної участі держави в торгівлі.

Коефіцієнт експортної участі відображається формулою

$$K_e = \frac{E}{ВВП}, \quad (10.1)$$

де E – сума національного експорту, грош. од.;

$ВВП$ – сума відповідного макроекономічного показника, грош. од.

Коефіцієнт імпортової участі відображається формулою

$$K_i = \frac{I}{ВВП}, \quad (10.2)$$

де I – сума національного імпорту, грош. од.

На мікроекономічному рівні під зовнішньоторговою ефективністю розуміють насамперед ступінь зростання доходу від операцій, зокрема прибутку.

До основних показників відносять такі:

- зростання прибутку від реалізації продукції, балансового й чистого прибутку;

- прибутковість торгівлі в цілому, експорту та імпорту окремо.

Прибуток від реалізації в t -му році можна розрахувати за формулою

$$\Pi = BB_t \cdot K + BP_t - C_t, \quad (10.3)$$

де BB_t – валютна виручка від реалізації з відрахуванням валютних витрат на гарантійне технічне обслуговування і ремонт у іноземного споживача у t -му році, грош. од.;

K – офіційний валютний курс НБУ;

BP_t – виручка від реалізації на внутрішньому ринку, грош. од.;

C_t – повна собівартість усієї продукції, що реалізована, грош. од.

Балансовий прибуток розраховується як сума прибутку від реалізації та позареалізаційних прибутків від ЗЕД за відрахуванням плати за кредит, зокрема відсотки й штрафи.

Чистий прибуток є різницею між балансовим прибутком і податком на прибуток.

Прибутковість зовнішньоторгових операцій розрахо-

ується як відношення обраного показника прибутку до повної собівартості.

Ефективність експорту в загальному вигляді має таке вираження:

$$E = \frac{Ц_e}{Ц_{oe}} > 1, \quad (10.4)$$

де $Ц_e$ – чистий грошовий еквівалент валютної виручки за товар, що експортується, за відрахуванням додаткових витрат, які пов'язані з оформленням експортної операції, грош. од. Він розраховується таким чином:

$$Ц_e = BB \cdot K - Д_e - М_e, \quad (10.5)$$

де BB – валютна виручка за реалізацію даного товару, грош. од.;

K – курс валют;

$Д_e$ – додаткові витрати, які пов'язані з експортом, грош. од.;

$М_e$ – митні платежі за експорт, грош. од.;

$Ц_{oe}$ – оптова внутрішня гривнева ціна товару без ПДВ і акцизного збору, грош. од.

Прибутковість експорту визначається за формулою

$$P_e = \frac{Ц_e}{C_e} \cdot 100 \%, \quad (10.6)$$

де C_e – повна собівартість експортного товару, грош. од.

Методика визначення ефективності імпорту залежить від мети імпортування і має два підходи.

Перший підхід характерний для ситуації купівлі товару

виробничого призначення іноземного походження як альтернативи закупівлі на внутрішньому ринку. У цьому разі імпортер порівнює власні зовнішньоторгові витрати з внутрішньою оптовою ціною аналогічного товару. *Ефективність імпоротної операції* визначається так:

$$E_i = \frac{C_{oi}}{C_i}, \quad (10.7)$$

де C_{oi} – оптова ціна внутрішнього ринку, грош. од.;

C_i – грошові витрати імпортера на закупівлю даного товару з урахуванням митних та інших витрат на легалізацію зовнішньоторгової операції, грош. од.

Імпорт є ефективним, якщо $E_i > 1$.

Другий підхід використовується при імпорті товару з метою подальшого перепродажу на внутрішньому ринку. При реалізації в оптовій торгівлі імпортер отримує оптову ціну з ПДВ. Але він сплачує не повну величину, а різницю між податковим зобов'язанням і податковим кредитом, зокрема сум ПДВ, які були сплачені при митному очищенні товару. Тому чиста виручка імпортера при реалізації в оптовій ланці становитиме $C_{oi} - ПДВ_{\text{бюдж}}$. Показник *ефективності імпорту* визначається так:

$$E_i = \frac{C_{oi} - ПДВ_{\text{бюдж}}}{C_i}, \quad (10.8)$$

де C_i – повні витрати на оприбуткування імпортного виробу, грош. од.

Операція вважається ефективною при $E_i > 1$.

Якщо імпортер реалізує товар через роздрібну торгівлю, то

чиста виручка C_{pi} повинна зменшитися на $ПДВ_{бюдж}$ як різницю між податковим зобов'язанням і податковим кредитом, але останній не враховує податкові сплати на митниці. Показник *ефективності імпорту* має такий вигляд:

$$E_i = \frac{C_{pi} - ПДВ_{бюдж}}{C_i}. \quad (10.9)$$

Як і раніше, ефективною є операція з $E_i > 1$.

Розглянемо кредитний аспект зовнішньоторгової діяльності. Унаслідок того, що результат і витрати при кредитних відносинах розірвані в часі й змінюються упродовж терміну кредиту, вони несумірні. Тому різночасові витрати й підсумки необхідно звести до однієї часової бази, наприклад, до року поставки товару. *Формула зведення до року T валютної виручки при експорті й валютних витрат при імпорті в разі кредиту з урахуванням відсотків* має такий вигляд:

$$B = (S_{ot} + S_{gt} \cdot P_k) \cdot (1 + P_H), \quad (10.10)$$

де B – валютна виручка від експорту в кредит із зведенням до року T , грош. од.;

S_{ot} – валютна виручка в рахунок погашення основного боргу в t -й рік, грош. од.;

S_{gt} – сума заборгованості за попередню сплату відсотків у t -й рік, грош. од.;

P_k – річний відсоток за кредит;

P_H – норматив прибутковості або банківський відсоток за позику експортеру;

T – рік зведення валютної виручки;

t – рік здійснення платежів у рахунок погашення кредиту і сплати відсотків.

Експорт на кредитних умовах у більшості дає менший ефект, ніж повний розрахунок під час реалізації, але часто лише товарний кредит дає можливість реального збуту. Імпорт на кредитних умовах, навпаки, підвищує показник ефективності.

Докладніше проаналізуємо умову валютної самостійності підприємства з іноземними інвестиціями. Названа самостійність забезпечується при виконанні нерівності:

$$B_{zt} + B_{et} + W_{et} + V_{et} > C_{et} + K_{et} + B_{et} + \Pi_{iet} \cdot (1 - q) + Z_{iet} + Z_{ient}, \quad (10.11)$$

де B_{zt} – залишок іноземної валюти на рахунку підприємства з іноземними інвестиціями, грош. од.;

B_{et} – виручка в інвалюті від реалізації в t -му році, грош. од.;

W_{et} – надходження від сплати відсотків за використання вільних валютних коштів підприємства, грош. од.;

V_{et} – кредит в інвалюті, одержаний в t -му році, грош. од.;

C_{et} – витрати в інвалюті на оплату елементів собівартості в t -му році, грош. од.;

K_{et} – капітальні витрати на розвиток і модернізацію в інвалюті в t -му році, грош. од.;

B_{et} – виплати підприємства за інвалютними кредитами у t -му році, грош. од.;

Π_{iet} – прибуток іноземного партнера, який переказується за кордон в інвалюті в t -му році, грош. од.;

q – ставка податку на переказ прибутку за кордоном;

Z_{iet} – зарплата іноземців, що сплачується в інвалюті або переказується у валютному вигляді за кордон у t -му році, грош. од.;

Z_{ient} – сума в інвалюті, що переказується за кордон на пенсійне забезпечення іноземних робітників у t -му році, грош. од.

Інтегральний ефект діяльності підприємства, зокрема з іноземними інвестиціями при відокремленні ефективності участі вітчизняного й іноземного партнерів визначається за формулою

$$E_{imm} = (D_t - B_t) \cdot \frac{1}{(1 + E)^{t-1}}, \quad (10.12)$$

де E_{imm} – показник інтегрального ефекту або підприємства в цілому, або кожного учасника окремо, грош. од.;

D_t – показник доходів у t -му році, грош. од.;

B_t – показник витрат у t -му році, грош. од.;

E – коефіцієнт дисконтування щодо визначення ступеня зниження цінності витрат і надходжень t -го року в міру їх віддалення від першого року розрахункового періоду.

Використання коефіцієнта дисконтування здійснюється згідно з міжнародною практикою оцінки ефективності інвестицій, зокрема рекомендаціями UNIDO (United Nations Industrial Development Organization – Організація Об'єднаних Націй з промислового розвитку) щодо підготовки промислових техніко-економічних досліджень.

Можливе використання таких значень E :

- для розрахунку інтегрального макроекономічного національного ефекту – $0,1 (E_n)$;

- для визначення ефекту діяльності підприємства в цілому – рівень прибутковості кращих вітчизняних підприємств аналогічного профілю або відсоткова ставка на довготерміновому ринку капіталів країни іноземного партнера;

- для розрахунку ефекту витрат вітчизняного учасника – галузевий норматив ефективності капіталовкладень;

- для визначення інтегрального ефекту витрат іноземного партнера – відсоткова ставка на довготерміновому ринку капіталів його країни.

Одним із напрямів аналізу ефективності експортно-імпоротної діяльності є розрахунок коефіцієнтів ефективності за

методикою Ю. В. Макогона. Для зіставлення цих абсолютних показників розраховують базовий коефіцієнт ефективності експорту $E_{eб}$:

$$E_{eб} = \frac{B_e}{B_m + T_{ve} + O_{ve}}, \quad (10.13)$$

де B_e – виторг від експорту, грош. од.;

B_m – вартість експортованого товару, грош. од.;

T_{ve} , O_{ve} – транспортні та організаційні витрати відповідно, грош. од.

Якщо $E_{eб} > 1$, то експорт ефективний. Чим вищий цей коефіцієнт, тим вища ефективність експорту.

Для аналізу ефективності експорту з погляду можливості альтернативної реалізації товару всередині країни розраховують альтернативний коефіцієнт ефективності експорту E_{ea} :

$$E_{ea} = \frac{B_e - B_m - T_{ve} - O_{ve}}{B_g - B_m}, \quad (10.14)$$

де B_g – виторг від продажу товару на внутрішньому ринку, грош. од.

Якщо $E_{ea} > 1$, то експорт ефективний.

Таким чином, для визначення ефективності експорту необхідно розрахувати коефіцієнти $E_{eб}$ і E_{ea} . Необхідно зауважити, що весь виторг від реалізації і витрати повинні бути подані в одній валюті.

Для того щоб імпорт товару був вигідним, прибуток від проведення імпортової операції має перевищувати витрати. При

оцінці ефективності імпорту розглядають призначення імпортованого товару. Відносними показниками, що відображають цю залежність, є коефіцієнти імпорту товарів споживання. Базовий коефіцієнт ефективності імпорту товарів споживання $E_{i\bar{o}}^{TC}$:

$$E_{i\bar{o}}^{TC} = \frac{B_i}{B_{im} + T_{vi} + O_{vi}}, \quad (10.15)$$

де B_i – виторг від продажу імпортованого товару, грош. од.;
 B_{im} – вартість імпортованого товару, грош. од.;
 T_{vi} , O_{vi} – транспортні та організаційні витрати відповідно, грош. од.

Як і у випадку з експортом товару, для визначення ефективності імпорту необхідно також розрахувати альтернативний коефіцієнт імпорту товарів споживання E_{ia}^{TC} :

$$E_{ia}^{TC} = \frac{B_i - B_{im} - T_{vi} - O_{vi}}{B_{im} - B_{em}}, \quad (10.16)$$

де B_{em} – вартість вітчизняного товару-аналога, грош. од.

Якщо $E_{i\bar{o}}^{TC}$ і E_{ia}^{TC} товарів споживання >1 , то імпорт товару ефективний.

При імпорті товарів для виробництва необхідно враховувати вартість їхнього обслуговування і використання у виробництві фірмою, що імпортує ці товари.

Для аналізу ефективності імпорту товарів для виробництва розраховують базовий і альтернативний коефіцієнти ефективності імпорту товарів для виробництва.

Базовий коефіцієнт ефективності імпорту товарів виробництва $E_{i\delta}^{TB}$:

$$E_{i\delta}^{TB} = \frac{B_{TB}}{B_{iTB} + T_{\epsilon TB} + O_{\epsilon TB} + B_{TBi}}, \quad (10.17)$$

де B_{TB} – виторг від використання товару виробництва, грош. од.;

B_{iTB} – вартість імпортного товару виробництва, грош. од.;

$T_{\epsilon TB}$, $O_{\epsilon TB}$ – транспортні та організаційні витрати відповідно, грош. од.;

B_{TBi} – витрати, пов'язані з експлуатацією імпортованих товарів виробництва, грош. од.

Для оцінки альтернатив використання вітчизняних товарів розраховують *альтернативний коефіцієнт ефективності імпорту товарів виробництва* E_{ia}^{TB} :

$$E_{ia}^{TB} = \frac{B_{TB} - B_{iTB} - T_{\epsilon TB} - O_{\epsilon TB} + B_{TBi}}{B_{TB} - B_{\epsilon TB} - B_{TB\epsilon}}, \quad (10.18)$$

де $B_{\epsilon TB}$ – вартість вітчизняного товару-аналога, грош. од.;

$B_{TB\epsilon}$ – витрати, пов'язані з експлуатацією вітчизняних аналогів товарів виробництва, грош. од.

Висновок про доцільність експортно-імпортних операцій необхідно робити з урахуванням обмежень за обсягом ринків, виробничої потужності, попиту і пропозиції товарів тощо.

Контрольні запитання

1. Як визначається ефективність міжнародної торгівлі на макроекономічному рівні?
2. Як визначається ефективність міжнародної торгівлі на мікроекономічному рівні?
3. Як визначити прибутковість експорту?
4. Як визначити ефективність імпорту?
5. У чому сутність методики Макогона? Охарактеризуйте основні показники, застосовувані у методиці.

Список рекомендованої літератури

1. Основи зовнішньоекономічної діяльності : [підручник] / Г. С. Гурина, М. Г. Луцький, Т. Л. Мостенська, В. О. Новак. – К. : Сузір'я, 2007. – 425 с.
2. Дідківський М. І. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства : навчальний посібник / М. І. Дідківський. – К. : Знання, 2006. – 462 с.
3. Пазуха М. Д. Зовнішньоекономічна діяльність (загальні положення) : [навчально-методичний посібник] / М. Д. Пазуха. – К. : Центр учбової літератури, 2008. – 230 с.
4. Терьошина А. О. Оцінка ефективності зовнішньоекономічної діяльності України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/21_NIEK_2007/Economics/24417.doc.htm.
5. Управління зовнішньоекономічною діяльністю : навч. посіб. / за заг. ред. А. І. Кредісова; пер. з рос. Н. Кіт, К. Серажим. – К. : Віра-Р, 1998. – 448 с.
6. Щербина В. С. Господарське право України : [навч. посіб.] / В. С. Щербина. – К. : Юрінком Інтер, 2001. – 384 с.
7. Экономика предприятия : учебник / под ред. проф. О. И. Волкова. – М. : ИНФРА-М, 1997. – С. 364–377.

Завдання на практичне заняття

На основі наведених даних (табл. 10.1) за визначеною методикою оцінити ефективність експортно-імпортних операцій, розрахувавши абсолютний і альтернативний коефіцієнти ефективності і зробити відповідні висновки.

Таблиця 10.1 – Дані для обрахунку ефективності експортно-імпортних операцій

Показник	Варіант									
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9
<i>I</i>	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1. Виторг від експорту B_e , тис. грн	10000	12000	13000	13400	15000	16000	15100	15200	15300	15400
2. Вартість товару, що виробляється на експорт B_m , тис. грн	7000	9000	10000	11600	12800	14000	12700	12500	13100	13400
3. Транспортні витрати T_{ve} (у % від вартості)	10	12	13	9	10	11	14	8	7	10
4. Організаційні витрати O_{ve} (у % від вартості)	2	3	4	5	1	2	3	4	5	6
5. Виторг від реалізації товару на внутрішньому ринку B_{es} , тис. грн	9000	11000	12500	12800	14200	15600	14800	16800	16000	16900
6. Виторг від продажу імпортованого товару B_i , тис. грн	8000	8100	8200	8300	8400	8500	8600	8700	8800	8900
7. Вартість імпортованого товару B_{im} , тис. грн	6000	6050	6100	6200	6250	6300	6350	6400	6450	6500
8. Транспортні й організаційні витрати, пов'язані з імпортом товарів виробництва $T_{vi}+O_{vi}$ (у % від вартості)	10	11	9	8	7	6	8	9	10	11

Продовження табл. 10.1

<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	<i>8</i>	<i>9</i>	<i>10</i>	<i>11</i>
9. Вартість вітчизняного товару-аналога B_{em} , тис. грн	6400	6500	6600	6000	6400	6900	5900	5800	6100	6800
10. Виторг від використання товарів виробництва V_{TB} , тис. грн	15000	16000	16500	14800	14900	15100	16200	17000	16700	14000
11. Вартість імпортованих товарів виробництва V_{ITB} , тис. грн	30	35	40	25	26	29	31	40	41	32
12. Транспортні й організаційні витрати $T_{eTB}+O_{eTB}$ (у % від вартості імпортованих товарів виробництва)	8	9	10	11	12	10	13	14	15	8
13. Витрати, пов'язані з експлуатацією імпортованих товарів виробництва V_{TBI} , тис. грн	14000	15000	15000	12900	11800	13200	14500	15000	14600	12000
14. Вартість вітчизняних товарів виробництва B_{eTB} , тис. грн	34	39	45	28	29	32	33	45	46	35
15. Витрати, пов'язані з експлуатацією вітчизняних аналогів товарів виробництва B_{TBe} , тис. грн	14500	14900	15000	13100	12000	13000	13200	15600	15200	13000

Навчальне видання

ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ

Опорний конспект лекцій та методичні вказівки
до проведення практичних занять та самостійної роботи
для студентів спеціальності «Економіка підприємства»
денної форми навчання

Відповідальний за випуск Л. Г. Мельник

Редактор Н. З. Клочко

Комп'ютерне верстання С. А. Петровської

Підписано до друку 28.01.2013, поз.
Формат 60x84/16. Ум. друк. арк. 6,98. Обл.-вид. арк. 6,48. Тираж пр. Зам. №
Собівартість видання грн к.

Видавець і виготовлювач
Сумський державний університет,
вул. Римського-Корсакова, 2, м. Суми, 40007
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 3062 від 17.12.2007.